

کودکان و تلفن همراه



پژوهشی درباره‌ی رفتارهای مصرفی کودکان

به کوشش حمیدرضا شش جوانی



مرکز پژوهش‌های صنایع فرهنگی و خلاق
Center for Cultural and Creative Industries

www.casima.ir



شناسنامه



عنوان طرح: کودکان و تلفن همراه پژوهشی درباره‌ی رفتارهای مصرفی کودکان

مدیر پروژه: حمیدرضا شش‌جوانی
ناظر: دفتر تحقیق و نوآوری کاسیما

تاریخ شروع: اول مهر ماه ۱۳۹۶
تاریخ اتمام: بیستم بهمن ماه ۱۳۹۶

داده‌آما: حمیدرضا محمدزاده
پژوهش کیفی: ساناز اصفهانی

همکاران اجرای میدانی:
زهره سهرابی، لیلا سهرابی، معصومه یوسفی، علی اکبر رشیدیان، زهرا نعمتی،
عباس عزیزی، نسرين ثابتيان، اکرم عبادی، حمیده مرادی، زینب دوستی

طراحی گرافیک: استودیو مرکزی

از سری گزارش‌های راهبردی مرکز پژوهش‌های صنایع فرهنگی و خلاق که با حمایت مالی شرکت ارتباطات هوشمند آمین به انجام رسیده است.

با تشکر از



شرکت ارتباطات هوشمند امین

مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران

و همه‌ی پدران، مادران و کودکانی که با مهر پرسش‌های ما را پاسخ گفتند.

گزارش مقایسه‌ای

رفتارهای مصرفی کودکان ۳ تا ۵ سال

۱۹

- ۱-۱. استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت
۲۰. ۲- دلایل عدم استفاده از وسایل الکترونیکی مثل موبایل و تبلت
۲۲. ۳-۱. مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت
۲۳. ۴-۱. زمان شروع استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت
۲۴. ۵-۱. ارزش ریالی گوشی تلفن همراه
۲۶. ۶-۱. نوع سیم کارت
۲۷. ۷-۱. موارد استفاده از گوشی توسط کودک
۲۸. ۸-۱. تهیه برنامه یا بازی برای کودک
۲۹. ۹-۱. نام برنامه یا بازی تهیه شده برای کودک
۳۰. بازی‌های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب درصد فراوانی در کل کشور:
۳۱. بازی‌های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب درصد فراوانی در شهرهای عمده:
۳۲. بازی‌های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب درصد فراوانی در سایر شهرها:
۳۳. ۱۰-۱. چگونگی تهیه برنامه یا بازی
۳۴. ۱۱-۱. بازی‌های تک نفره و گروهی
۳۴. ۱۲-۱. بازی‌های آفلاین و آنلاین
۳۵. ۱۳-۱. بازی‌های خارجی و ایرانی
۳۶. ۱۴-۱. چرایی استفاده
۳۷. ۱۵-۱. هدف تهیه بازی
۳۹. ۱۶-۱. هزینه بازی‌های کودک
۴۰. ۱۷-۱. نگرانی‌های استفاده از وسایل الکترونیکی (موبایل یا تبلت)
۴۱. ۱۸-۱. نگرانی‌های استفاده از اینترنت
۴۲. ۱۹-۱. میزان موافقت با کنترل بچه‌ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت
۴۳. ۲۰-۱. روش‌های کنترل بچه‌ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت
۴۵. ۲۱-۱. میزان استفاده از موبایل و تبلت در شبانه روز

۴۶	۲۲-۱. خرید موبایل مخصوص کودک
۴۷	۲۳-۱. میزان هزینه در نظر داشته برای موبایل مخصوص کودک
۴۸	۱-۲. نسبت پاسخگو با کودک
۴۹	۲-۲. سن پاسخگو (والدین کودک)
۵۰	۳-۲. تحصیلات پاسخگو (والدین کودک)
۵۱	۴-۲. وضعیت فعالیت پاسخگو (والدین کودک)
۵۳	۶-۲. قومیت

گزارش مقایسه‌ای

رفتارهای مصرفی کودکان ۶ تا ۱۱ سال

۵۷	۱-۱. استفاده از کامپیوتر
۵۹	۲-۱. استفاده از موبایل
۶۰	۳-۱. دلایل عدم استفاده از موبایل
۶۱	۴-۱. مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت
۶۳	۵-۱. زمان شروع استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت
۶۴	۶-۱. نوع گوشی تلفن همراه
۶۵	۷-۱. ارزش ریالی گوشی تلفن همراه
۶۷	۸-۱. هزینه شارژ ماهیانه تلفن
۶۸	۹-۱. نوع سیم کارت
۶۹	۱۰-۱. استفاده از اینترنت توسط کودک
۷۰	۱۱-۱. علت عدم استفاده از اینترنت
۷۱	۱۲-۱. انواع استفاده از موبایل
۷۲	۱۳-۱. تهیه برنامه یا بازی برای کودک
۷۳	۱۴-۱. بازی‌های مورد علاقه بچه‌ها
۷۴	۱۵-۱. بازی‌های تهیه شده برای بچه‌ها
۷۵	بازی‌های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب درصد فراوانی در کل کشور:
۷۶	بازی‌های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب درصد فراوانی در شهرهای عمده:
۷۶	بازی‌های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب درصد فراوانی در سایر شهرها:
۷۷	۱۶-۱. شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده

- ۷۹ ۱۷-۱. تمایل فرزند به تماس، اس ام اس، اینترنت
- ۸۰ ۱۸-۱. نوع کاربرد اینترنت
- ۸۲ ۱۹-۱. چگونگی تهیه برنامه یا بازی
- ۸۳ ۲۰-۱. بازی های تک نفره و گروهی
- ۸۴ ۲۱-۱. بازی های آنلاین و آفلاین
- ۸۵ ۲۲-۱. بازی های خارجی و ایرانی
- ۸۶ ۲۳-۱. چرایی استفاده
- ۸۷ ۲۴-۱. هدف از تهیه بازی
- ۸۸ ۲۵-۱. عوامل مؤثر بر خرید برنامه یا بازی برای فرزند
- ۸۹ ۲۶-۱. هزینه بازی های کودک
- ۹۲ ۲۸-۱. منبع اینترنت
- ۹۳ ۲۹-۱. نگرانی های استفاده از وسایل الکترونیکی (موبایل یا تبلت)
- ۹۶ ۳۰-۱. نگرانی های استفاده از اینترنت
- ۹۸ ۳۱-۱. مواردی از احساس عدم کنترل بر فرزند
- ۹۹ ۳۲-۱. میزان موافقت با کنترل بچه ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت
- ۱۰۰ ۳۳-۱. تأثیر استفاده از سیم کارت کودکان بر رفع نگرانی
- ۱۰۱ ۳۴-۱. تمایل به تهیه موبایل مخصوص کودکان
- ۱۰۳ ۳۵-۱. میزان هزینه برای تهیه موبایل مخصوص کودکان
- ۱۰۵ ۳۶-۱. رنگ مورد علاقه بچه ها
- ۱۰۶ ۳۷-۱. کارهای مورد علاقه بچه ها
- ۱۰۸ ۳۸-۱. محتوای مناسب برای بچه ها
- ۱۰۹ ۳۹-۱. روش های کنترل بچه ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت
- ۱۱۲ ۴۰-۱. زمانهای عدم اجازه به فرزند در استفاده از موبایل
- ۱۱۴ ۴۱-۱. روشهای سرگرم کردن بچه ها یا آموزش به آنها
- ۱۱۶ ۴۲-۱. میزان استفاده از موبایل و تبلت در شبانه روز
- ۱۱۸ ۱-۲. نسبت پاسخگو با کودک
- ۱۲۰ ۳-۲. تحصیلات پاسخگو (والدین کودک)
- ۱۲۱ ۴-۲. وضعیت فعالیت پاسخگو (والدین کودک)
- ۱۲۲ ۵-۲. تعداد فرزندان
- ۱۲۳ ۶-۲. قومیت

گزارش مقایسه‌ای

رفتارهای مصرفی کودکان ۱۲ تا ۱۴ سال

۱۲۵

- ۱۲۷ ۱-۱. استفاده از کامپیوتر
- ۱۲۸ ۲-۱. دلیل نداشتن کامپیوتر
- ۱۳۰ ۳-۱. استفاده از موبایل
- ۱۳۱ ۴-۱. مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت
- ۱۳۳ ۵-۱. زمان شروع استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت
- ۱۳۴ ۶-۱. نوع گوشی تلفن همراه
- ۱۳۵ ۷-۱. ارزش ریالی گوشی تلفن همراه
- ۱۳۷ ۸-۱. هزینه شارژ ماهیانه تلفن
- ۱۳۸ ۹-۱. نوع سیم کارت
- ۱۳۹ ۱۰-۱. استفاده از اینترنت
- ۱۴۱ ۱۱-۱. انواع استفاده از موبایل
- ۱۴۴ ۱۲-۱. بازی‌های محبوب
- ۱۴۵ ۱۳-۱. شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده
- ۱۴۷ ۱۴-۱. تمایل فرزند به تماس، اس ام اس، اینترنت
- ۱۴۹ ۱۵-۱. نوع کاربرد اینترنت
- ۱۵۱ ۱۶-۱. چگونگی تهیه برنامه یا بازی
- ۱۵۲ ۱۷-۱. بازی‌های تک نفره و گروهی
- ۱۵۳ ۱۸-۱. بازی‌های آفلاین و آنلاین
- ۱۵۴ ۱۹-۱. بازی‌های خارجی و ایرانی
- ۱۵۵ ۲۰-۱. چرایی استفاده
- ۱۵۶ ۲۱-۱. هدف تهیه بازی
- ۱۵۸ ۲۲-۱. عوامل مؤثر بر خرید برنامه یا بازی برای فرزند
- ۱۶۰ ۲۳-۱. هزینه بازی‌های کودک
- ۱۶۱ ۲۴-۱. روش شارژ
- ۱۶۲ ۲۵-۱. منبع اینترنت
- ۱۶۴ ۲۶-۱. نگرانی‌های استفاده از وسایل الکترونیکی (موبایل یا تبلت)
- ۱۶۷ ۲۷-۱. نگرانی‌های استفاده از اینترنت
- ۱۷۰ ۲۸-۱. مواردی از احساس عدم کنترل بر فرزند

۱۷۱. ۴۹-۱. میزان موافقت با کنترل بچه ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت
۱۷۳. ۳۰-۱. تأثیر استفاده از سیم کارت کودکان بر رفع نگرانی
۱۷۵. ۳۱-۱. تمایل به تهیه موبایل مخصوص کودکان
۱۷۶. ۳۲-۱. میزان هزینه برای تهیه موبایل مخصوص کودکان
۱۷۷. ۳۳-۱. رنگ مورد علاقه بچه ها
۱۷۸. ۳۴-۱. کارهای مورد علاقه بچه ها
۱۸۰. ۳۵-۱. محتوای مناسب برای بچه ها
۱۸۲. ۳۶-۱. روش های کنترل بچه ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت
۱۸۴. ۳۷-۱. زمانهای عدم اجازه به فرزند در استفاده از موبایل
۱۸۶. ۳۸-۱. روشهای سرگرم کردن بچه ها یا آموزش به آنها
۱۸۷. ۳۹-۱. میزان استفاده از موبایل و تبلت در شبانه روز
۱۸۸. ۱-۲. نسبت پاسخگو با کودک
۱۹۰. ۳-۲. تحصیلات پاسخگو (والدین کودک)
۱۹۱. ۴-۲. وضعیت فعالیت پاسخگو (والدین کودک)
۱۹۲. ۵-۲. تعداد فرزندان
۱۹۳. ۶-۲. قومیت

گزارش مقایسه‌ای

رفتارهای مصرفی نوجوانان ۱۵ تا ۱۷ سال

۱۹۵

۱۹۷. ۱-۱. استفاده از موبایل
۱۹۸. ۲-۱. علت عدم استفاده از موبایل
۲۰۰. ۳-۱. مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت
۲۰۱. ۴-۱. مدت زمان استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت
۲۰۲. ۵-۱. نوع گوشی تلفن همراه
۲۰۳. ۶-۱. ارزش ریالی گوشی تلفن همراه
۲۰۵. ۷-۱. هزینه ماهیانه برای بازی ها
۲۰۷. ۸-۱. نوع سیم کارت
۲۰۸. ۹-۱. داشتن موبایل یا تبلت یا هر دو
۲۰۹. ۱۰-۱. استفاده از اینترنت
۲۱۱. ۱۲-۱. انواع استفاده از موبایل

- ۲۱۳ ۱۳-۱. بازی های محبوب و مورد علاقه
- ۲۱۴ ۱۴-۱. شبکه های اجتماعی مورد استفاده
- ۲۱۶ ۱۵-۱. تمایل به تماس، اس ام اس، اینترنت
- ۲۱۷ ۱۶-۱. نوع کاربرد اینترنت
- ۲۲۰ ۱۷-۱. چگونگی تهیه برنامه یا بازی
- ۲۲۱ ۱۸-۱. بازی های تک نفره و گروهی
- ۲۲۱ ۱۹-۱. بازی های آنلاین و آفلاین
- ۲۲۲ ۲۰-۱. بازی های خارجی و ایرانی
- ۲۲۳ ۲۱-۱. چرایی استفاده
- ۲۲۴ ۲۲-۱. عوامل مؤثر بر خرید برنامه یا بازی برای فرزند
- ۲۲۵ ۲۳-۱. هزینه شارژ تلفن
- ۲۲۶ ۲۴-۱. روش شارژ
- ۲۲۸ ۲۵-۱. منبع اینترنت
- ۲۲۹ ۲۶-۱. نگرانی های استفاده از وسایل الکترونیکی (موبایل یا تبلت)
- ۲۳۲ ۲۸-۱. موفقیت والدین در کنترل
- ۲۳۴ ۲۹-۱. کاربردی بودن برنامه های آموزشی
- ۲۳۵ ۳۰-۱. زمانهای عدم اجازه در استفاده از موبایل
- ۲۳۷ ۳۱-۱. منبع تهیه برنامه ها
- ۲۳۹ ۳۲-۱. میزان استفاده از موبایل در روز
- ۲۴۰ ۱-۲. سن پدر پاسخگو
- ۲۴۱ ۲-۲. سن مادر پاسخگو
- ۲۴۲ ۳-۲. تحصیلات پدر پاسخگو
- ۲۴۳ ۴-۲. تحصیلات مادر پاسخگو
- ۲۴۴ ۵-۲. وضعیت فعالیت پدر پاسخگو
- ۲۴۵ ۶-۲. وضعیت فعالیت مادر پاسخگو
- ۲۴۶ ۷-۲. تعداد فرزندان
- ۲۴۷ ۸-۲. قومیت

مطالعه‌ی کیفی

رفتارهای مصرفی کودکان در شهر تهران

- ۲۵۳ ۱. بچه از موبایل و تبلت استفاده می کند؟ اگر نه چرا؟
۲. مال خودش است یا از گوشی دیگران استفاده می کند؟ پدر یا مادر / خواهر یا برادر
- ۲۵۳ ۳. از چه زمانی استفاده از موبایل را شروع کرده؟
- ۲۵۴ ۴. چه گوشی ای دستش است؟
- ۲۵۵ ۵. قیمت تقریبی گوشی اش چقدر است؟
- ۲۵۵ ۶. سیم کارتش چیه؟ اگر از چند سیم کارت استفاده می کند ذکر شود
- ۲۵۶ ۷. فقط موبایل داره یا تبلت هم داره؟
- ۲۵۶ ۸. از موبایل بیش تر چه استفاده هایی می کنه؟
- ۲۵۷ ۹. از اینترنت هم استفاده می کنه؟ اگر نه چرا؟
۱۰. از چه برنامه ها یا نرم افزارهایی استفاده می کنه؟ شبکه های اجتماعی یا پیام رسان Telegram, Line, Tango, whatsapp, imo, viber, Instagram, Facebook, twitter
- ۲۵۸ ۱۱. بچه ها بیش تر علاقه مند هستند چه جور کارهایی رو انجام بدن، سرگرمی هاشون چیه؟
- ۲۶۰ ۱۲. آیا والدین در خرید بازی ها برای کودکان و نوجوانان نقش دارند؟
- ۲۶۴ ۱۳. بچه ها از میان تماس / اینترنت / اس ام اس کدام را بیش تر استفاده می کنند؟
- ۲۶۵ ۱۴. سر جمع بچه چند ساعت با موبایل سرو کار داره؟
۱۵. بچه ها چه ژانری از بازی ها رو دوست دارند یا بازی می کنن؟ جورچین / امتیازی / ماجراجویی / شبیه سازی / استراتژی؟
- ۲۶۵ ۱۶. بچه ها اینترنت رو از کجا میارن؟ اینترنت گوشی یا وای فای خونه؟
- ۲۶۶ ۱۷. اگه به اینترنت گوشی وصل می شن چطوری شارژ می کنن؟
- ۲۶۷ ۱۸. وقتی به اینترنت وصل می شن چه کار می کنن؟
- ۲۶۷ ۱۹. بازی ها و برنامه هاشون رو از کجا می گیرن؟ مای اپز / بازار /
۲۰. بازی هایی که بچه ها انجام می دن چه جوریه؟ آنلاین / آفلاین، گروهی / تکی، خارجی / ایرانی در مورد آخر
- ۲۶۷ ۲۱. هزینه ی شارژ ماهیانه ی تلفن بچه چقدر است؟
- ۲۶۸ ۲۲. چقدر خرج بازی و برنامه های بچه در ماه میشه؟
- ۲۶۸

۲۶۹. والدین چه نگرانی‌هایی در مورد استفاده فرزندانشان از موبایل دارند؟
۲۷۰. والدین چه نگرانی‌هایی در مورد استفاده بچه‌هاشون از اینترنت دارند؟
۲۷۰. نظر والدین در مورد نظارت روی بچه‌ها در مورد استفاده از موبایل چیه؟
۲۷۱. والدین چه محدودیت‌هایی در مورد کنترل استفاده از اینترنت دارند؟
۲۷۱. والدین چه روش‌هایی برای کنترل دارند؟
۲۷۲. نظر والدین در مورد استفاده از سیم کارت کودک چیه؟
۲۷۲. نظر والدین در مورد مواد آموزشی که بچه‌ها امکان استفاده‌ی آن در موبایل را دارند، چیه؟
۲۷۳. بچه‌ها چه زمان‌هایی اجازه‌ی استفاده از موبایل ندارند؟
۲۷۴. والدین بازی‌ها برنامه‌ها رو با چه هدفی برای کودک تهیه می‌کنند؟
۲۷۴. نظر والدین در مورد استفاده از موبایل مخصوص کودک چیه؟
۲۷۵. برای این موبایل تا چه قدر حاضرند پول بدهند؟
۲۷۵. خانواده‌ها مواد سرگرمی رو چطور به دست می‌آورند؟ منظور تلویزیون/ ماهواره، اینترنت و ... است
۲۷۴. در چه صورتی امکان بیش‌تری هست که بازی یا برنامه‌ای را برای بچه‌شون بخرن؟
- اگه بچه‌های دیگه داشته باشن؟ اگه بچه اصرار کنه؟ اگه والدین دیگه بگن؟ اگه معلم یا مدرسه بگه؟
- ۲۷۴
۱. به نظر شما ARPU یا توان (عادت) خرید سگمنت‌های مختلف چقدر است؟
۲. این سگمنت‌ها مبلغ مد نظر شما را بابت چه چیزی هزینه می‌کند؟ یادگیری، تماس، تفریح و ...؟
- ۲۷۸
۳. این مبلغ را تحت چه شرایطی هزینه می‌کند؟ تشخیص خانواده، توصیه‌ی مدرسه
- ۲۷۸
۴. به نظر شما میزان اثرگذاری توصیه‌ی همگان (اثر دهان به دهان) در سگمنت‌های مختلف چقدر است؟
- ۲۷۸

مقدمه

حمیدرضا شش جوانی
sheshjavani@
casima.com

در مقایسه با تاریخِ درازآهنگِ فرهنگِ ایران زمین، مدتِ زمانِ حضورِ فن‌آوری‌های ارتباطی در زندگی ما بی‌اندازه کوتاه است؛ اما سرعتِ تغییراتی که با خود به همراه آورده‌اند، بی‌حد است. تا همین ده سال پیش تعداد کودکانی که صاحبِ تلفن همراه بودند آن قدر کم بود که صحبت از زیست‌نظامِ کسب‌وکار مبتنی بر موبایل در این بازه‌ی سنی خنده‌آور می‌نمود.

با افزایش ضریب نفوذ سیم‌کارتِ تلفن همراه در میان کودکان، رفته‌رفته فرصت‌های شغلی متناظر با آن هم پیدا شد. به دست آوردنِ اطلاعات شاید برای اپراتورهای اصلی موبایل کشور دست‌یافتنی بود اما برای کسب‌وکارهای خرد و سرمایه‌گذاران هیچ‌گاه میسر نبوده است. از این رو مرکز مطالعاتی CACIMA در سال ۱۳۹۶ پیمایش «رفتارهای مصرفی کودکان در حوزه‌ی موبایل» را با حمایت شرکت ارتباطات سیار هوشمند امین و با کمک مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران، ایسپا، به انجام رساند. این پیمایش در اساس به امید ایجاد نوعی تقارن اطلاعاتی در بازار کالاها و خدماتِ مبتنی بر موبایل در سگمنتِ سنی کودکان و با هدف در اختیار گزاردن اطلاعاتِ پایه برای تمام فعالان این صنعت، طراحی شده است. پیمایش حاضر توصیفی است در حد نمایشِ روابطِ میان متغیرها، چنان‌چه علت‌های چنین رفتارهایی را نخواهیم، بایستی تحقیق‌هایی کیفی انجام شود.

بر اساس مطالعاتی اکتشافی و مصاحبه‌های عمیقی که با نخبگان این صنعت انجام شد، کودکان و نوجوانان را بر اساس ویژگی‌های مختلف از جمله نیازهای بازار در چهار بخش ۳ تا ۵ سال، ۶ تا ۱۱ سال، ۱۲ تا ۱۴ سال و ۱۵ تا ۱۷ سال دسته‌بندی کردیم و گزارش پیش روی شما نیز از همین دسته‌بندی پیروی می‌کند. پیمایش از مهرماه تا بهمن ماه به طول انجامیده و در این مدت ۷۶۸۸ نفر از مادران، پدران و کودکان در سرتاسر کشور به پرسش‌های ما پاسخ گفتند. کار پرسش و تحلیل ابتدا در ۶ شهر بزرگ تهران، اصفهان، شیراز، مشهد، کرج و تبریز انجام شد. سپس در مرحله‌ی بعد سایر مراکز استان‌ها اضافه شدند. به این ترتیب هر بخش از اطلاعات هم با سه قسمت «شهرهای عمده»، «سایر شهرها» و «کل کشور» از هم جدا شده‌اند. پرسش‌نامه بر مبنای استفاده یا عدم استفاده کودک از وسایل الکترونیکی به دو بخش تقسیم شده بود. گزارش حاضر صرفاً بخشی از یافته‌های پیمایش پیش‌گفته را دربردارد که به استفاده‌کنندگان از موبایل محدود است.

با توجه به اینکه در بیشتر موارد نتایج میان شهرهای بزرگ، مراکز استان‌ها و کل کشور شباهت فراوانی باهم داشت و از این رو تصمیم یافته‌های شهرهای بزرگ به کل کشور امکان‌پذیر بود، تصمیم گرفتیم پاسخ پرسش‌هایمان را با روش کیفی در شهر تهران به دست آوریم. نتایج این پژوهش کیفی بخش دوم گزارش حاضر را تشکیل می‌دهد.

باورگردانندگان CACIMA این است که هرچه بازیگران و سرمایه‌گذاران بیشتری وارد این حوزه شوند، اقتصاد آن هم بزرگ‌تر می‌شود و سهم هر نفر بیشتر. امیدواریم با تشویق و حمایت فعالان این صنعت بتوانیم مانند سایر کشورهای توسعه‌یافته بخش درخوری از تولید ناخالص داخلی کشورمان را از راه اقتصاد دیجیتال فرهنگ به دست آوریم.

**گزارش مقایسه‌ای
رفتارهای مصرفی
کودکان ۳ تا ۵ سال**



۱- یافته های پژوهش

هرجا که پاسخگو امکان انتخاب بیش از یک گزینه را داشته، جمع جدول نیامده است.

۱-۱. استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده
۶۴,۶	بلی	۶۸,۱	بلی	۶۵,۷	بلی
۳۵,۴	خیر	۳۱,۹	خیر	۳۴,۳	خیر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

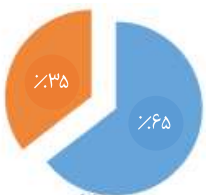
جدول شماره ۱-۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده کودک از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

در سوالی از پاسخگویان پرسیده شد که «این روزها کودکان هم از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت و اینها استفاده می کنند، کودک شما چطور؟» براساس یافته های جدول فوق، حدود ۶۶ درصد از جمعیت مورد مطالعه در هر سه گروه اظهار کرده اند که کودکانشان از وسایل الکترونیکی مثل موبایل و تبلت استفاده می کند.

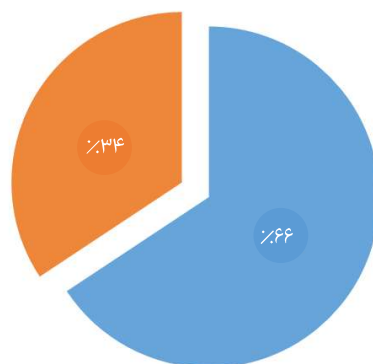


شهرهای عمده

باقی شهرها



کل کشور



بلی
خیر

نمودار شماره ۱-۱: نمایش پاسخگویان بر حسب استفاده کودک از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

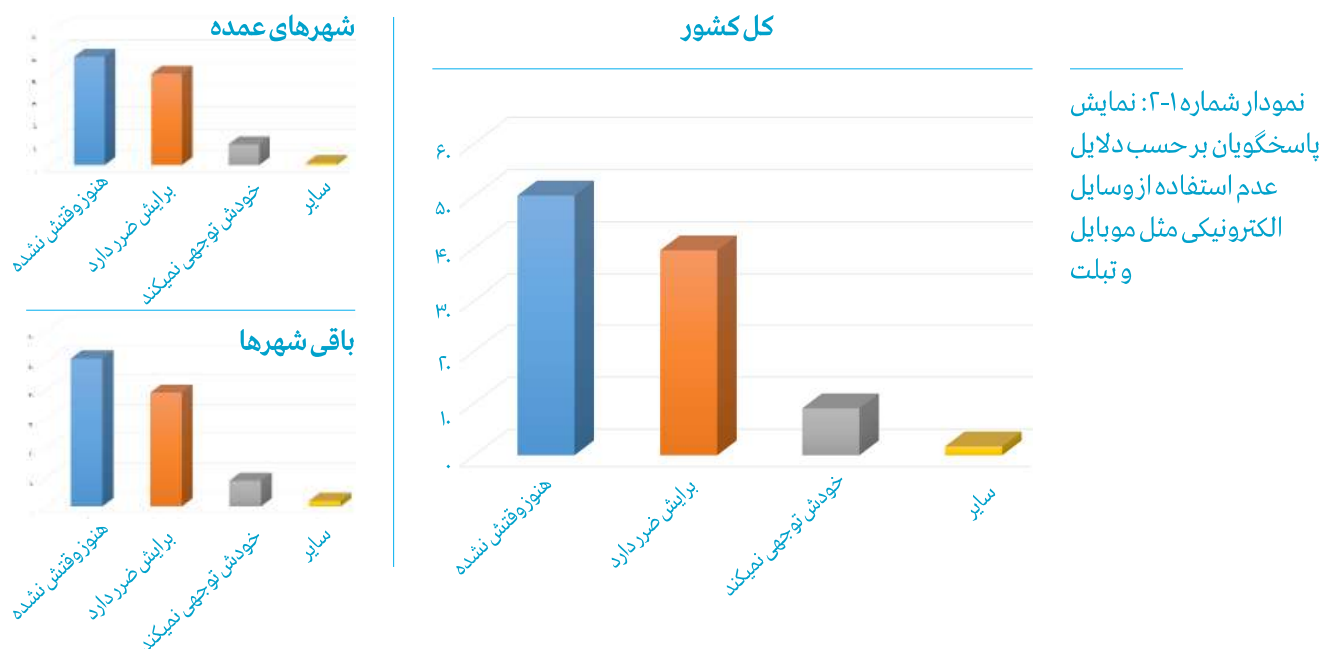
میزان استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت در شهرهای عمده چهار درصد بیش از سایر شهرها است. با افزایش سن کودکان یعنی مقاطع سنی شش تا یازده سال و پس از آن، بر تعداد استفاده‌کنندگان از موبایل و تبلت افزوده می‌شود. لذا باید ۶۶ درصد را حداقل میزان استفاده گروه کودکان و نوجوانان از موبایل و تبلت دانست. استفاده از این وسایل، با سن و با میزان تحصیلات والدین ارتباط معناداری ندارد.

۱-۲. دلایل عدم استفاده از وسایل الکترونیکی مثل موبایل و تبلت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	استفاده	درصد	استفاده	درصد	استفاده
۵۰٫۵	هنوز وقتش نشده	۴۸٫۷	هنوز وقتش نشده	۵۰	هنوز وقتش نشده
۳۸٫۸	برایش ضرر دارد	۴۱	برایش ضرر دارد	۳۹٫۵	برایش ضرر دارد
۸٫۸	خودش توجهی نمی‌کند	۹٫۴	خودش توجهی نمی‌کند	۹	خودش توجهی نمی‌کند
۱٫۹	سایر	۰٫۹	سایر	۱٫۷	سایر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۲: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب دلایل عدم استفاده از وسایل الکترونیکی مثل موبایل و تبلت

والدین در نیمی از موارد دلایل استفاده نکردن از موبایل را این اعلام کرده اند که بچه‌شان کوچک است و هنوز زمان مناسبی برای خرید و یا استفاده از موبایل نیست. حدود چهار درصد موارد هم ضرر داشتن موبایل را دلیل استفاده نکردن گفته اند. این عامل همبستگی بالایی با نگرانی‌های خانواده‌ها در مورد زیان آور بودن استفاده از موبایل برای کودکان دارد که می‌توان با اتکا به آن در مورد آرایه‌ی دیوایس مناسب تصمیم گرفت.



والدینی که دارای تحصیلات دانشگاهی بوده‌اند کمتر معتقد به پایین بودن سن بچه‌ها برای استفاده از این وسایل بوده‌اند و در مقابل، میزان اعتقاد بیشتری به ضرر داشتن این وسایل برای بچه‌ها داشته‌اند.

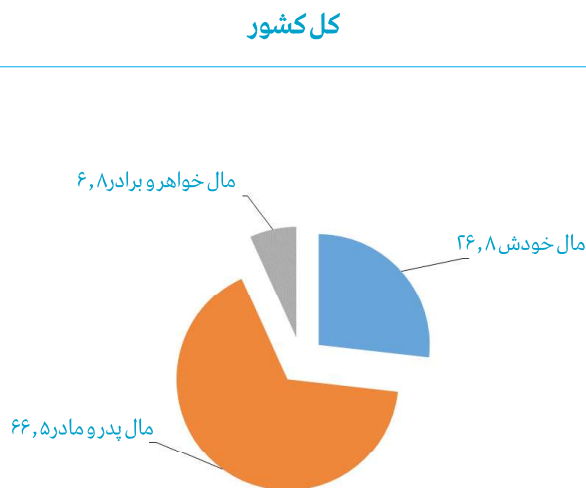
کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیردانشگاهی		
۵۰٫۹	۴۶٫۹	۵۳٫۹	هنوز وقتش نشده	چرا کودک شما از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت و اینها استفاده نمی‌کند؟
۴۰٫۱	۴۶٫۹	۳۵٫۰	برایش ضرر دارد	
۹٫۰	۶٫۲	۱۱٫۱	خودش توجهی نمی‌کند	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۶٫۶۳۳			مقدار خی دو	
۰٫۱۳۲			ضریب کرامر	
۰٫۰۳۶			سطح معناداری	

۳-۱ مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

درسوالی از پاسخگویانی که اظهار داشته‌اند که کودک از وسایل الکترونیکی مثل موبایل و تبلت استفاده می‌کند پرسیده شد که «آیا تبلت یا موبایل مال کودک است؟» داده‌های جدول فوق، نشان می‌دهد که کمی کم‌تر از سی درصد در هر سه گروه شهرها، خود کودک صاحب دستگاه موبایل است. حدود ۵٪ از کودکان از موبایل خواهر یا برادر استفاده می‌کنند و عمده‌ی استفاده از موبایل پدر و مادر است

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	نوع مالکیت	درصد معتبر	نوع مالکیت	درصد معتبر	نوع مالکیت
۲۶,۴	مال خودش	۲۷,۵	مال خودش	۲۶,۸	مال خودش
۶۶	مال پدر مادر	۶۷,۴	مال پدر مادر	۶۶,۵	مال پدر مادر
۷,۶	مال خواهر و برادر	۵	مال خواهر و برادر	۶,۸	مال خواهر و برادر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۳-۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت



نمودار شماره ۳-۱: نمایش پاسخگویان بر حسب مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

۴-۱. زمان شروع استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	زمان شروع استفاده	درصد معتبر	زمان شروع استفاده	درصد معتبر	زمان شروع استفاده
۴,۱	از شش ماهگی	۵	از شش ماهگی	۴,۴	از شش ماهگی
۱۳	از یک سالگی	۱۶,۵	از یک سالگی	۱۴,۲	از یک سالگی
۳۰,۵	از دو سالگی	۲۹,۶	از دو سالگی	۳۰,۱	از دو سالگی
۲۸,۳	از سه سالگی	۲۸,۱	از سه سالگی	۲۸,۲	از سه سالگی
۲۰,۴	از چهار سالگی	۱۸,۸	از چهار سالگی	۱۹,۹	از چهار سالگی
۳,۷	از پنج سالگی	۱,۹	از پنج سالگی	۳,۱	از پنج سالگی
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۴-۱: نمایش پاسخگویان بر حسب زمان شروع استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

از والدینی که فرزندشان از موبایل استفاده می کند پرسیده شد «از کی شروع کرده اند که از این جور وسیله ها استفاده کند؟» بالاترین پاسخ ها از دو تا ۴ سالگی است. چنانچه برنامه ریزی لازم باشد باید از سن دو سالگی آغاز گردد. نکته ی مهم این که در بین افرادی که کودکان شان از موبایل استفاده می کنند، در ۵ سالگی تنها عده ی بسیار اندکی هستند که کار با موبایل را تازه تجربه می کنند. به عبارت دیگر در ۵ سالگی دو سه سال است که کودک به تناوب موبایل در دسترسش بوده است. تحصیلات و سن والدین، تفاوت معناداری ایجاد نمی کند.



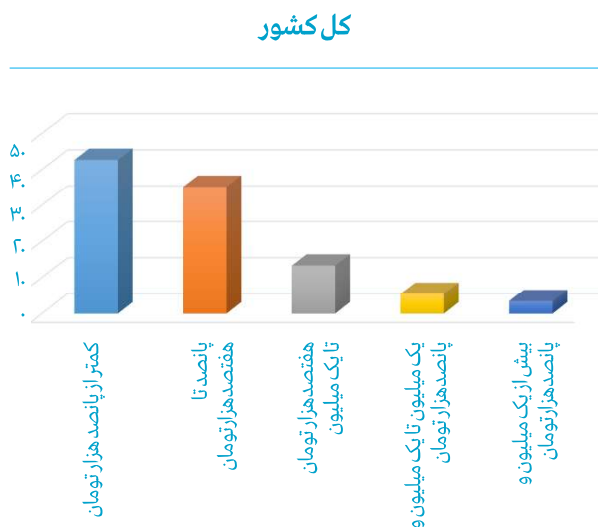
نمودار شماره ۴-۱: نمایش پاسخگویان بر حسب زمان شروع استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

۵-۱. ارزش ریالی گوشی تلفن همراه

جدول شماره ۵-۱: نمایش پاسخگویان بر حسب ارزش ریالی گوشی تلفن همراه

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	میزان	درصد	میزان	درصد	میزان
۴۲,۳	کم تر از ۵۰۰ هزار تومان	۴۳,۵	کم تر از ۵۰۰ هزار تومان	۴۲,۷	کم تر از ۵۰۰ هزار تومان
۳۷,۱	۵۰۰ تا ۷۰۰ هزار تومان	۳۱,۴	۵۰۰ تا ۷۰۰ هزار تومان	۳۵,۲	۵۰۰ تا ۷۰۰ هزار تومان
۱۳,۱	۷۰۰ هزار تومان تا ۱ میلیون	۱۳,۷	۷۰۰ هزار تومان تا ۱ میلیون	۱۳,۳	۷۰۰ هزار تومان تا ۱ میلیون
۴,۴	۱ میلیون تا ۱ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان	۷,۵	۱ میلیون تا ۱ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان	۵,۴	۱ میلیون تا ۱ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان
۳,۲	بیش از ۱ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان	۳,۹	بیش از ۱ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان	۳,۴	بیش از ۱ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول فوق میزان ارزش ریالی گوشی تلفن همراهی را نشان می‌دهد که کودک از آن استفاده می‌کند. براساس یافته‌های جدول فوق، گوشی حدود دو سوم از کل پاسخ‌گویان، کم از ۷۰۰ هزار تومان قیمت داشته و بیش از ۴۰ درصد کم تر از ۵۰۰ هزار تومان. تنها حدود ۴ درصد از افراد قیمت گوشی شان بیش از یک میلیون و پانصد هزار تومان بوده است.



نمودار شماره ۵-۱: نمایش پاسخگویان بر حسب ارزش ریالی گوشی تلفن همراه

والدین دارای تحصیلات دانشگاهی، هزینه بیشتری برای گوشی تلفن همراه فرزندشان پرداخت کرده‌اند

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۴۲,۷	۳۳,۴	۵۰,۰	کمتر از ۵۰۰ هزار تومان	قیمت گوشی
۳۵,۴	۳۵,۶	۳۵,۲	۵۰۰ تا ۷۰۰ هزار تومان	
۲۲,۰	۳۱,۰	۱۴,۸	۷۰۰ تا یک میلیون	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۳۳,۴۰		مقدار خی دو	
	۰,۲۱۳		ضریب کرامر	
	۰,۰۰۰		سطح معناداری	

والدین دهه شصتی هزینه بیشتری نسبت به والدین دهه پنجاهی برای موبایل فرزندشان پرداخت کرده‌اند.

کل نمونه	گروه های سنی			
	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۴۱,۸	۵۰,۵	۳۸,۵	کمتر از ۵۰۰ هزار تومان	قیمت گوشی
۳۴,۶	۲۳,۶	۳۸,۷	۵۰۰ تا ۷۰۰ هزار تومان	
۲۳,۶	۲۵,۸	۲۲,۸	۷۰۰ تا یک میلیون	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۱۳,۸۴۳		مقدار خی دو	
	۰,۱۴۳		ضریب کرامر	
	۰,۰۰۱		سطح معناداری	

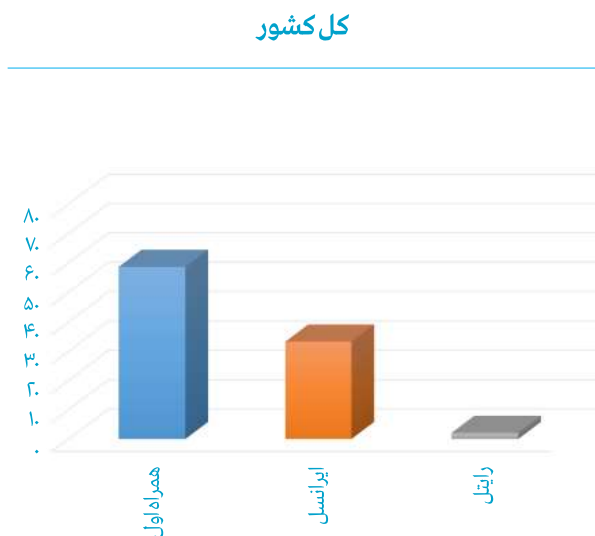
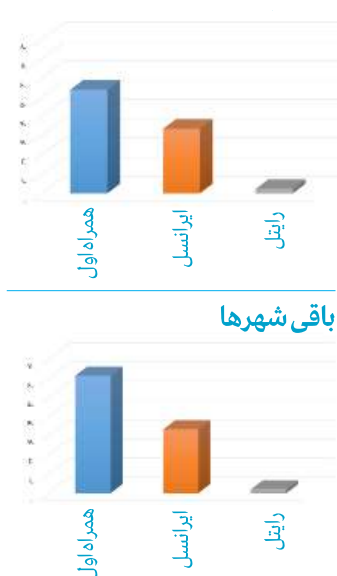
۱-۶. نوع سیم کارت



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع سیم کارت	درصد	نوع سیم کارت	درصد	نوع سیم کارت
۶۱,۲	همراه اول	۵۳,۷	همراه اول	۵۸,۶	همراه اول
۳۳,۳	ایرانسل	۳۳,۵	ایرانسل	۳۳,۳	ایرانسل
۲	رایتل	۲,۳	رایتل	۲,۱	رایتل
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۶: نمایش پاسخگویان بر حسب نوع سیم کارت

در سوال دیگری از پاسخگویان در خصوص نوع سیم کارت پرسیده شد. براساس یافته‌های جدول فوق می‌توان دریافت که بیشترین نوع سیم کارت همراه اول بوده است. دلیل اش هم فراوانی حدود ۶۰ درصدی استفاده‌ی کودکان از موبایل پدر و مادر است که به نظر می‌رسد از همراه اول استفاده می‌کنند.



نمودار شماره ۱-۶: نمایش پاسخگویان بر حسب نوع سیم کارت

۷-۱. موارد استفاده از گوشی توسط کودک

جدول شماره ۷-۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب موارد استفاده از گوشی

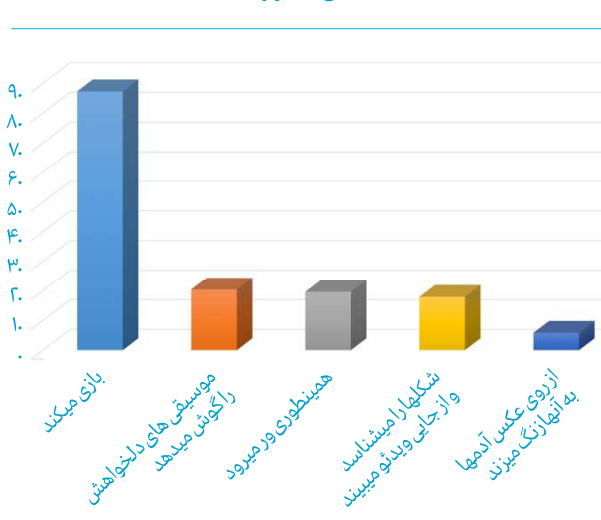
باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	موارد استفاده	درصد	موارد استفاده	درصد	موارد استفاده
۸۸,۱	بازی می کند	۸۵,۸	بازی می کند	۸۷,۳	بازی می کند
۲۰,۵	موسیقی های دلخواهش رو گوش می دهد	۲۰	موسیقی های دلخواهش رو گوش می دهد	۲۰,۴	موسیقی های دلخواهش رو گوش می دهد
۲	همین طوری ور میرود	۱۸,۸	همین طوری ور می رود	۱۹,۶	همین طوری ور میرود
۱۹,۲	شکلها رو می شناسد و از جایی ویدیو می بیند	۱۵,۴	شکلها رو می شناسد و از جایی ویدیو می بیند	۱۷,۹	شکلها رو می شناسد و از جایی ویدیو می بیند
۶,۳	از روی عکس آدمها بهشون زنگ می زند	۵	از روی عکس آدمها بهشون زنگ می زند	۵,۸	از روی عکس آدمها بهشون زنگ می زند

در این سوال از پاسخگویان پرسیده شد که «کودک شما گوشی رو که دست میگیره بیشتر چه کار میکنه؟» براساس داده های جدول فوق، بیشترین مورد استفاده بازی کردن است. این عنصر در طراحی محصول برای این سگمنت بسیار مهم است. تفاوت محسوسی بین شهرهای عمده و سایر شهرها وجود ندارد.

شهرهای عمده



کل کشور



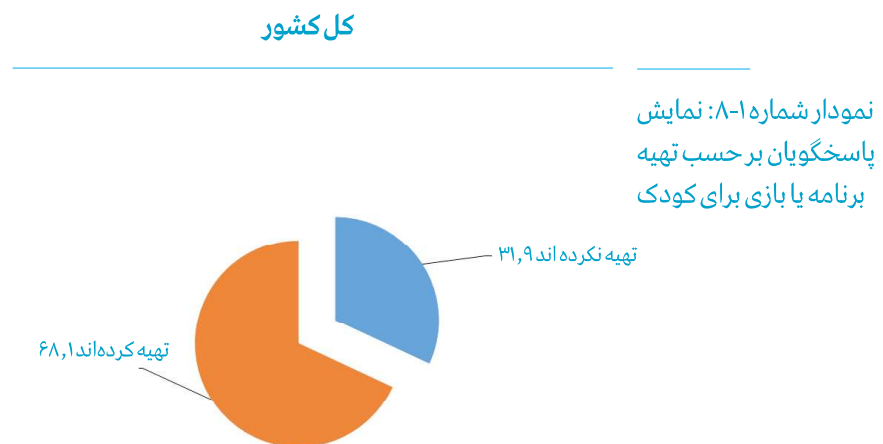
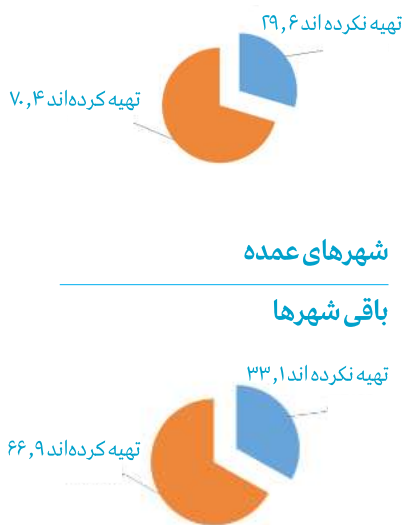
نمودار شماره ۷-۱: نمایش پاسخگویان بر حسب موارد استفاده از گوشی

۸-۱. تهیه برنامه یا بازی برای کودک

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
تهیه بازی	درصد	تهیه بازی	درصد	تهیه بازی	درصد
تهیه نکرده اند	۳۳,۱	تهیه نکرده اند	۲۹,۶	تهیه نکرده اند	۳۱,۹
تهیه کرده اند	۶۶,۹	تهیه کرده اند	۷۰,۴	تهیه کرده اند	۶۸,۱
جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰

جدول شماره ۸-۱: نمایش پاسخگویان بر حسب تهیه برنامه یا بازی برای کودک

همانطور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، اکثریت پاسخگویان (حدود ۷۰ درصد) برنامه یا بازی برای فرزندشان تهیه کرده‌اند. میزان تهیه بازی برای کودکان، در شهرهای عمده چهار درصد بیش از باقی شهرها بوده است. سن و تحصیلات والدین، تفاوت معناداری در نتایج ایجاد نمی‌کند.



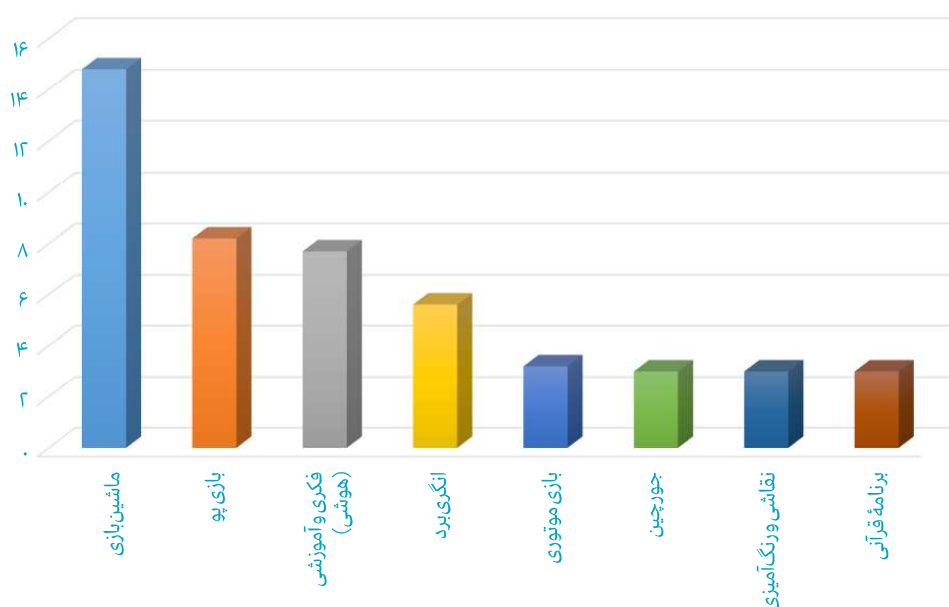
۹-۱. نام برنامه یا بازی تهیه شده برای کودک

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نام بازی	درصد	نام بازی	درصد	نام بازی
۱۵,۲	ماشین بازی	۱۴,۱	ماشین بازی	۱۴,۸	ماشین بازی
۹,۸	بازی پو	۶,۵	انگری برد	۸,۲	بازی پو
۹,۱	فکری و آموزشی(هوشی)	۵,۳	بازی پو	۷,۷	فکری و آموزشی(هوشی)
۵,۱	انگری برد	۵,۳	فکری و آموزشی(هوشی)	۵,۶	انگری برد
۴,۱	جورچین	۲,۹	بازی‌های آرایشی	۳,۲	بازی موتوری
۳,۷	نقاشی و رنگ آمیزی	۲,۹	قطار شادی	۳	جورچین
۳,۷	بازی موتوری	۲,۹	فوتبال	۳	نقاشی و رنگ آمیزی
۳,۴	برنامه قرآنی	۲,۹	آموزش زبان	۳	برنامه قرآنی
۳	تفنگ بازی	۲,۴	بازی موتوری	۲,۸	بازی‌های آرایشی
۳	حروف الفبا	۲,۴	برنامه قرآنی	۲,۶	حروف الفبا
۲,۷	بازی‌های آرایشی	۲,۴	پازل	۲,۶	قطار شادی
۲,۴	تام و جری	۲,۴	باربی	۲,۴	پازل
۲,۴	پازل	۲,۴	باب اسفنجی	۲,۱	فوتبال
۲,۴	قطار شادی	۲,۴	بازی عروسکی	۲,۱	تفنگ بازی

جدول شماره ۹-۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نام برنامه یا بازی تهیه شده برای کودک

در ادامه از پاسخگویان در خصوص نام برنامه یا بازی ای که برای کودک تهیه شده است پرسیده شد. همچنانکه در جدول فوق مشاهده می‌شود تنوع بازی و برنامه‌های عنوان شده از سوی پاسخگویان بسیار زیاد است. ماشین بازی، پو، بازی فکری و آموزشی(هوشی) و انگری برد بیشترین فراوانی را در میان بازی‌های اعلام شده دارند. شاید بر اساس این بازی‌های محبوب بتوان الگویی برای طراحی محصول یافت. چه خصایصی درین بازی‌ها هست که برای کودکان این سگمنت جذاب است. وجه

مشترک این بازی‌ها کدام است. با توجه به این که تحقیق حاضر نتوانسته به صورت معناداری تفاوت میان دختر و پسر را در استفاده از بازی‌ها نشان دهد، می‌توان پیمایش دیگری طراحی کرد تا دقت بیش‌تری هم حاصل آید.



نمودار شماره ۹-۱: نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب نام برنامه یا بازی تهیه شده برای کودک

بازی‌های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب درصد فراوانی در کل کشور:

تام و جری، باربی، کلش، باب اسفنجی، گربه سخنگو، آموزش زبان، دکتر بازی، مرد عنکبوتی، کلاه قرمزی، برنامه کارتون، abc یا شعرهای کودکانه، بن تن، قطار بازی، بازی سکه، تام سخنگو، بازی‌های دخترانه، بازی با حیوانات، پرنسس، بازی دخترانه مرحله ای، کلیپهای کودکانه، شبیه سازی، بازی عروسکی، اشکال، ساب وی، شبیه سازی عروسکی، مدرسه شادی، ریاضی، Tom Gold Run، دنیو، اسکیت، باقلوا، بچه داری، قارچ خور، بازی عفاف و حجاب، تیر و کمان، هی تاکسی، خونه بازی و رنگ بازی، sonjo، اکشن، درست کردن کیک، Gta، my Tom گربه، قصه گویی، معمایی، تعدادش زیاده، مرغی، بستنی ساز، مراقبت از کودک، دونده مترو، کیتی، کودک دانا، کودک نابغه، ام نو، مارو پله، تیکن ۳، هفتمین محله (هشتمین محله)، هوش برتر، آشپزی، توپ و میدان، آهنگ

حسنى، رانندگى، بازى آموزشى کودک، مهره، جناب ران، plantsvs، کدو قل
 قل زن، فيلم مختار، بت من، درسى، دومينو، ورزشى، بازى مناسب سنش،
 تيراندازى، بازى کارتنى، دایناسور، پلیس و دزد، پلنگ صورتى، چتر بازى، کوزه
 گرى، بازى چهره، Flcom mado، Deal for speed، زبان کوچولو، اعداد،
 ترانه، فيلم انیمیشن، hand، مورچه کشتن، سلاحشوران، میشا و ماشا، مسابقه
 سرعت، خونه تمیز کردن، اشکال هندسى، سکه خور، جوجه تیغى، سیونیک،
 السا، طراحى، برنامه رنگین کمان، داستان، PES، ماى کوكینگ، بازى اما، شعر،
 Need for speed، موى moy، بازى خرگوش، رنگها(رنگشناسى)، حسنى، بازى
 هیرسالن، عمو پورنگ، baby bay، شکارچى، سارا، خمودات، مزرعه شادى،
 برنامه سوال و جواب، خروس دونده، خروس جنگى، میوه بازى، حیوان شناسى،
 ملوان کوچولو، تاکسى، آجر بلوک، توپ، صدای حیوانات، Toys، عمو نوروز،
 انیمیشن، ایما.

بازی‌های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب درصد فراوانی در شهرهای عمده:



نقاشى و رنگ آمیزى، حروف الفبا، گربه سخنگو، دکتر بازى، مرد عنكبوتى، بن تن،
 قطار بازى، بازى‌های دخترانه، جورچین، تام و جری، کلش، برنامه کارتون، تام
 سخنگو، بازى دخترانه مرحله ای، کلیپهای کودکانه، اشکال، ساب وی، مدرسه
 شادى، بچه دارى، قارچ خور، بازى عفاف و حجاب، تیرو کمان، تعدادش زیاده،
 بستنى ساز، دونده مترو، تفنگ بازى، کلاه قرمزى، abc یا شعرهای کودکانه،
 بازى سکه، بازى با حیوانات، پرنسس، شبیه سازی عروسكى، ریاضى، اسکیت،
 sonjo، اکشن، درست کردن کیک، مرغى، مراقبت از کودک، کیتى، کودک
 نابغه، ام نو، مار و پله، هفتمین محله(هشتمین محله)، توپ و میدان، رانندگى،
 بازى آموزشى کودک، مهره، بازى مناسب سنش، تيراندازى، Deal for speed،
 Flcom mado، زبان کوچولو، اعداد، hand، مورچه کشتن، شعر، Need for
 speed، بازى هیرسالن، عمو پورنگ، baby bay، شکارچى، سارا، خمودات،
 مزرعه شادى، صدای حیوانات، Toys، عمو نوروز، ایما.

بازی‌های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب درصد فراوانی در سایر شهرها:

کلش، فوتبال، باربی، کلاه قرمزی، باب اسفنجی، abc یا شعرهای کودکانه، بازی سکه، گریه سخنگو، دکتر بازی، شبیه سازی، بازی با حیوانات، پرنسس، برنامه کارتون، مرد عنکبوتی، تام سخنگو، Tom Gold Run، دنیو، باقلوا، هی تاکسی، بن تن، خونه بازی و رنگ بازی، شبیه سازی عروسکی، قطار بازی، بازی دخترانه مرحله ای، آموزش زبان، ریاضی، کلیپهای کودکانه، myTom، GTA، گریه، قصه گویی، معمایی، بازی‌های دخترانه، کودک دانا، اسکیت، تیکن ۳، اشکال، ساب وی، هوش برتر، آشپزی، آهنگ حسنی، جناب ران، sonjo، plantsvs، کدو قل قل زن، فیلم مختار، بت من، مدرسه شادی، درسی، دومینو، ورزشی، اکشن، بازی کارتنی، دایناسور، پلیس و دزد، پلنگ صورتی، چتر بازی، درست کردن کیک، کوزه گری، بازی چهره، ترانه، فیلم انیمیشن، مرغی، سلحشوران، میشا و ماشا، مراقبت از کودک، مسابقه سرعت، خونه تمیز کردن، اشکال هندسی، سکه خور، جوجه تیغی، سیونیک، السا، طراحی، برنامه رنگین کمان، داستان، PES، مای کوکینگ، بازی اما، موی moy، بازی خرگوش، رنگها(رنگشناسی)، حسنی، برنامه سوال و جواب، کیتی، خروس دونده، خروس جنگی، میوه بازی، حیوان شناسی، ملوان کوچولو، تاکسی، آجر بلوک، توپ، انیمیشن.

۱-۱. چگونگی تهیه برنامه یا بازی

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	محل تهیه	درصد	محل تهیه	درصد	محل تهیه
۶۱,۷	بازار	۵۷,۵	بازار	۶۰,۲	بازار
۲۶,۸	اینترنت	۲۵,۱	اینترنت	۲۶,۳	اینترنت
۱,۸	اپ استور	۱,۱	اپ استور	۱,۵	اپ استور
۰,۶	پلی استور	۱,۱	پلی استور	۰,۸	پلی استور
۰,۳	ایران اپز	۰,۶	ایران اپز	۰,۴	ایران اپز
-	مای اپز	۱,۱	مای اپز	۰,۴	مای اپز
۰,۳	اول مارکت	۰,۶	اول مارکت	۰,۴	اول مارکت
-	مای کت هپ	۰,۶	مای کت هپ	۰,۲	مای کت هپ

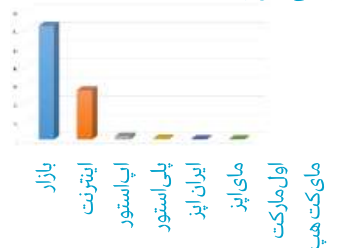
جدول شماره ۱-۱: نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب محل تهیه برنامه یا بازی

همان گونه که در جدول فوق ملاحظه می شود، حدود ۶۰ درصد از پاسخگویان اعلام کرده اند که از بازار برنامه یا بازی برای کودک خود تهیه کرده اند. میزان تهیه برنامه یا بازی از بازار، در شهرهای عمده چهار درصد کمتر از باقی شهرها بوده است. تحصیلات و سن والدین، تفاوت محسوسی در محل تهیه برنامه و بازی برای کودکان ایجاد نمی کند.

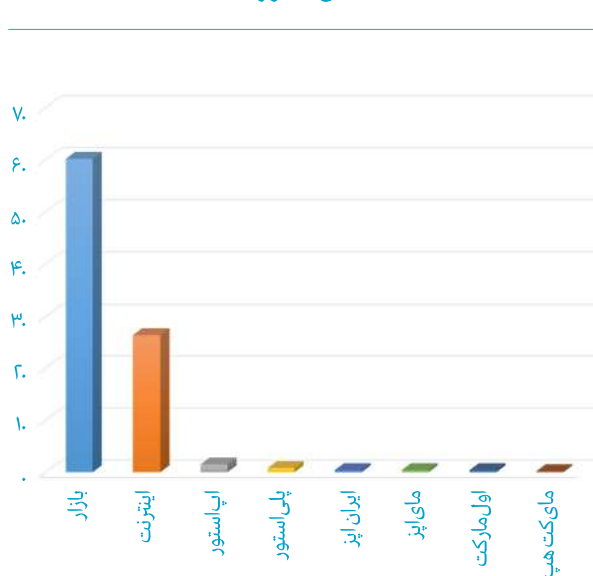
شهرهای عمده



باقی شهرها



کل کشور



نمودار شماره ۱-۱: نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب محل تهیه برنامه یا بازی

۱۱-۱. بازی‌های تک نفره و گروهی

باقی شهرها	
درصد	نوع بازی
۹۶,۷	بازی‌های تک نفره
۳,۳	بازی‌های گروهی
۱۰۰	جمع

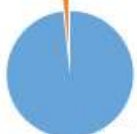
شهرهای عمده	
درصد	نوع بازی
۹۸,۳	بازی‌های تک نفره
۱,۷	بازی‌های گروهی
۱۰۰	جمع

کل کشور	
درصد	نوع بازی
۹۷,۳	بازی‌های تک نفره
۲,۷	بازی‌های گروهی
۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱۱-۱: نمایش پاسخگویان بر حسب بازی‌های تک نفره و گروهی

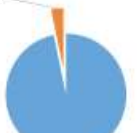
یافته‌های به دست آمده از جدول فوق بیانگر آن است که از میان کسانی که بازی برای فرزندشان تهیه کرده‌اند اکثریت قریب به اتفاق بازی‌های تک نفره را انتخاب کرده‌اند.

بازی‌های گروهی ۱,۷



شهرهای عمده بازی‌های تک نفره ۹۸,۳

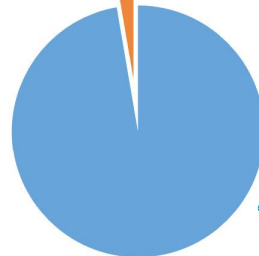
باقی شهرها بازی‌های گروهی ۳,۳



بازی‌های تک نفره ۹۶,۷

کل کشور

بازی‌های گروهی ۲,۷



بازی‌های تک نفره ۹۷,۳

نمودار شماره ۱۱-۱: نمایش پاسخگویان بر حسب بازی‌های تک نفره و گروهی

۱۲-۱. بازی‌های آفلاین و آنلاین

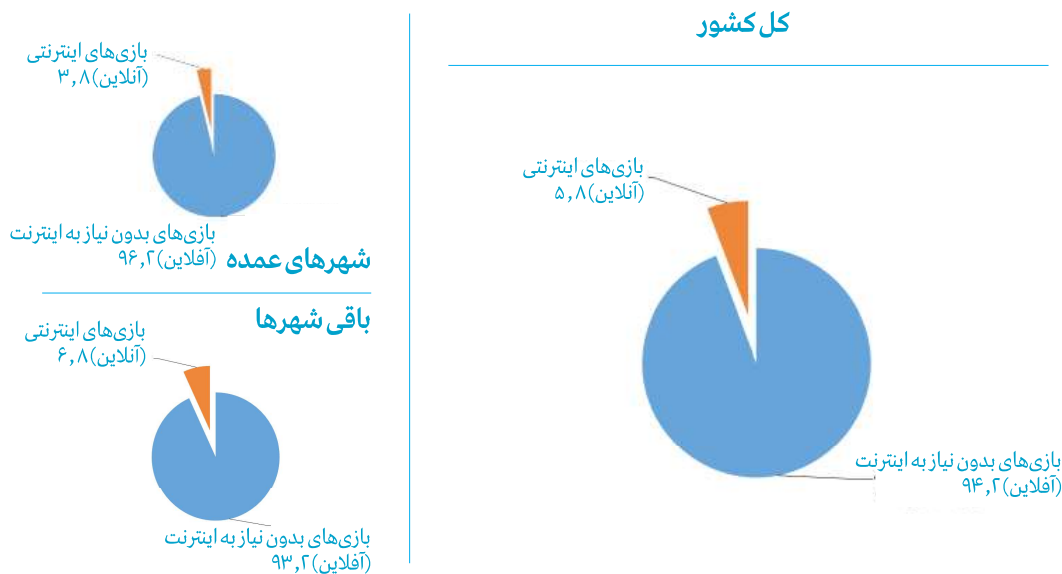
باقی شهرها	
درصد	نوع بازی
۹۳,۲	بازی‌هایی بدون نیاز به اینترنت (آفلاین)
۶,۸	بازی‌های اینترنتی (آنلاین)
۱۰۰	جمع

شهرهای عمده	
درصد	نوع بازی
۹۶,۲	بازی‌هایی بدون نیاز به اینترنت (آفلاین)
۳,۸	بازی‌های اینترنتی (آنلاین)
۱۰۰	جمع

کل کشور	
درصد	نوع بازی
۹۴,۲	بازی‌هایی بدون نیاز به اینترنت (آفلاین)
۵,۸	بازی‌های اینترنتی (آنلاین)
۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱۲-۱: نمایش پاسخگویان بر حسب بازی‌های آفلاین و آنلاین

نمودار شماره ۱-۱۲: نمایش پاسخگویان بر حسب بازی های آفلاین و آنلاین



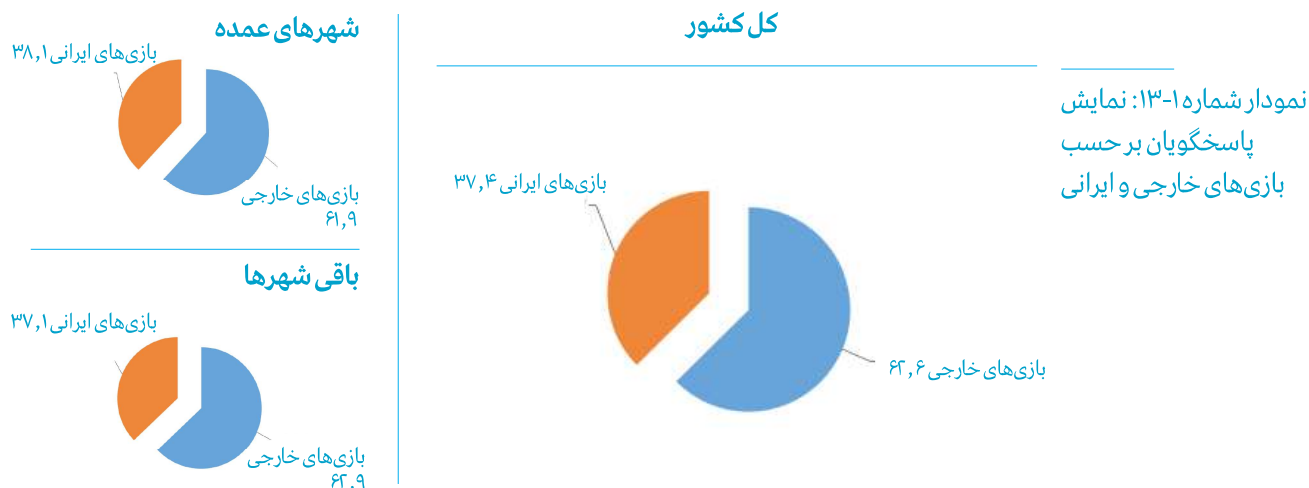
همچنانکه مشاهده می شود اکثریت قابل توجه پاسخگویان (تقریباً ۹۵ درصد) گفته اند که بازی هایی که برای فرزندشان تهیه کرده اند آفلاین بوده و نیازی به اینترنت نداشته است. در طراحی محصول این نکته باید مورد توجه قرار گیرد که درین سگمنت اگر قرار باشد بچه ها بازی کنند به احتمال فراوان آفلاین است، پس امکان ایجاد درآمد از طریق فروش اینترنت به این سگمنت فعلاً منتفی است باید به نوعی بازی طراحی شود که موارد دیگری را تحریک کند که آن موارد دیگر منجر به استفاده از اینترنت شود.

۱-۱۳. بازی های خارجی و ایرانی

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع بازی	درصد	نوع بازی	درصد	نوع بازی
۶۲,۹	بازی های خارجی	۶۱,۹	بازی های خارجی	۶۲,۶	بازی های خارجی
۳۷,۱	بازی های ایرانی	۳۸,۱	بازی های ایرانی	۳۷,۴	بازی های ایرانی
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۱۳: نمایش پاسخگویان بر حسب بازی های خارجی و ایرانی

یافته‌های به دست آمده حاکی از آن است که بیش از ۶۰ درصد بازی‌ها، خارجی بوده است.

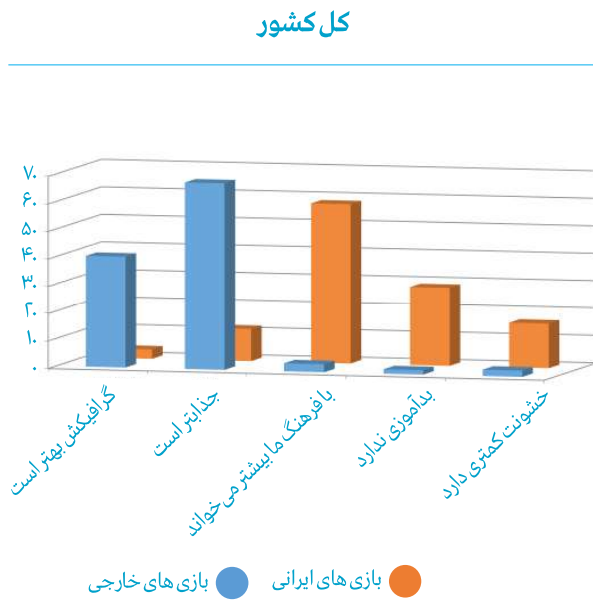
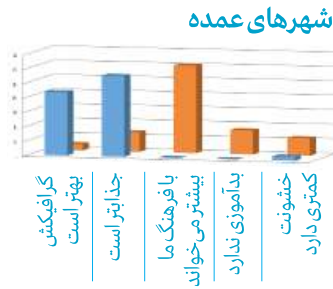


۱-۱۴. چرایی استفاده

درصد	دلایل کل کشور			
	باقی شهرها	شهرهای عمده		
۳۸,۷	۴۳,۹	۴,۵	گرافیک اش بهتر است	بازی های خارجی
۷۴,۴	۵۶,۱	۶۸	جذاب تر است	
۴,۵	-	۲,۹	با فرهنگ ما بیشتر می خواند	
۲,۵	-	۱,۶	بد آموزی ندارد	
۲	۲,۸	۲,۳	خشونت کمتری دارد	
۲,۷	۴,۵	۳,۴	گرافیک اش بهتر است	
۱۰,۶	۱۳,۶	۱۱,۷	جذاب تر است	
۵۶,۶	۶۰,۶	۵۸,۱	با فرهنگ ما بیشتر می خواند	بازی های ایرانی
۳۵,۴	۱۶,۷	۲۸,۵	بد آموزی ندارد	
۱۸,۶	۱۲,۱	۱۶,۲	خشونت کمتری دارد	

جدول شماره ۱-۱۴: نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب چرایی استفاده از بازی های ایرانی و خارجی

همانگونه که در جدول فوق ملاحظه می شود، ۴۰,۶ مهم ترین عوامل استفاده از بازی های خارجی عوامل بصری (جذابیت و گرافیک بهتر) بوده است و مهم ترین عوامل در استفاده از بازی های ایرانی محتوایی. این نشان می دهد که اگر بر اساس محتوا (نداشتن بد آموزی، هم خوانی با فرهنگ کشور) برنامه ای با کیفیت بصری بالاتر تولید شود ضریب موفقیت بالا می رود. البته با توجه به گنگ بودن واژه ی جذاب، نیاز به بررسی بیش تر هست.



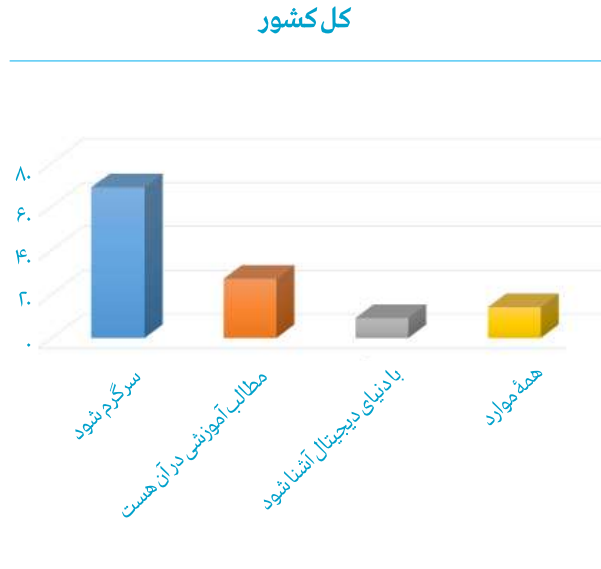
نمودار شماره ۱-۱۴: نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب چرایی استفاده از بازی های ایرانی و خارجی

۱-۱۵. هدف تهیه بازی

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	هدف	درصد	هدف	درصد	هدف
۶۹,۷	سرگرم شود	۶۷	سرگرم شود	۶۸,۸	سرگرم شود
۲۲,۶	مطالب آموزشی در آن هست	۳۵,۷	مطالب آموزشی در آن هست	۲۷,۲	مطالب آموزشی در آن هست
۱۱,۲	دنیاى آینده دنیای دیجیتال است دلم می خواهد بچه ام با این دنیا زودتر آشنا شود	۵,۵	دنیاى آینده دنیای دیجیتال است دلم می خواهد بچه ام با این دنیا زودتر آشنا شود	۹,۲	دنیاى آینده دنیای دیجیتال است دلم می خواهد بچه ام با این دنیا زودتر آشنا شود
۱۵,۳	همه موارد	۱۲,۱	همه موارد	۱۴,۲	همه موارد

جدول شماره ۱-۱۵: نمایش پاسخگویان بر حسب هدف تهیه بازی

اهداف احصا شده از یافته های به دست آمده حاکی از آن است که سرگرمی بیشترین دلیل برای تهیه بازی است. مطالب آموزشی با فاصله زیاد بعد از آن است. توجه به موضوع آموزش، در شهرهای عمده در حدود ۱۳ درصد بیش از باقی شهرها بوده است.



نمودار شماره ۱-۱۵: نمایش پاسخگویان بر حسب هدف تهیه بازی

توجه والدین دارای تحصیلات دانشگاهی به مطالب آموزشی، بیش از والدین دارای تحصیلات غیردانشگاهی است.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات		
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۷۳,۱	۶۴,۴	۸,۷	خیر
۲۶,۹	۳۵,۶	۱۹,۳	بله
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع
	۱۷,۰۴۲		مقدار خی دو
	۰,۱۸۳		ضریب فی
	۰,۰۰۰		سطح معناداری

۱-۱۶. هزینه بازی های کودک



جدول شماره ۱-۱۶: نمایش پاسخگویان بر حسب هزینه بازی های کودک

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	هزینه ی بازی	درصد	هزینه ی بازی	درصد	هزینه ی بازی
۵۲,۳	تا ۲ هزار تومان	۴۲,۸	تا ۲ هزار تومان	۴۹	تا ۲ هزار تومان
۱۶,۷	۳ تا ۵ هزار تومان	۱۶,۷	۳ تا ۵ هزار تومان	۱۶,۷	۳ تا ۵ هزار تومان
۱۱,۸	۶ تا ۱۰ هزار تومان	۵,۲	۶ تا ۱۰ هزار تومان	۹,۵	۶ تا ۱۰ هزار تومان
۴,۹	۱۱ تا ۱۵ هزار تومان	۰	۱۱ تا ۱۵ هزار تومان	۳,۲	۱۱ تا ۱۵ هزار تومان
۲,۲	۱۶ تا ۲۰ هزار تومان	۰,۶	۱۶ تا ۲۰ هزار تومان	۱,۶	۱۶ تا ۲۰ هزار تومان
۰,۳	بیش از ۳۰ هزار تومان	۰	بیش از ۳۰ هزار تومان	۰,۲	بیش از ۳۰ هزار تومان
۱۱,۸	هزینه ای نمی کند. رایگان است	۳۴,۷	هزینه ای نمی کند. رایگان است	۱۹,۸	هزینه ای نمی کند. رایگان است
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

همان گونه که مشاهده می شود نزدیک به نیمی از پاسخگویان در هر سه گروه هزینه بازی فرزندشان را تا ۲ هزار تومان اعلام کرده اند. میزان هزینه پرداخت شده برای بازی کودکان، در شهرهای عمده کمتر از باقی شهرها است. سن و وضعیت تحصیلات والدین، ارتباط مشخصی با میزان هزینه پرداختی نداشته است.

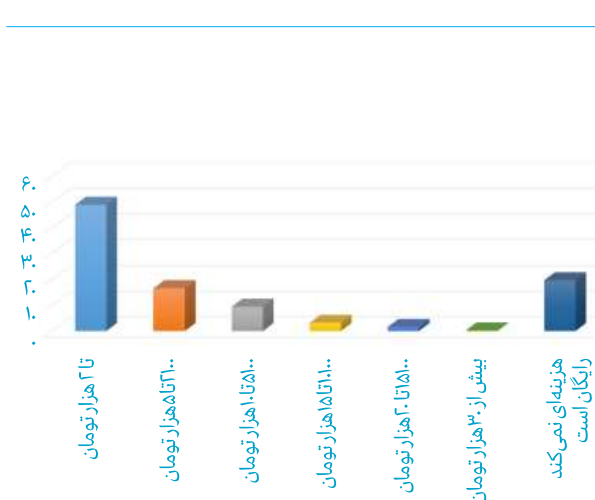
شهرهای عمده



باقی شهرها



کل کشور



نمودار شماره ۱-۱۶: نمایش پاسخگویان بر حسب هزینه بازی های کودک

جدول شماره ۱-۱۷: نمایش

پاسخگویان بر حسب

نگرانی‌ها

۱۷-۱. نگرانی‌های استفاده از وسایل الکترونیکی (موبایل یا تبلت)

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی
۷,۶	ممکنه برای سلامتی اش مضر باشد (اشعه داشته باشد، چشماش ضعیف شود،)	۷۷,۷	ممکنه برای سلامتی اش مضر باشد (اشعه داشته باشد، چشماش ضعیف شود،)	۷۳	ممکنه برای سلامتی اش مضر باشد (اشعه داشته باشد، چشماش ضعیف شود،)
۳۷,۵	عادت می‌کند و نمیگذارد ازش بگیرم	۳۵	عادت می‌کند و نمیگذارد ازش بگیرم	۳۶,۷	عادت می‌کند و نمیگذارد ازش بگیرم
۲۳,۲	منزوی می‌شود و مهارت‌های اجتماعی رو یاد نمی‌گیرد	۲۱,۵	منزوی می‌شود و مهارت‌های اجتماعی رو یاد نمی‌گیرد	۲۲,۶	منزوی می‌شود و مهارت‌های اجتماعی رو یاد نمی‌گیرد
۱۴,۲	ممکنه تماس بگیرد یا پیام اشتباهی بدهد	۱۱,۵	ممکنه تماس بگیرد یا پیام اشتباهی بدهد	۱۳,۳	ممکنه تماس بگیرد یا پیام اشتباهی بدهد
۱۲,۵	آلوده باشد و به دهنش بزند	۱۴,۲	آلوده باشد و به دهنش بزند	۱۳	آلوده باشد و به دهنش بزند
۱۱,۱	ممکن است خرابش کند	۹,۶	ممکن است خرابش کند	۱۰,۶	ممکن است خرابش کند
۱۲,۱	نگرانی ای ندارم	۹,۲	نگرانی ای ندارم	۱۱,۱	نگرانی ای ندارم

در حدود سه چهارم از پاسخگویان، مضر بودن برای سلامتی را از مهم‌ترین دلایل نگرانی استفاده از موبایل و تبلت عنوان کرده‌اند. با توجه به پرسشی که پیش تر هم درباره ی چرایی استفاده نکردن از موبایل بود، این نکته ی مهمی درباره ی این سگمنت است. تنها حدود ده درصد از افراد اظهار کردند که نگرانی ای ندارند. میزان نگرانی از زیانبار بودن استفاده از وسایل الکترونیکی، در شهرهای عمده هفت درصد بیش از باقی شهرها بوده است.



نگرانی از زیان برای سلامتی کودک، در والدین دهه شصتی بیش از والدین دهه پنجاهی است. نتیجه در سایر گروه‌ها از قبیل وضعیت تحصیلات و نسبت با کودک (پدر یا مادر بودن) تفاوت چشمگیری نداشته است.

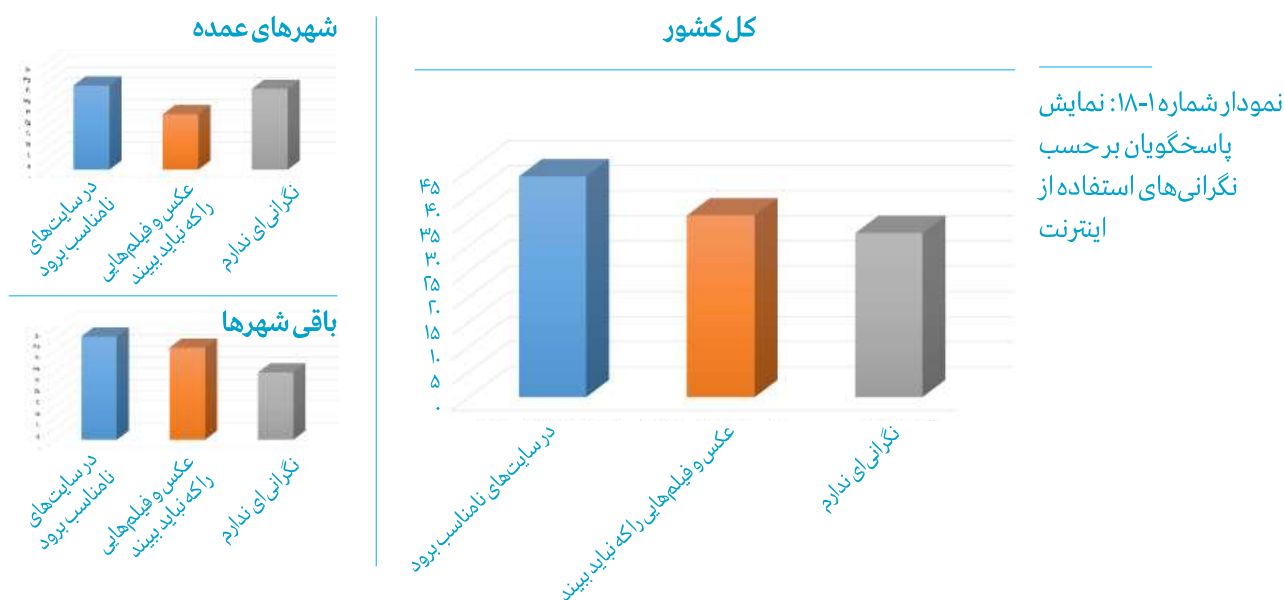
کل نمونه	گروه های سنی			
	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۲۶,۸	۳۵,۱	۲۳,۶	خیر	نگرانی از زیان برای سلامتی
۷۳,۲	۶۴,۹	۷۶,۴	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۹,۱۴۴		مقدار خی دو	
	۰,۱۱۵		ضریب فی	
	۰,۰۰۲		سطح معناداری	

۱۸-۱. نگرانی‌های استفاده از اینترنت



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی
۴۶,۳	ممکن است در سایت‌هایی که برایش نامناسب باشد برود	۳۹	ممکن است در سایت‌هایی که برایش نامناسب باشد برود	۴۳,۹	ممکن است در سایت‌هایی که برایش نامناسب باشد برود
۴۱,۴	عکس‌ها یا فیلم‌هایی را ببیند که نباید ببیند	۲۵,۶	عکس‌ها یا فیلم‌هایی را ببیند که نباید ببیند	۳۶,۱	عکس‌ها یا فیلم‌هایی را ببیند که نباید ببیند
۳۰,۲	نگرانی ای ندارم	۳۷,۴	نگرانی ای ندارم	۳۲,۶	نگرانی ای ندارم

جدول شماره ۱۸-۱: نمایش پاسخگویان بر حسب نگرانی‌های استفاده از اینترنت

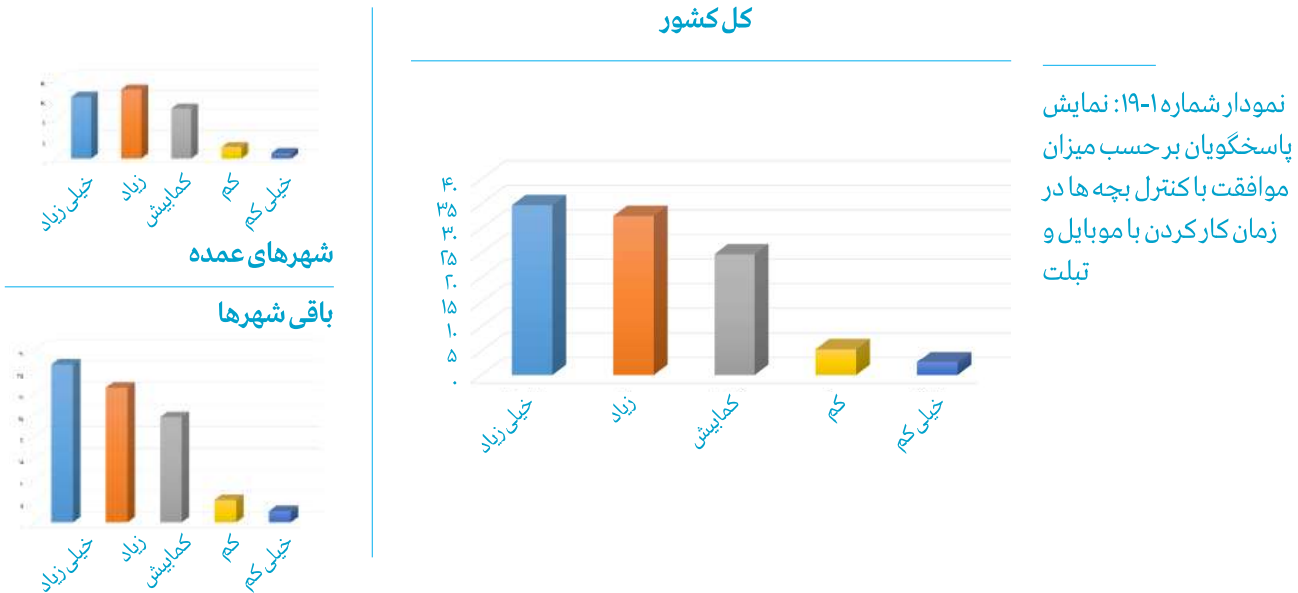


۱۹-۱. میزان موافقت با کنترل بچه‌ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی
۳۶٫۶	خیلی زیاد	۳۱٫۲	خیلی زیاد	۳۴٫۷	خیلی زیاد
۳۱٫۲	زیاد	۳۵	زیاد	۳۲٫۵	زیاد
۲۴٫۴	کما بیش	۲۵٫۳	کما بیش	۲۴٫۷	کما بیش
۵٫۲	کم	۵٫۸	کم	۵٫۴	کم
۲٫۶	خیلی کم	۲٫۷	خیلی کم	۲٫۷	خیلی کم
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۱۹: نمایش پاسخگویان بر حسب میزان موافقت با کنترل بچه‌ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت

در ادامه پرسیده شد «بعضی پدر مادرها فکر می‌کنن وقتی بچه‌ها با موبایل کار می‌کنن باید کنترلشون کرد. شما چقدر با این جور پدر و مادرها موافقید؟» نزدیک هفتاد درصد اظهار کرده‌اند که زیاد و بسیار زیاد موافق کنترل بچه‌ها هستند. سن و تحصیلات و نسبت با کودک (پدر یا مادر بودن)، تفاوت خاصی در نتایج ایجاد نمی‌کند.

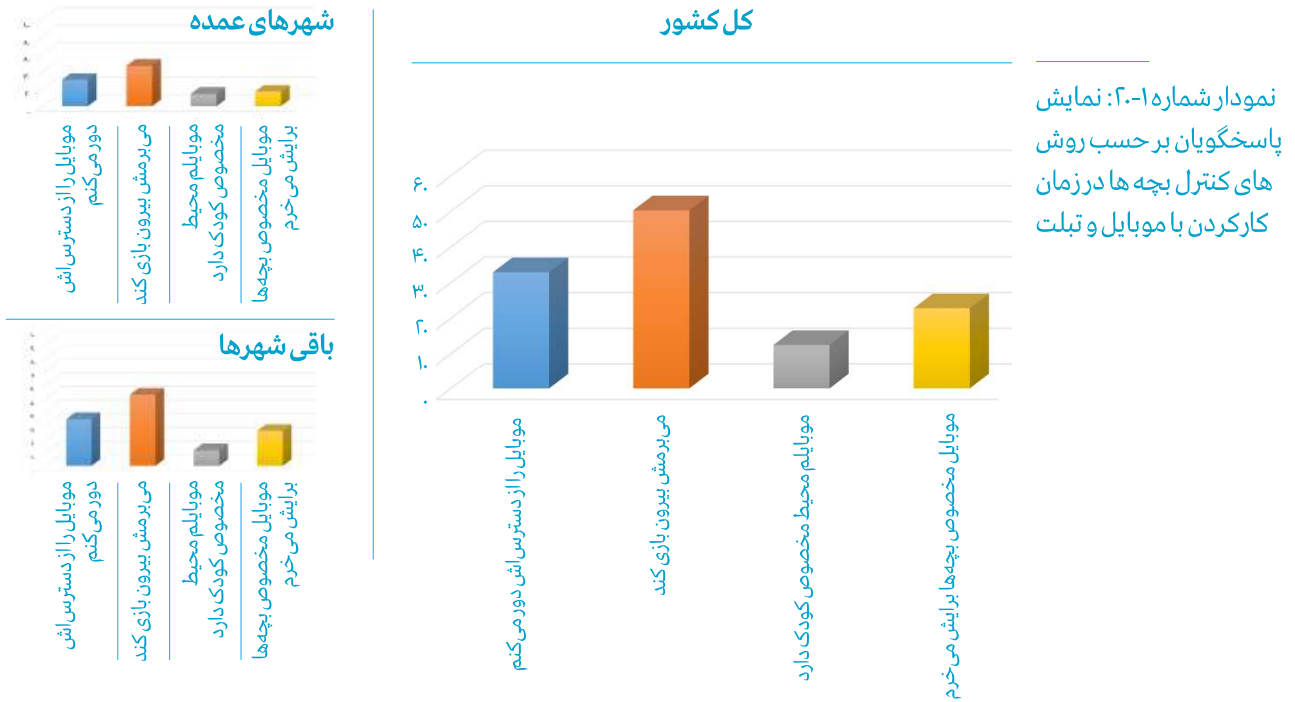


۲۰-۱. روش های کنترل بچه ها در زمان کار کردن با موبایل و تبلت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	روشهای کنترل	درصد	روشهای کنترل	درصد	روش های کنترل
۳۴٫۲	موبایل را از دسترس اش دور میکنم	۳۰٫۵	موبایل را از دسترس اش دور میکنم	۳۲٫۹	موبایل را از دسترس اش دور میکنم
۵۲٫۱	میبرمش بیرون بازی کند	۴۶٫۷	میبرمش بیرون بازی کند	۵۰٫۳	میبرمش بیرون بازی کند
۱۱٫۵	موبایلم محیط مخصوص کودک دارد	۱۴٫۳	موبایلم محیط مخصوص کودک دارد	۱۲٫۵	موبایلم محیط مخصوص کودک دارد
۲۵٫۸	از این موبایل هایی که مال بچه هاست برایش میخرم	۱۷	از این موبایل هایی که مال بچه هاست برایش میخرم	۲۲٫۸	از این موبایل هایی که مال بچه هاست برایش میخرم

جدول شماره ۲۰-۱: نمایش پاسخگویان بر حسب روش های کنترل بچه ها در زمان کار کردن با موبایل و تبلت

در سوالی از پاسخگویان پرسیده شد «به نظرتون چطوری میشه بچه ها رو کنترل کرد؟» حدود پنجاه درصد از والدین بیرون بردن کودکان برای بازی را راهی برای کنترل آن ها دانسته اند و بعد از آن حدود سی درصد از پاسخگویان، دور کردن موبایل را چاره ی کار دانسته اند.



والدین دارای تحصیلات دانشگاهی به‌طور معناداری بیشتر از محیط مخصوص کودک در موبایل استفاده می‌کنند.

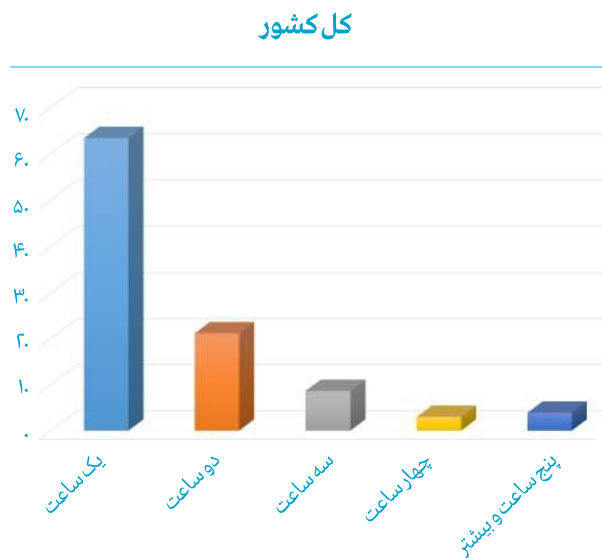
کل نمونه	وضعیت تحصیلات		
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۸۷,۲	۸۴,۲	۸۹,۵	خیبر
۱۲,۸	۱۵,۸	۱۰,۵	بله
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع
	۴,۵۹۲		مقدار خی دو
	۰,۰۷۹		ضریب فی
	۰,۰۳۲		سطح معناداری

۲۱-۱. میزان استفاده از موبایل و تبلت در شبانه روز

همچنان که یافته‌های به دست آمده نشان می‌دهد، بیش از شصت درصد از پاسخگویان اعلام کرده‌اند که کودکشان یک ساعت در شبانه روز از موبایل استفاده می‌کند. مشخصه‌های مربوط به والدین، تفاوت مشخصی در نتایج نشان نمی‌دهد.

جدول شماره ۲۱-۱: نمایش پاسخگویان بر حسب مدت زمان استفاده از موبایل

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	میزان	درصد	میزان	صد درصد	میزان
۶۲,۴	یک ساعت	۶۵,۵	یک ساعت	۶۳,۴	یک ساعت
۲۱,۱	دو ساعت	۲۰,۹	دو ساعت	۲۱,۱	دو ساعت
۸,۲	سه ساعت	۹,۳	سه ساعت	۸,۶	سه ساعت
۳,۶	چهار ساعت	۱,۹	چهار ساعت	۳	چهار ساعت
۴,۸	پنج ساعت و بیشتر	۲,۳	پنج ساعت و بیشتر	۳,۹	پنج ساعت و بیشتر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع



نمودار شماره ۲۱-۱: نمایش پاسخگویان بر حسب مدت زمان استفاده از موبایل

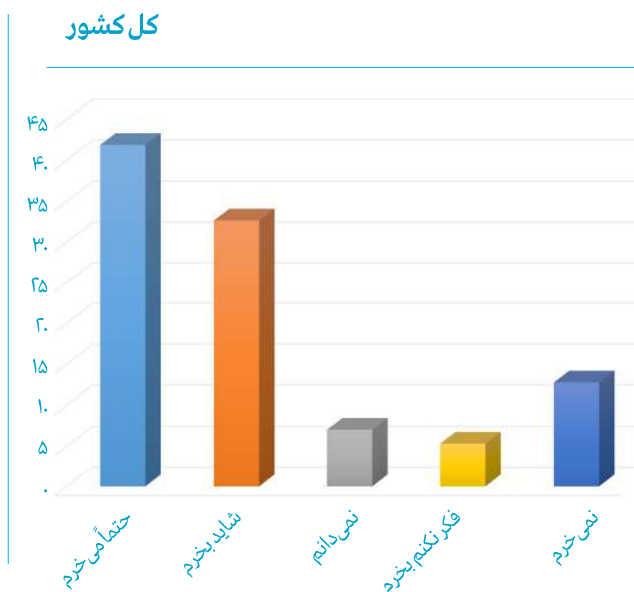
۱-۲۲. خرید موبایل مخصوص کودک



جدول شماره ۱-۲۲: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب خرید موبایل مخصوص کودک

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
میزان	درصد	میزان	درصد	احتمال خرید	درصد
حتماً می‌خرم	۴۵,۸	حتماً می‌خرم	۳۴,۲	حتماً می‌خرم	۴۱,۹
شاید بخرم	۳۰,۹	شاید بخرم	۳۴,۲	شاید بخرم	۳۲,۷
نمی‌دانم	۷,۰	نمی‌دانم	۷,۳	نمی‌دانم	۷,۱
فکر نکنم بخرم	۶,۱	فکر نکنم بخرم	۴,۲	فکر نکنم بخرم	۵,۴
نمی‌خرم	۱۰,۲	نمی‌خرم	۱۸,۱	نمی‌خرم	۱۲,۸
جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰

در سؤال دیگری پرسیده شده بود که «اگه به شما بگن یه موبایلی مخصوص کودکان هست که اشعه مضر نداره و بی خطر، در ضمن برنامه‌های آموزشی سالانه مخصوص کودک داره، چقدر احتمال میدید براش بخرید؟» از میان کل پاسخ‌گویان ۴۲ درصد گفته‌اند که حتماً چنین موبایلی را می‌خرند. این رقم می‌تواند تخمین خامی از تعداد والدینی باشد که کودکانشان اساساً موبایل دارد. به نظر می‌رسد با توجه به آماري که ما از کودکان صاحب موبایل داریم (حدود ۲۵ درصد کل جامعه آماری ما در این سنین) و جمعیت کودکان در سرشماری ۹۰ و ۹۵ می‌توان به عددی حدود ۲۵۰ هزار نفر در کل کشور رسید که احتمال خرید دیوایس از سوی آنها بسیار بالاست. سن و تحصیلات و نسبت با کودک (پدر یا مادر بودن)، تفاوت مشخصی در نتایج نشان نمی‌دهد.



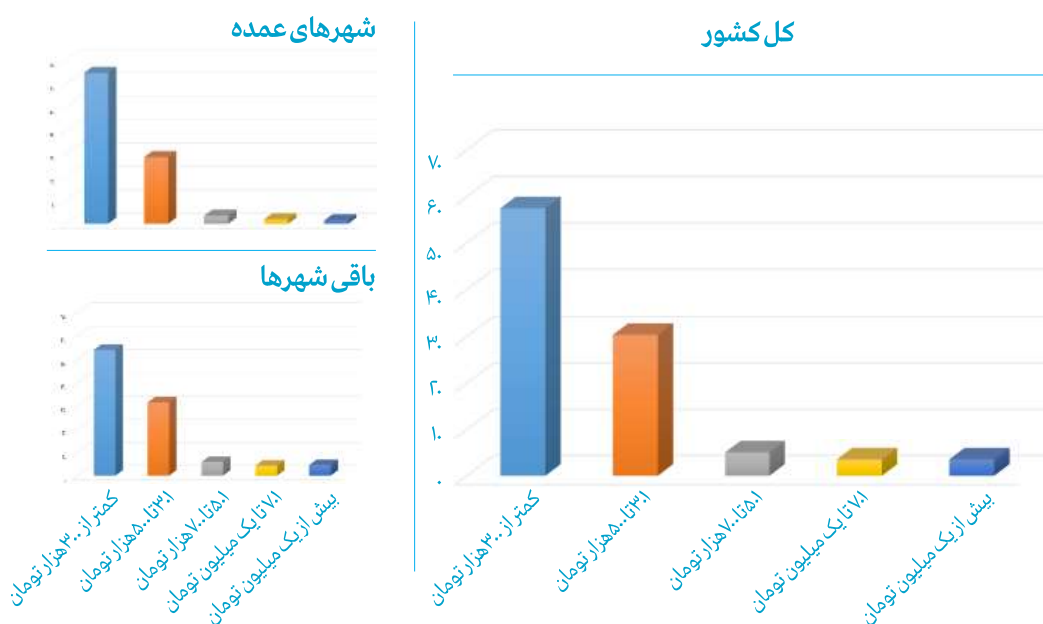
نمودار شماره ۱-۲۲: نمایش پاسخگویان بر حسب میزان خرید موبایل مخصوص کودک

۱-۲۳. میزان هزینه در نظر داشته برای موبایل مخصوص کودک

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	قیمتی که حاضرند بپردازند	درصد	قیمتی که حاضرند بپردازند	درصد	قیمتی که حاضرند بپردازند
۵۴,۱	کمتر از ۳۰۰ هزار تومان	۶۴,۷	کمتر از ۳۰۰ هزار تومان	۵۷,۵	کمتر از ۳۰۰ هزار تومان
۳۱,۳	۳۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان	۲۸,۵	۳۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان	۳,۴	۳۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان
۵,۸	۵۰۱ تا ۷۰۰ هزار تومان	۳,۴	۵۰۱ تا ۷۰۰ هزار تومان	۵	۷۰۰ تا ۱ میلیون تومان
۴,۳	۷۰۱ تا یک میلیون تومان	۱,۹	۷۰۱ تا یک میلیون تومان	۳,۵	۱ تا ۷ میلیون تومان
۴,۵	بیش از یک میلیون تومان	۱,۴	بیش از یک میلیون تومان	۳,۵	بیش از یک میلیون تومان
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۲۳: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان هزینه در نظر داشته برای موبایل مخصوص کودک

داده ها حاکی از آن است که بیش از پنجاه درصد افراد مبلغ مد نظرشان برای خرید کمتر از سیصد هزار تومان است و حدود سی درصد هم بیت سیصد تا پانصد هزار تومان. با توجه به نتایج پرسش پیشین، و با فرض این که کلیه افراد سرجمع سیصد هزار تومان حاضر باشند بپردازند، مبلغ کل در حدود ۷۵۰۰۰۰۰۰ تومان خواهد بود.



نمودار شماره ۱-۲۳: نمایش پاسخگویان بر حسب میزان هزینه در نظر داشته برای موبایل مخصوص کودک

کل نمونه	وضعیت تحصیلات		
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۵۸,۰	۵۱,۴	۶۳,۵	کمتر از ۳۰ هزار تومان
۳,۱	۳۲,۵	۲۸,۲	۳۰ تا ۵۰ هزار تومان
۵,۰	۷,۰	۳,۴	۵۰ تا ۷۰ هزار تومان
۳,۵	۴,۵	۲,۶	۷۰ تا یک میلیون
۳,۳	۴,۵	۲,۳	بیش از یک میلیون
۱,۰	۱,۰	۱,۰	جمع
	۱۲,۹۹		مقدار خن دو
	۰,۱۴۳		ضریب کرامر
	۰,۱۱		سطح معناداری

تا چه قدر حاضرید برای
یه همچین موبایلی
پول بدید

۲- متغیرهای جمعیت شناختی

۲-۱. نسبت پاسخگو با کودک

باقی شهرها	
درصد	نسبت
۲۴,۷	پدر
۷۵,۳	مادر
۱,۰	جمع

شهرهای عمده	
درصد	نسبت
۱۹,۸	پدر
۸۰,۲	مادر
۱,۰	جمع

کل کشور	
درصد	نسبت
۲۳,۱	پدر
۷۶,۹	مادر
۱,۰	جمع

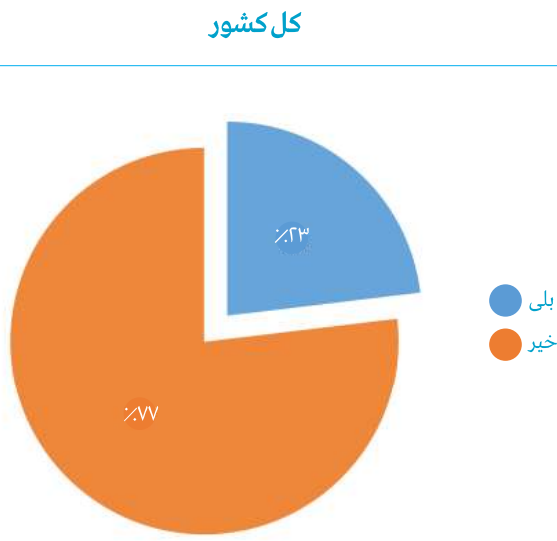
جدول شماره ۲-۱: توزیع
فراوانی افراد بر حسب
نسبت پاسخگو با کودک

با توجه به اینکه بخش اول پرسشنامه باید از والدین کودک (پدر یا مادر کودک) پرسیده می شد، در کل کشور و در باقی شهرها حدود یک چهارم نمونه از میان پدران بوده‌اند.



شهرهای عمده

باقی شهرها



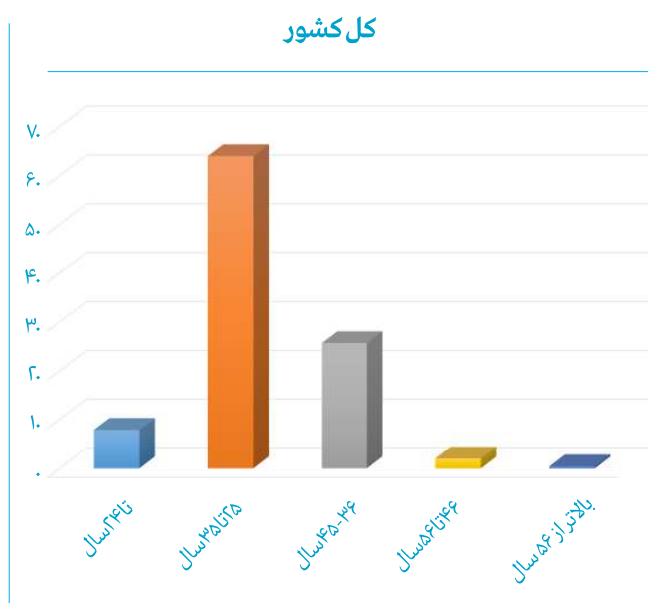
نمودار شماره ۱-۲: توزیع فراوانی افراد بر حسب نسبت پاسخگو با کودک

۲-۲. سن پاسخگو (والدین کودک)

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	سن	درصد معتبر	سن	درصد معتبر	سن
۹	تا ۲۴ سال	۵,۶	تا ۲۴ سال	۷,۹	تا ۲۴ سال
۶۲,۶	۲۵-۳۵ سال	۶۶,۹	۲۵-۳۵ سال	۶۴	۲۵-۳۵ سال
۲۵,۹	۳۶-۴۵ سال	۲۵,۴	۳۶-۴۵ سال	۲۵,۷	۳۶-۴۵ سال
۱,۹	۴۶-۵۵ سال	۲,۱	۴۶-۵۵ سال	۲	۴۶-۵۵ سال
۰,۶	بالاتر از ۵۵ سال	۰	بالاتر از ۵۵ سال	۰,۴	بالاتر از ۵۵ سال
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۲-۲: توزیع فراوانی افراد بر حسب سن پاسخگو

براساس داده‌های جدول فوق بیشترین فراوانی پاسخ‌ها در هر سه گروه شهرها به گروه سنی ۲۵ تا ۳۵ و بعد از آن به ۳۶ تا ۴۵ سال تعلق دارد.



نمودار شماره ۲-۲: توزیع فراوانی افراد بر حسب سن پاسخگو



۲-۳. تحصيلات پاسخگو (والدين كودك)



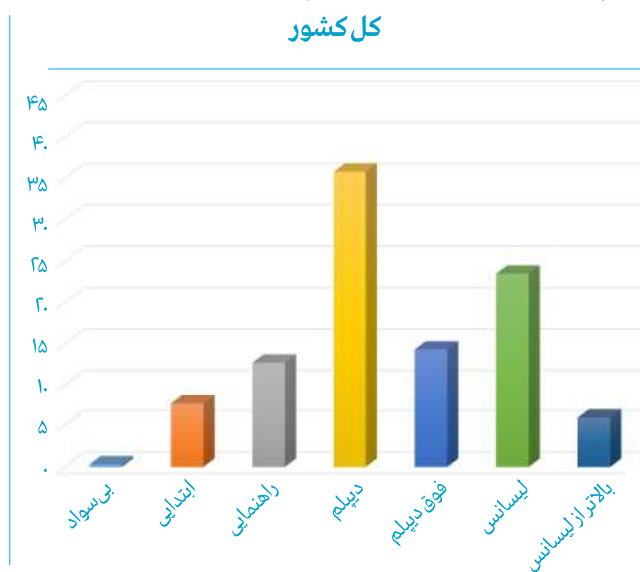
جدول شماره ۲-۳: توزیع فراوانی افراد بر حسب تحصيلات پاسخگو

باقی شهرها	
تحصيلات	درصد معتبر
بی سواد	۰,۳
ابتدایی	۸,۲
راهنمایی	۱۳,۳
ديپلم	۳۳,۶
فوق ديپلم	۱۴,۶
لیسانس	۲۴,۵
بالتر از لیسانس	۵,۵
جمع	۱۰۰

شهرهای عمده	
تحصيلات	درصد معتبر
بی سواد	۰,۳
ابتدایی	۶,۱
راهنمایی	۱۱,۴
ديپلم	۴۰,۲
فوق ديپلم	۱۳,۸
لیسانس	۲۱,۵
بالتر از لیسانس	۶,۶
جمع	۱۰۰

کل کشور	
تحصيلات	درصد معتبر
بی سواد	۰,۳
ابتدایی	۷,۶
راهنمایی	۱۲,۷
ديپلم	۳۵,۸
فوق ديپلم	۱۴,۳
لیسانس	۲۳,۵
بالتر از لیسانس	۵,۹
جمع	۱۰۰

براساس جدول فوق ، بیش ترین تعداد فراوانی ها متعلق به دو دسته دیپلمه ها و لیسانسه ها است. یافته ها حاکی از آن است که از میان پاسخگویان شهرهای عمده ۵۸ درصد بدون تحصیلات دانشگاهی هستند. در میان پاسخگویان کل کشور این رقم ۵۶,۳ درصد و در میان پاسخگویان باقی شهرها ۵۵,۴ درصد است.



تمودار شماره ۲-۳: توزیع فراوانی افراد بر حسب تحصیلات پاسخگو



۲-۴. وضعیت فعالیت پاسخگو (والدین کودک)



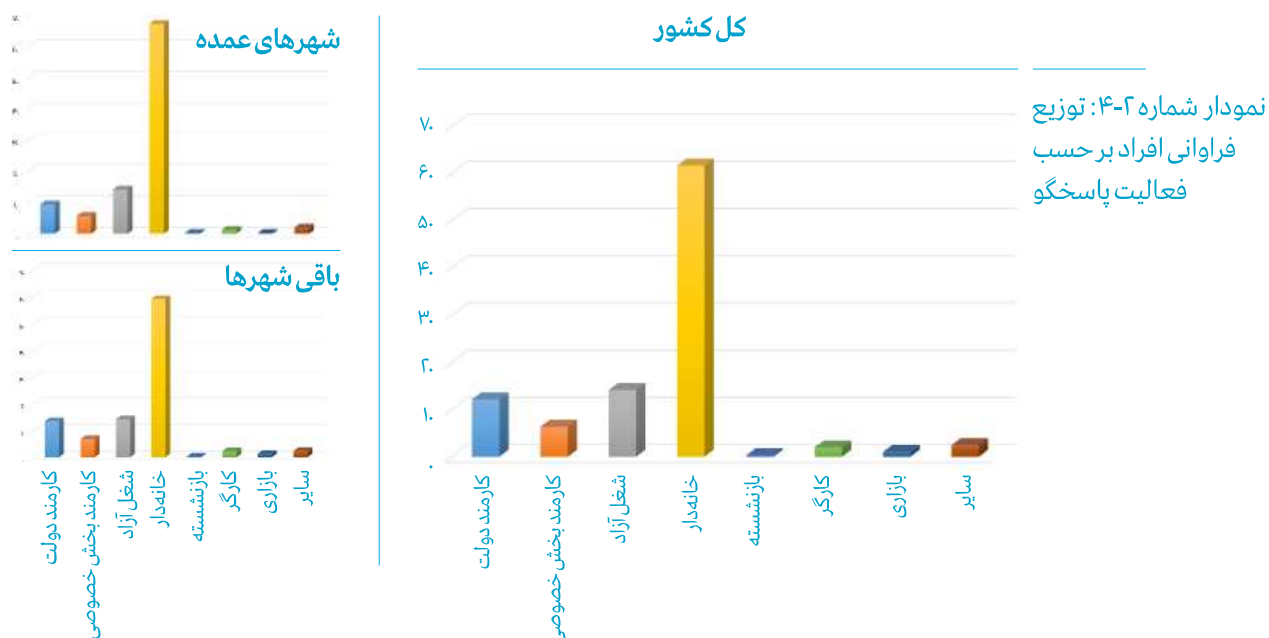
باقی شهرها	
فعالیت	درصد معتبر
کارمند دولت	۱۳,۵
کارمند بخش خصوصی	۶,۸
شغل آزاد	۱۴,۲
خانه دار	۵۹,۱
بازنشسته	۰,۳
کارگر	۲,۳
بازاری	۱,۳
سایر	۲,۴
جمع	۱۰۰

شهرهای عمده	
فعالیت	درصد معتبر
کارمند دولت	۹,۳
کارمند بخش خصوصی	۵,۶
شغل آزاد	۱۴,۱
خانه دار	۶۷,۲
بازنشسته	۰,۳
کارگر	۱,۳
بازاری	۰,۳
سایر	۲
جمع	۱۰۰

کل کشور	
فعالیت	درصد معتبر
کارمند دولت	۱۲,۲
کارمند بخش خصوصی	۶,۴
شغل آزاد	۱۴,۲
خانه دار	۶۱,۷
بازنشسته	۰,۳
کارگر	۲
بازاری	۱
سایر	۲,۵
جمع	۱۰۰

جدول شماره ۲-۴: توزیع فراوانی افراد بر حسب فعالیت پاسخگو

در مجموع خانه‌داری، شغل آزاد و کارمندی دولت بالاترین درصدهای فعالیت را به خود اختصاص داده اند هر یک ازین ها به ترتیب در کل کشور ۶۱,۷، ۱۴,۲ و ۱۲,۲ درصد، در شهرهای عمده ۶۷,۲، ۱۴,۱، ۹,۳ درصد و در باقی شهرها ۵۹,۱، ۱۴,۲ و ۱۳,۵ درصد است.



۲-۵. تعداد فرزندان

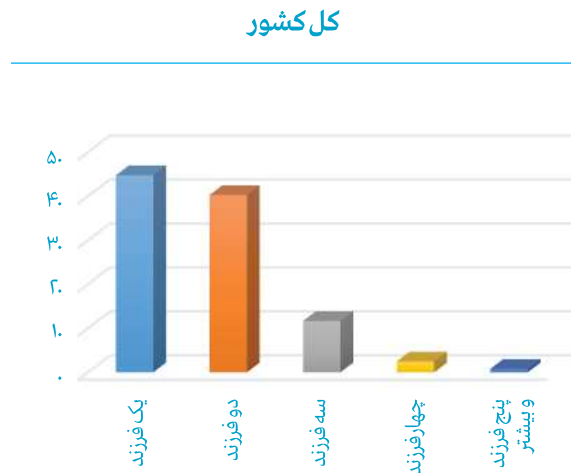
باقی شهرها	
درصد معتبر	تعداد
۴۲,۸	یک فرزند
۴۰,۵	دو فرزند
۱۲,۷	سه فرزند
۳,۱	چهار فرزند
۰,۹	پنج فرزند و بیش تر
۱۰۰	جمع

شهرهای عمده	
درصد معتبر	تعداد
۴۸,۸	یک فرزند
۴۰	دو فرزند
۹,۶	سه فرزند
۱,۳	چهار فرزند
۰,۳	پنج فرزند و بیش تر
۱۰۰	جمع

کل کشور	
درصد معتبر	تعداد
۴۴,۸	یک فرزند
۴۰,۳	دو فرزند
۱۱,۷	سه فرزند
۲,۵	چهار فرزند
۰,۸	پنج فرزند و بیش تر
۱۰۰	جمع

جدول شماره ۲-۵: توزیع فراوانی افراد بر حسب تعداد فرزندان

بیش از ۸۰ درصد خانواده ها یک یا دو فرزند دارند و خانواده های دارای سه فرزند و بیشتر، حدود ۱۵ درصد از جمعیت مورد مطالعه در هر سه گروه را به خود اختصاص داده اند.



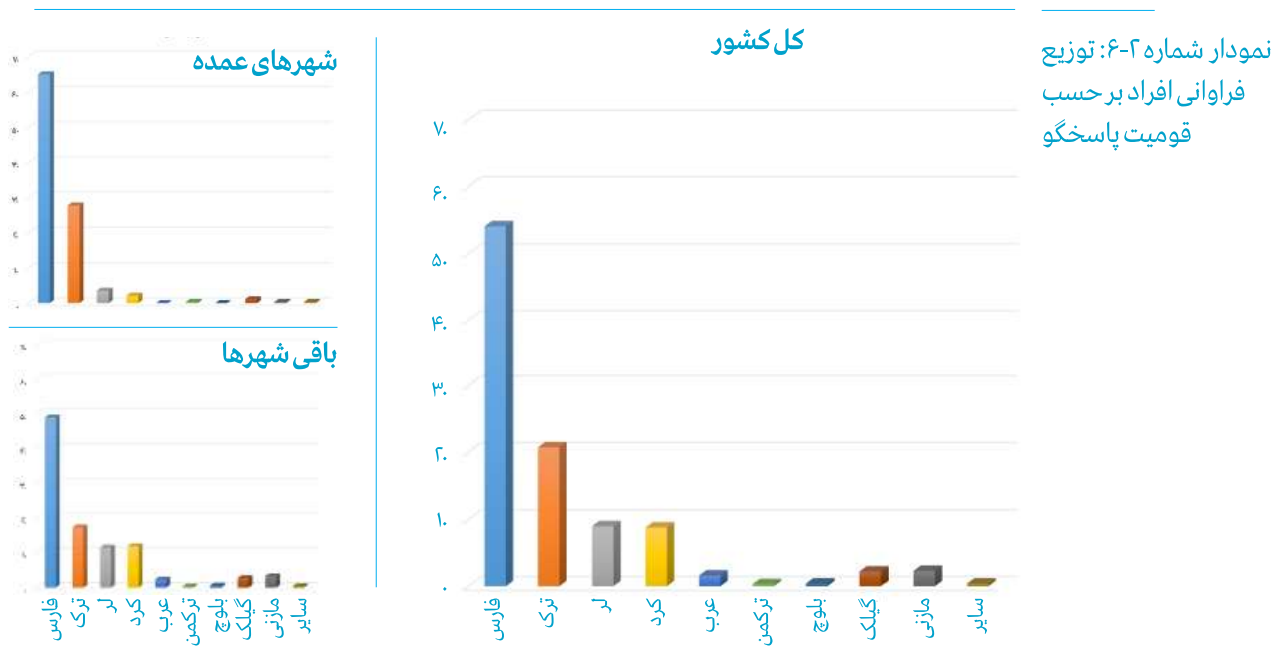
نمودار شماره ۲-۵: توزیع فراوانی افراد بر حسب تعداد فرزندان

۲-۶. قومیت

سایر شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	قوم	درصد معتبر	قوم	درصد معتبر	قوم
۴۹	فارس	۶۴,۹	فارس	۵۴,۱	فارس
۱۷,۴	ترک	۲۷,۷	ترک	۲۰,۷	ترک
۱۱,۶	لر	۳,۵	لر	۹	لر
۱۲	کرد	۲,۱	کرد	۸,۸	کرد
۲,۴	عرب	۰	عرب	۱,۶	عرب
۰,۳	ترکمن	۰,۳	ترکمن	۰,۳	ترکمن
۰,۶	بلوچ	۰	بلوچ	۰,۴	بلوچ
۲,۸	گیلک	۱,۱	گیلک	۲,۲	گیلک
۳,۳	مازنی	۰,۳	مازنی	۲,۳	مازنی
۰,۵	سایر	۰,۳	سایر	۰,۴	سایر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۲-۶: توزیع فراوانی افراد بر حسب قومیت پاسخگو

بیشترین درصد پاسخگویان، به ترتیب در هر سه پژوهش فارس، ترک و لر تشکیل داده‌اند.



**گزارش مقایسه‌ای
رفتارهای مصرفی
کودکان ۶ تا ۱۱ سال**



۱- یافته های پژوهش

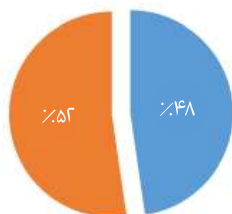
هرجا که پاسخگو امکان انتخاب بیش از یک گزینه را داشته، جمع جدول نیامده است.

۱-۱. استفاده از کامپیوتر

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده
۴۳,۳	بلی	۴۷,۷	بلی	۴۴	بلی
۵۷,۷	خیر	۵۲,۳	خیر	۵۶	خیر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

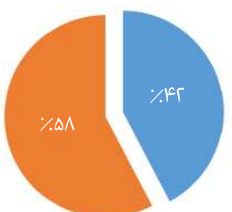
جدول شماره ۱-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده کودک از کامپیوتر

در سوالی از پاسخگویان پرسیده شد که «بچه تون از کامپیوتر خونه استفاده میکنه؟» براساس یافته های جدول فوق، حدود ۴۵ درصد از جمعیت مورد مطالعه در هر سه گروه اظهار کرده اند که کودکانشان از کامپیوتر استفاده می کنند. میزان استفاده از کامپیوتر در شهرهای عمده، پنج درصد بیش از باقی شهرها است.

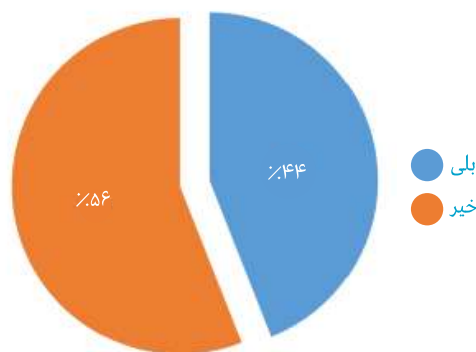


شهرهای عمده

باقی شهرها



کل کشور



نمودار شماره ۱-۱. نمایش پاسخگویان بر حسب استفاده کودک از کامپیوتر

فرزندان ۶ تا ۱۱ ساله والدین متولد دهه پنجاه، استفاده بیشتری از کامپیوتر داشته‌اند.

کل نمونه	گروه های سنی			
	۳۴ تا ۴۵ سال	۲۶ تا ۳۵ سال		
۴۳,۰	۴۶,۷	۳۹,۵	بله	بچه تون از کامپیوتر خونه استفاده می کنه؟
۵۷,۰	۵۳,۳	۶۰,۵	خیر	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۵,۵۶۹			مقدار خی دو	
۰,۰۷۳			ضریب فی	
۰,۰۱۸			سطح معناداری	

فرزندان ۶ تا ۱۱ ساله والدین دارای تحصیلات دانشگاهی، استفاده بیشتری از کامپیوتر داشته‌اند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۴۳,۶	۵۷,۱	۳۷,۱	بله	بچه تون از کامپیوتر خونه استفاده می کنه؟
۵۶,۴	۴۲,۹	۶۲,۹	خیر	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۴,۸۲۷			مقدار خی دو	
۰,۱۸۸			ضریب فی	
۰,۰۰۰			سطح معناداری	

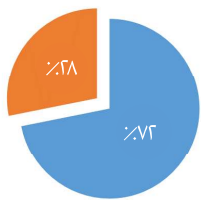
۱-۲. استفاده از موبایل



جدول شماره ۱-۲. نمایش پاسخگویان بر حسب استفاده کودک از موبایل

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده
۷۰,۳	بلی	۷۱,۹	بلی	۷۰,۸	بلی
۲۹,۷	خیر	۲۸,۱	خیر	۲۹,۲	خیر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

میزان استفاده از موبایل در کودکان بازه سنی ۶ تا ۱۱ سال در کل کشور، تقریباً هفتاد درصد است. تحصیلات و سن والدین، تفاوت معناداری در نتایج ایجاد نمی کند.

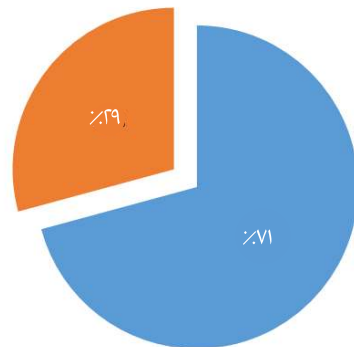


شهرهای عمده

باقی شهرها



کل کشور



بلی
خیر

نمودار شماره ۱-۲. نمایش پاسخگویان بر حسب استفاده کودک از موبایل

جدول شماره ۱-۳. توزیع
فراوانی پاسخگویان بر
حسب دلایل عدم استفاده
از موبایل

۱-۳. دلایل عدم استفاده از موبایل

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	دلیل عدم استفاده	درصد	دلیل عدم استفاده	درصد	دلیل عدم استفاده
۶۴,۷	هنوز وقتش نشده	۴۸,۹	هنوز وقتش نشده	۶۷,۵	هنوز وقتش نشده
۲۹,۶	برایش ضرر دارد	۲۴,۴	برایش ضرر دارد	۲۷,۸	برایش ضرر دارد
۲۴,۷	کامپیوتر خونه بازی که هست کافیه	۲	کامپیوتر خونه بازی که هست کافیه	۲۳	کامپیوتر خونه بازی که هست کافیه
۱۳,۶	باباش براش نمی خره	۱۳,۳	باباش براش نمی خره	۱۳,۵	باباش براش نمی خره
۴,۹	خودش توجهی نمیکنه	۱۳,۳	خودش توجهی نمیکنه	۷,۹	خودش توجهی نمیکنه
۱,۲	با ایکس باکسش بازی می کنه	۲,۲	با ایکس باکسش بازی می کنه	۱,۶	با ایکس باکسش بازی می کنه

والدین در ۶۷,۵ درصد موارد دلایل استفاده نکردن از موبایل را این اعلام کرده اند که بچه‌شان کوچک است و هنوز زمان مناسبی برای خرید و یا استفاده از موبایل نیست. ۲۷,۸ درصد موارد هم ضرر داشتن موبایل را دلیل استفاده نکردن گفته اند. این یافته در گروه‌های سنی و وضعیت‌های تحصیلات والدین، تفاوت معناداری ندارد.



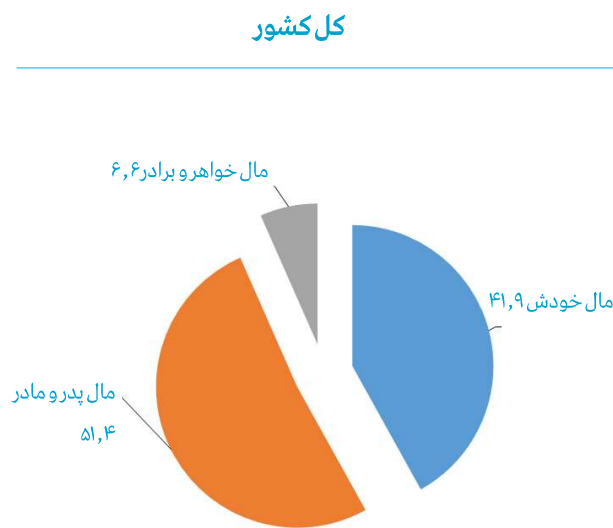
نمودار شماره ۱-۳. توزیع
فراوانی پاسخگویان بر
حسب دلایل عدم استفاده
از موبایل

۴-۱ مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

جدول شماره ۱-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	نوع مالکیت	درصد معتبر	نوع مالکیت	درصد معتبر	نوع مالکیت
۴۳,۵	مال خودش	۳۸,۸	مال خودش	۴۱,۹	مال خودش
۵۰,۸	مال پدر مادر	۵۲,۷	مال پدر مادر	۵۱,۴	مال پدر مادر
۵,۷	مال خواهر و برادر	۸,۴	مال خواهر و برادر	۶,۶	مال خواهر و برادر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

در سوالی از والدینی که اظهار داشتند که کودک از وسایل الکترونیکی مثل موبایل و تبلت استفاده می کند پرسیده شد که «آیا تبلت یا موبایل مال کودک است؟» داده های جدول فوق نشان می دهد که در حدود چهل درصد در هر سه گروه شهرها، خود کودک صاحب دستگاه موبایل است. بیش از نیمی از استفاده کودکان در این سگمنت، از موبایل پدر یا مادر است و حدود شش درصد از کودکان نیز از موبایل خواهر یا برادر استفاده می کنند.



نمودار شماره ۱-۴. نمایش پاسخگویان بر حسب مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

والدین رده سنی ۳۶ تا ۴۵ سال بیش از والدین رده سنی ۲۶ تا ۳۵ سال، برای کودکان ۶ تا ۱۱ ساله خود موبایل جدا خریداری کرده‌اند.

کل نمونه	گروه های سنی			
	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۶ تا ۳۵ سال		
۴۰,۸	۴۳,۱	۳۸,۸	بله	مال خودش است؟
۵۲,۶	۴۸,۳	۵۶,۴	نه ازگوشی یا تبلت پدر یا مادرش استفاده می‌کند	
۶,۶	۸,۶	۴,۸	از گوشی یا تبلت خواهر یا برادرش استفاده می‌کند	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۷,۱۱۳		مقدار خی دو	
	۰,۰۹۸		ضریب کرامر	
	۰,۰۲۹		سطح معناداری	

والدین دارای تحصیلات دانشگاهی بیش از والدین دارای تحصیلات غیردانشگاهی، برای فرزندان خود موبایل مستقل خریداری کرده‌اند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۴۱,۸	۴۹,۸	۳۷,۶	بله	مال خودش است؟
۵۱,۵	۴۶,۲	۵۴,۳	نه ازگوشی یا تبلت پدر یا مادرش استفاده می‌کند	
۶,۷	۴,۰	۸,۱	از گوشی یا تبلت خواهر یا برادرش استفاده می‌کند	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۱۳,۳۵۵		مقدار خی دو	
	۰,۱۲۸		ضریب کرامر	
	۰,۰۰۱		سطح معناداری	

۵-۱. زمان شروع استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت



جدول شماره ۵-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب زمان شروع استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

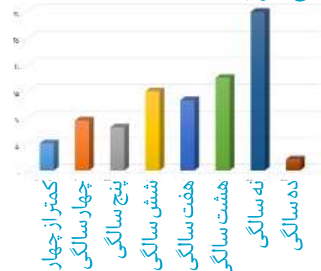
باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	زمان شروع استفاده	درصد معتبر	زمان شروع استفاده	درصد معتبر	زمان شروع استفاده
۵,۱	کمتر از چهار سالگی	۵,۷	کمتر از چهار سالگی	۵,۳	کمتر از چهار سالگی
۹,۴	چهار سالگی	۷,۵	چهار سالگی	۸,۸	چهار سالگی
۸,۱	پنج سالگی	۱۸,۹	پنج سالگی	۱۱,۴	پنج سالگی
۱۴,۹	شش سالگی	۱۰,۴	شش سالگی	۱۳,۵	شش سالگی
۱۳,۲	هفت سالگی	۱۶	هفت سالگی	۱۴,۱	هفت سالگی
۱۷,۴	هشت سالگی	۱۷,۹	هشت سالگی	۱۷,۶	هشت سالگی
۲۹,۸	نه سالگی	۲۳,۶	نه سالگی	۲۷,۹	نه سالگی
۲,۱	ده سالگی	-	ده سالگی	۱,۵	ده سالگی
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

از پاسخگويانی که فرزندشان از موبایل استفاده می کند پرسیده شد «از کی شروع کرده اند که از این جور وسیله ها استفاده کند؟» بالاترین پاسخ ها نه سالگی است. زمان شروع استفاده از موبایل و تبلت، در شهرهای عمده زودتر از باقی شهرها است. یافته ها تفاوتی را بر حسب مشخصه های مربوط به والدین نشان نمی دهد.

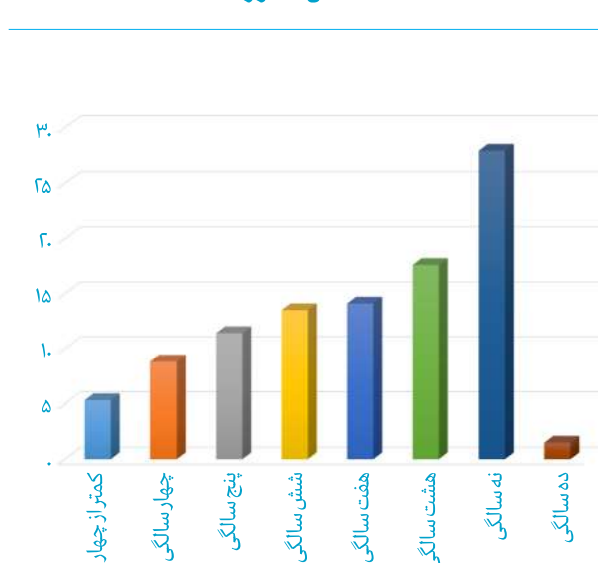
شهرهای عمده



باقی شهرها



کل کشور



نمودار شماره ۵-۱. نمایش پاسخگویان بر حسب زمان شروع استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

۱-۶. نوع گوشی تلفن همراه



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
نوع گوشی	درصد معتبر	نوع گوشی	درصد معتبر	نوع گوشی	درصد معتبر
سامسونگ	۳۸	سامسونگ	۳۱,۴	سامسونگ	۳۶
هوآوی	۳۱,۲	هوآوی	۲۱,۹	هوآوی	۲۸,۴
لنوا	۸	لنوا	۱۷,۱	لنوا	۱۰,۸
ایسوز	۴,۶	ایسوز	۵,۷	ایسوز	۵
نوکیا	۵,۱	نوکیا	۱,۹	نوکیا	۴,۱
سونی	۳,۴	سونی	۲,۹	سونی	۳,۲
اپل	۲,۵	اپل	۲,۹	اپل	۲,۶
LG	۱,۳	LG	۰	LG	۰,۹
HTC	۰,۸	HTC	۱	HTC	۰,۹
سایر	۴,۸	سایر	۱۵,۸	سایر	۸,۴
جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰

جدول شماره ۱-۶. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع گوشی تلفن همراه

بیشترین استفاده را در بین انواع گوشی‌های تلفن همراه، سامسونگ با ۳۶ درصد داشته است. پس از آن هوآوی با ۲۸,۴ درصد، لنوا با ۱۰,۸ درصد و ایسوز با ۵ درصد قرار گرفته است. استفاده از گوشی لنوا در شهرهای عمده بیش از باقی شهرها بوده و استفاده از گوشی‌های سامسونگ و هوآوی، کمتر از باقی شهرها بوده است. خرید انواع گوشی‌ها تفاوتی بر اساس تحصیلات والدین نداشته است.



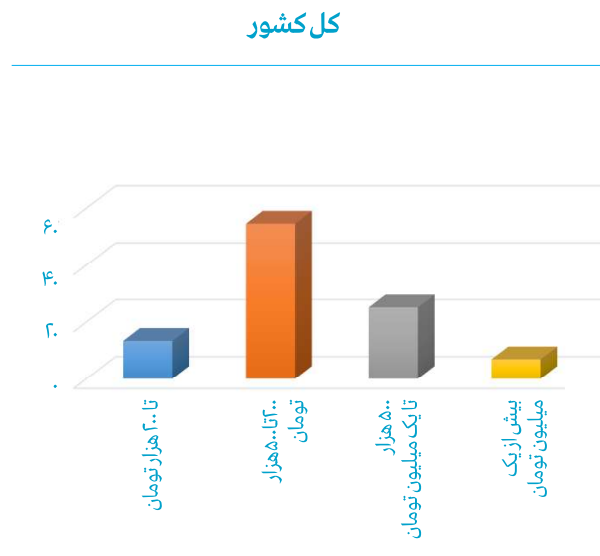
نمودار شماره ۱-۶. نمایش پاسخگویان بر حسب نوع گوشی تلفن همراه

۷-۱. ارزش ریالی گوشی تلفن همراه

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	ارزش	درصد	ارزش	درصد	ارزش
۱۲,۸	تا ۲۰۰ هزار تومان	۱۴,۹	تا ۲۰۰ هزار تومان	۱۳,۴	تا ۲۰۰ هزار تومان
۵۸,۱	۲۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان	۴۶,۵	۲۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان	۵۴,۶	۲۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان
۲۳,۱	۵۰۰ تا یک میلیون تومان	۲۹,۷	۵۰۰ تا یک میلیون تومان	۲۵,۱	۵۰۰ تا یک میلیون تومان
۶	بیش از یک میلیون تومان	۸,۹	بیش از یک میلیون تومان	۶,۹	بیش از یک میلیون تومان
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۷-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب ارزش ریالی گوشی تلفن همراه

جدول فوق میزان ارزش ریالی گوشی تلفن همراهی را نشان می‌دهد که کودک از آن استفاده می‌کند. بر اساس یافته‌های جدول فوق، گوشی حدود دو سوم از کل پاسخ‌گویان، کم از پانصد هزار تومان قیمت داشته است. تنها حدود هفت درصد از افراد قیمت گوشی شان بیش از یک میلیون و پانصد هزار تومان بوده است. ارزش ریالی گوشی تلفن همراه کودکان رده سنی ۶ تا ۱۱ سال، در شهرهای عمده بیش از باقی شهرها است.



نمودار شماره ۷-۱. نمایش پاسخگویان بر حسب ارزش ریالی گوشی تلفن همراه

والدین متولد دهه شصت، نسبت به والدین متولد دهه پنجاه، هزینه بیشتری برای گوشی تلفن همراه فرزند ۶ تا ۱۱ ساله‌شان پرداخت کرده‌اند.

کل نمونه	گروه های سنی			
	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۶ تا ۳۵ سال		
۱۳,۴	۱۷,۵	۹,۵	تا ۲۰ هزار تومان	ارزش ریالی گوشی
۵۴,۵	۵۳,۸	۵۵,۱	۲۰ تا ۵۰ هزار تومان	
۳۲,۱	۲۸,۷	۳۵,۴	پانصد هزار تومان و بیشتر	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۴,۴۵۱		مقدار خی دو	
	۰,۱۲۴		ضریب کرامر	
	۰,۱۰۸		سطح معناداری	

والدین دارای تحصیلات دانشگاهی، نسبت به والدین دارای تحصیلات غیردانشگاهی، هزینه بیشتری برای گوشی تلفن همراه فرزند ۶ تا ۱۱ ساله‌شان پرداخت کرده‌اند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیردانشگاهی		
۱۳,۵	۸,۳	۱۷,۱	تا ۲۰ هزار تومان	ارزش ریالی گوشی
۵۴,۳	۵۳,۴	۵۴,۹	۲۰ تا ۵۰ هزار تومان	
۳۲,۲	۳۸,۳	۲۸,۰	پانصد هزار تومان و بیشتر	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۷,۲۰۸		مقدار خی دو	
	۰,۱۴۹		ضریب کرامر	
	۰,۰۲۷		سطح معناداری	

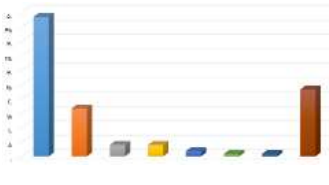
۸-۱. هزینه شارژ ماهیانه تلفن

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	هزینه شارژ	درصد	هزینه شارژ	درصد	هزینه شارژ
۱۲,۹	بدون هزینه است	۲۳,۳	بدون هزینه است	۱۶,۲	بدون هزینه است
۴۹,۲	۱ تا ۲ هزار تومان	۴۸,۵	۱ تا ۲ هزار تومان	۴۹	۱ تا ۲ هزار تومان
۲۲,۲	۲۱۰۰ تا ۵ هزار تومان	۱۶,۷	۲۱۰۰ تا ۵ هزار تومان	۲۰,۵	۲۱۰۰ تا ۵ هزار تومان
۸,۲	۵۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان	۴	۵۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان	۶,۸	۵۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان
۳,۵	۱۰۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان	۴	۱۰۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان	۳,۶	۱۰۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان
۱,۶	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان	۱,۷	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان	۱,۷	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان
۱,۶	۲۰۱۰۰ تا ۳۰ هزار تومان	۰,۹	۲۰۱۰۰ تا ۳۰ هزار تومان	۱,۴	۲۰۱۰۰ تا ۳۰ هزار تومان
۰,۸	بیش از ۳۰ هزار تومان	۰,۹	بیش از ۳۰ هزار تومان	۰,۸	بیش از ۳۰ هزار تومان
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

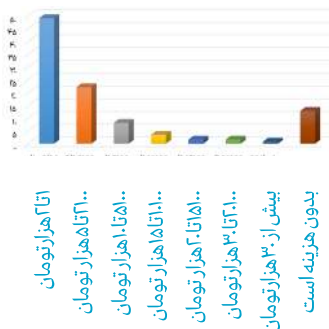
جدول شماره ۸-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب هزینه شارژ ماهیانه تلفن

برای شارژ تلفن همراه کودکان، ۱۶,۲ درصد هیچ هزینه‌ای پرداخت نمی‌کنند. این درصد در شهرهای عمده ده درصد بیشتر از باقی شهرها است. تقریباً نیمی از والدین بین یک تا دو هزار تومان در ماه، برای شارژ تلفن همراه فرزندشان هزینه می‌کنند، بیست درصد بین دو تا پنج هزار تومان و حدود پانزده درصد بیش از این میزان هزینه می‌کنند. میزان هزینه برای شارژ تلفن همراه در شهرهای عمده اندکی کمتر و در باقی شهرها اندکی بیشتر است. سن و تحصیلات والدین تفاوت معناداری در هزینه شارژ ماهیانه تلفن همراه این سگمنت ایجاد نمی‌کند.

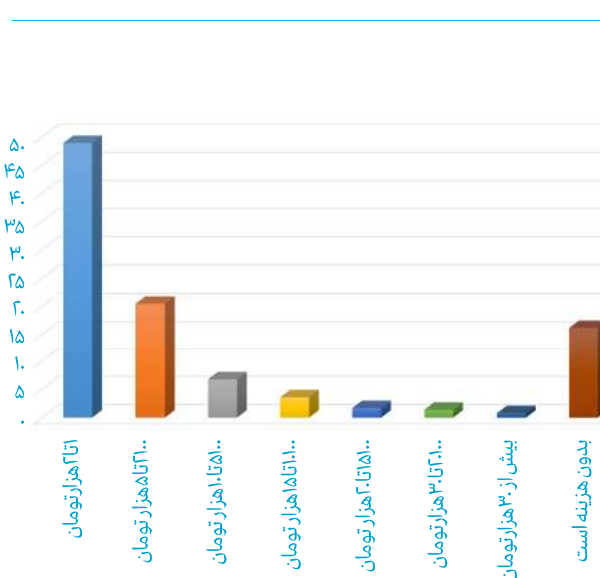
شهرهای عمده



باقی شهرها



کل کشور



نمودار شماره ۸-۱. نمایش پاسخگویان بر حسب هزینه شارژ ماهیانه تلفن

۹-۱. نوع سیم کارت



جدول شماره ۹-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع سیم کارت مورد استفاده

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
نوع سیم کارت	درصد	نوع سیم کارت	درصد	نوع سیم کارت	درصد
همراه اول	۳۲,۶	همراه اول	۲۴,۳	همراه اول	۳۰,۱
ایرانسل	۴۴,۴	ایرانسل	۳۷,۹	ایرانسل	۴۲,۴
رایتل	۳	رایتل	۱,۹	رایتل	۲,۷

در سؤال دیگری از پاسخگویان در خصوص نوع سیم کارت پرسیده شد. براساس یافته‌های جدول فوق می‌توان دریافت که بیشترین نوع سیم کارت ایرانسل بوده است.



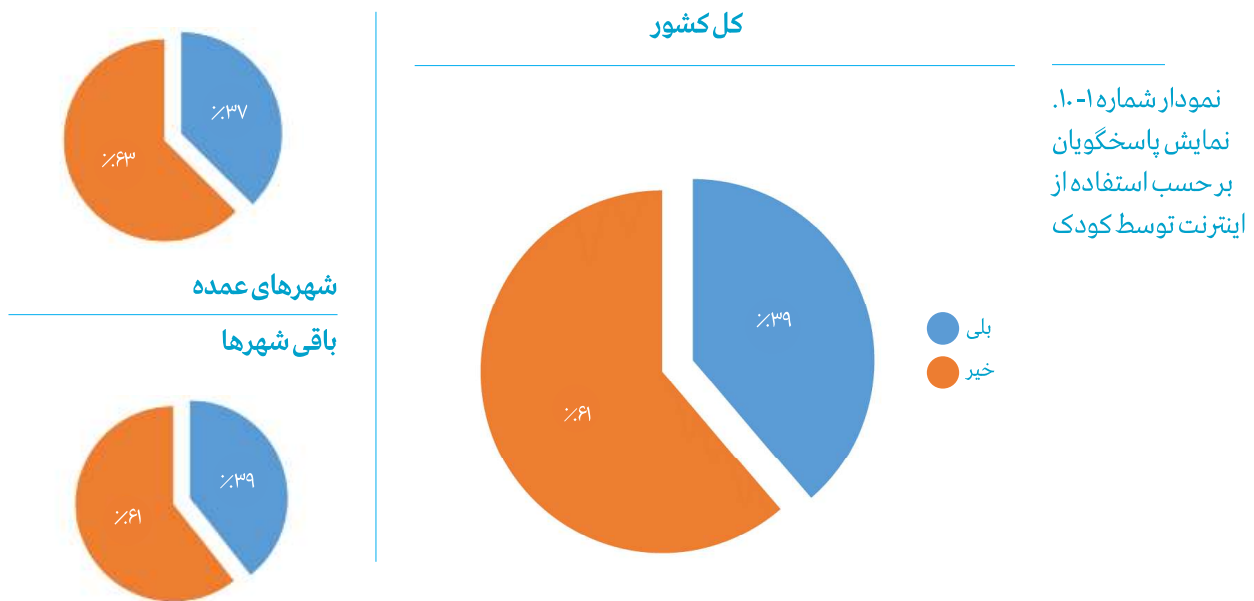
نمودار شماره ۹-۱. نمایش پاسخگویان بر حسب نوع سیم کارت مورد استفاده

۱-۱. استفاده از اینترنت توسط کودک

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده
۳۹,۴	بلی	۳۷,۴	بلی	۳۸,۷	بلی
۶۰,۶	خیر	۶۲,۶	خیر	۶۱,۳	خیر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۱۰. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده از اینترنت توسط کودک

از والدین پرسیده شد که آیا فرزندشان از اینترنت هم استفاده می کند؟ ۳۸,۷ درصد از کودکان این سگمنت از اینترنت استفاده می کنند.



استفاده کودکان ۶ تا ۱۱ ساله والدین دارای تحصیلات دانشگاهی از اینترنت، بیشتر از استفاده کودکان ۶ تا ۱۱ ساله والدین دارای تحصیلات غیر دانشگاهی بوده است.

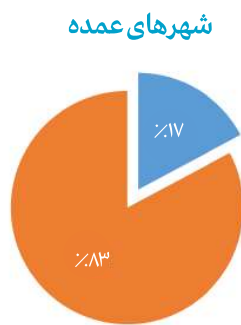
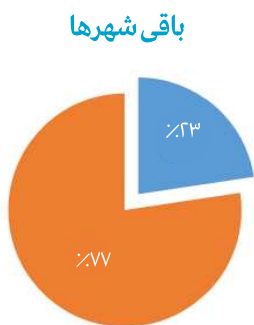
کل نمونه	وضعیت تحصیلات		بله	از اینترنت هم استفاده می‌کنه
	دانشگاهی	غیردانشگاهی		
۳۸,۹	۴۸,۰	۳۴,۱		
۶۱,۱	۵۲,۰	۶۵,۹	خیر	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰		جمع
	۱۴,۷۵۱			مقدار خی دو
	۰,۱۳۵			ضریب فی
	۰,۰۰۰			سطح معناداری

جدول شماره ۱-۱۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب علت عدم استفاده از اینترنت

۱-۱. علت عدم استفاده از اینترنت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد فراوانی	علت عدم استفاده	درصد فراوانی	علت عدم استفاده	درصد فراوانی	علت عدم استفاده
۱۸,۸	خودش نمی‌خواهد	۱۳,۷	خودش نمی‌خواهد	۱۷,۱	خودش نمی‌خواهد
۶۴,۳	پدر و مادرش بهش اجازه نمی‌دهند	۶۵,۸	پدر و مادرش بهش اجازه نمی‌دهند	۶۴,۸	پدر و مادرش بهش اجازه نمی‌دهند

از والدینی که فرزندانشان از اینترنت استفاده نمی‌کنند، از علت عدم استفاده فرزندانشان از اینترنت سؤال شد که مشخص شد در ۱۷,۱ درصد موارد، خود فرزندشان تمایلی به استفاده از اینترنت ندارد و در ۶۴,۸ درصد، پدر و مادر وی این اجازه را به او نداده‌اند.



نمودار شماره ۱-۱۱. نمایش پاسخگویان بر حسب علت عدم استفاده از اینترنت

- خودش نمی‌خواهد
- پدر و مادرش بهش اجازه نمی‌دهند

والدین دهه پنجاهی بیشتر از والدین دهه شصتی به فرزندانشان اجازه داده‌اند از اینترنت استفاده کنند.

کل نمونه	گروه های سنی		پدر و مادرش بهش اجازه نمی‌دهند	خبر
	۳۴ تا ۴۵ سال	۲۶ تا ۳۵ سال		
۳۴,۵	۴,۰	۲۹,۸		
۶۵,۵	۶,۰	۷,۲		بله
۱,۰	۱,۰	۱,۰		جمع
	۴,۹۷۴			مقدار خی دو
	,۰,۱۷			ضریب فی
	,۰,۲۶			سطح معناداری

۱-۱۲. انواع استفاده از موبایل

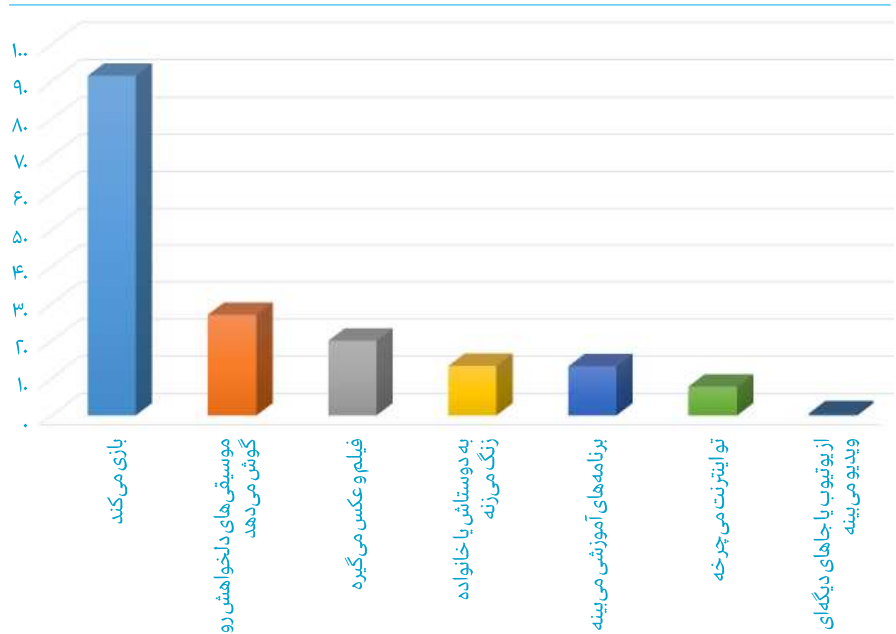
باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	موارد استفاده	درصد	موارد استفاده	درصد	موارد استفاده
۹۱,۸	بازی می‌کند	۹۱	بازی می‌کند	۹۱,۵	بازی می‌کند
۲۷,۵	موسیقی‌های دلخواهش رو گوش می‌دهد	۲۵,۹	موسیقی‌های دلخواهش رو گوش می‌دهد	۲۷	موسیقی‌های دلخواهش رو گوش می‌دهد
۱۹,۹	فیلم و عکس می‌گیره	۲۰,۳	فیلم و عکس می‌گیره	۲۰	فیلم و عکس می‌گیره
۱۴,۸	به دوستاش یا خانواده زنگ می‌زنه	۹,۸	به دوستاش یا خانواده زنگ می‌زنه	۱۳,۲	به دوستاش یا خانواده زنگ می‌زنه
۱۳,۸	برنامه‌های آموزشی می‌بینه	۱۱,۷	برنامه‌های آموزشی می‌بینه	۱۳,۱	برنامه‌های آموزشی می‌بینه
۷,۹	تو اینترنت می‌چرخه	۷,۵	تو اینترنت می‌چرخه	۷,۸	تو اینترنت می‌چرخه
۰,۵	از یوتیوب یا جاهای دیگه ای ویدیو می‌بینه	۰,۸	از یوتیوب یا جاهای دیگه ای ویدیو می‌بینه	۰,۶	از یوتیوب یا جاهای دیگه ای ویدیو می‌بینه

در این سوال از پاسخگویان پرسیده شد که «فرزند شما از موبایل بیشتر چه استفاده‌هایی می‌کنه؟» براساس داده‌های جدول فوق، بیشترین مورد استفاده بازی کردن و گوش دادن به موسیقی است. این دو عنصر در طراحی محصول برای این سگمنت بسیار مهم هستند.

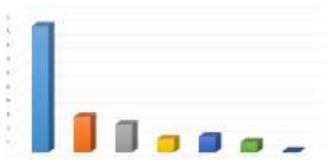
جدول شماره ۱-۱۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب موارد استفاده کودک از گوشی

نمودار شماره ۱-۱۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب موارد استفاده کودک از گوشی

کل کشور



شهرهای عمده



باقی شهرها



۱-۱۳. تهیه برنامه یا بازی برای کودک



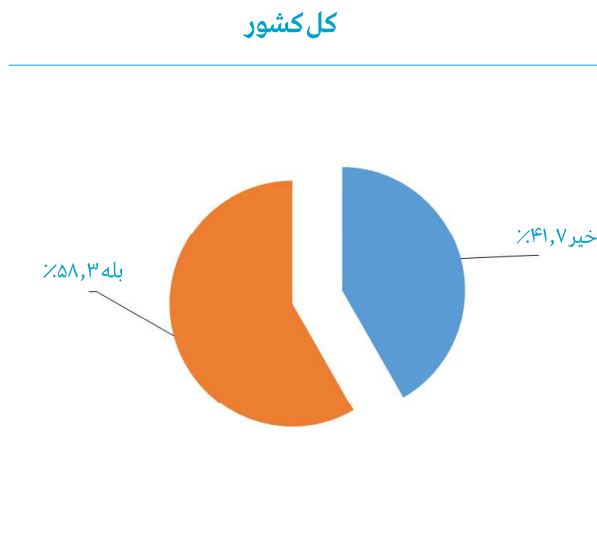
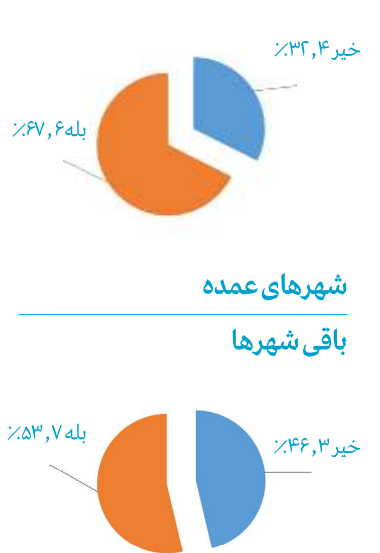
باقی شهرها	
تهیه بازی	درصد
خیر	۴۶,۳
بله	۵۳,۷
جمع	۱۰۰

شهرهای عمده	
تهیه بازی	درصد
خیر	۳۳,۴
بله	۶۷,۶
جمع	۱۰۰

کل کشور	
تهیه بازی	درصد
خیر	۴۱,۷
بله	۵۸,۳
جمع	۱۰۰

جدول شماره ۱-۱۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تهیه برنامه یا بازی برای کودک

از والدین پرسیده شد که تا حالا برای فرزندشان برنامه یا بازی خاصی خریده یا نصب کرده‌اند؟. همانطور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، حدود شصت درصد برای فرزندشان برنامه یا بازی تهیه کرده‌اند. این درصد در شهرهای عمده چهارده درصد بیشتر از باقی شهرها بوده است. سن و میزان تحصیلات والدین، تفاوت معناداری در نتایج ایجاد نمی‌کند.



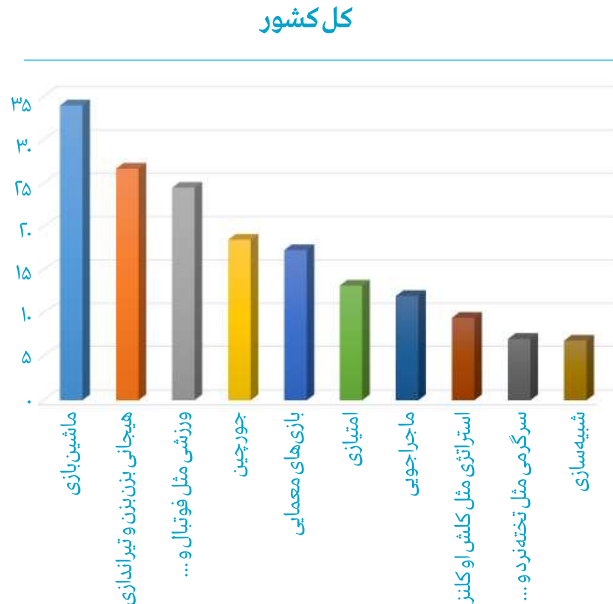
نمودار شماره ۱-۱۳. نمایش پاسخگویان بر حسب تهیه برنامه یا بازی برای کودک

۱۴-۱. بازی های مورد علاقه بچه ها

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	بازی تهیه شده	درصد	بازی تهیه شده	درصد	بازی تهیه شده
۳۵,۸	ماشین بازی	۳۰,۵	ماشین بازی	۳۴	ماشین بازی
۲۸,۱	هیجانی بزن بزن و تیراندازی	۲۳,۹	هیجانی بزن بزن و تیراندازی	۲۶,۷	هیجانی بزن بزن و تیراندازی
۲۴,۵	ورزشی مثل فوتبال و...	۲۴,۶	ورزشی مثل فوتبال و...	۲۴,۵	ورزشی مثل فوتبال و...
۱۸,۹	جورچین	۱۷,۶	جورچین	۱۸,۵	جورچین
۱۷,۶	بازی های معمایی	۱۶,۵	بازی های معمایی	۱۷,۳	بازی های معمایی
۱۶,۳	امتیازی	۷	امتیازی	۱۳,۲	امتیازی
۱۳,۲	ماجرای جویی	۹,۶	ماجرای جویی	۱۲	ماجرای جویی
۱۰,۲	استراتژی مثل کلش او کلنز	۷,۷	استراتژی مثل کلش او کلنز	۹,۴	استراتژی مثل کلش او کلنز
۶,۹	سرگرمی مثل تخته نرد و...	۷,۴	سرگرمی مثل تخته نرد و...	۷	سرگرمی مثل تخته نرد و...
۶,۹	شبیه سازی	۶,۶	شبیه سازی	۶,۸	شبیه سازی

بیشترین بازی مورد علاقه بچه ها به گفته خودشان، ماشین بازی بوده و پس از آن بازی های هیجانی و بزن بزن، ورزشی مثل فوتبال، جورچین، معمایی، امتیازی و ماجراجویی قرار داشته است. بازی های ماشین بازی و هیجانی و بزن بزن، در باقی شهرها درصدهای بالاتری نسبت به شهرهای عمده داشته اند.

جدول شماره ۱-۱۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بازی مورد علاقه کودک



نمودار شماره ۱-۱۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بازی مورد علاقه کودک

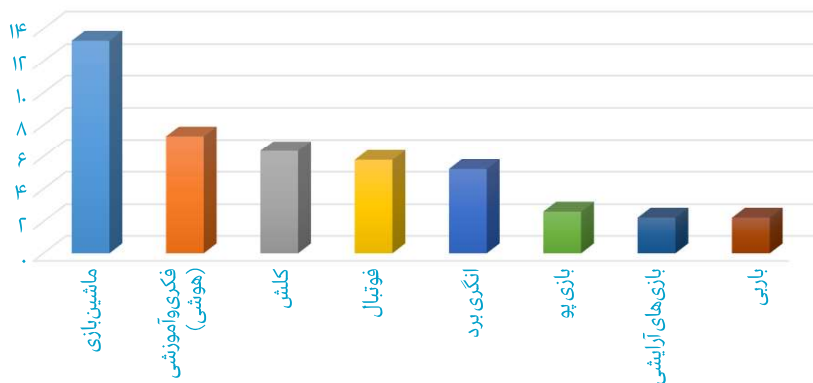
۱-۱۵. بازی‌های تهیه شده برای بچه‌ها

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
نام بازی	درصد	نام بازی	درصد	نام بازی	درصد
ماشین بازی	۱۲٫۸	ماشین بازی	۱۴٫۰	ماشین بازی	۱۳٫۳
فکری و آموزشی (هوشی)	۹٫۱	فوتبال	۸٫۲	فکری و آموزشی (هوشی)	۷٫۳
کلش	۷٫۳	انگری برد	۸٫۲	کلش	۶٫۴
فوتبال	۴٫۳	کلش	۴٫۸	فوتبال	۵٫۸
بازی پو	۴٫۰	فکری و آموزشی (هوشی)	۴٫۳	انگری برد	۵٫۲
انگری برد	۳٫۴	آموزش زبان	۲٫۹	بازی پو	۲٫۶
باربی	۲٫۷	بازی‌های آرایشی	۲٫۴	بازی‌های آرایشی	۲٫۲
پازل	۲٫۷	بازی موتوری	۱٫۹	باربی	۲٫۲
بازی موتوری	۲٫۴	جورچین	۱٫۹	پازل	۲٫۲
بازی‌های آرایشی	۲٫۱	مار و پله	۱٫۹	بازی موتوری	۲٫۲
جورچین	۲٫۱	بازی عروسکی	۱٫۹	جورچین	۲٫۱
معمایی	۲٫۱	باربی	۱٫۴	آموزش زبان	۱٫۹
Gta	۱٫۸	پازل	۱٫۴	Gta	۱٫۵
باقلوا	۱٫۵	تفنگ بازی	۱٫۴	معمایی	۱٫۵

جدول شماره ۱-۱۵. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نام برنامه یا بازی تهیه شده برای کودک

از والدین در خصوص نام برنامه یا بازی ای که برای کودک تهیه شده است پرسیده شد. همچنانکه در جدول فوق مشاهده می شود تنوع بازی و برنامه های عنوان شده از سوی پاسخگویان بسیار زیاد است. ماشین بازی، بازی فکری و آموزشی (هوشی)، کلش، فوتبال و انگری برد فراوانی را در میان بازی های اعلام شده دارند.

کل کشور



نمودار شماره ۱-۱۵. نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب نام برنامه یا بازی تهیه شده برای کودک

بازی های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب درصد فراوانی در کل کشور:



آموزش زبان، Gta، معمایی، باقلوا، تفنگ بازی، تام و جری، باب اسفنجی، بن تن، کانتر، مارو پله، حروف الفبا، آشپزی، نقاشی و رنگ آمیزی، مرد عنکبوتی، هی تاکسی، گربه سخنگو، سیندرلا، بازی عروسکی، ام نو، ماداگاسکار، ماین کرافت، جنگی، پرنسس، قارچ خور، بازی دخترانه مرحله ای، کلاه قرمزی، بازی سکه، درسی، ریاضی، اکشن، my Tom گربه، شطرنج، بازی های دخترانه، اسکیت، تیکن ۳، بچه داری، بازی با حیوانات، زامبی، هوش برتر، خونه بازی و رنگ بازی، وای تایم، قطار بازی، تیراندازی، کوزه گری، تام سخنگو، قصه گویی، زامبیا، اعداد، قطار شادی، بازی بچه گانه، سرگرمی، جتی آی، کودک نابغه، توت فرنگی، هفتمین محله (هشتمین محله)، بازی های بکش بکش، ساب وی، گنگستور، special force group، هیپاپ، توپ و میدان، برنامه کارتون، بازی آموزشی کودک، DAN The man، cloud and sheep، plantsvs، ناو دریایی، پاستور، کدو قل قل زن، بت من، موبوگرام، top farm، اتوبوس بازی، برنامه قرآنی، دومینو، کلیپهای کودکان، ورزشی، جعبه سازی، درست کردن کیک،

ماین اغلا، Rolling sky، مردگان قاتل، bubble، ترانه، IGI، بازی خشن، کال آف دیوتی، ماجراجویی، گرگم به هوا، بازی‌های رالی، baby hazel، جدولی، پرواز، آملون، هواپیما، پنج، طراحی، جناب خان، خوک ماشین ساز، دوچرخه سواری، چهار بازمانده، شادیانه، (پلی استیشن) ps، نقطه بازی، حرف تو حرف، موی moy، بازی‌های امتیازی، توپ نفهم، فرنچی، کاراته، میشاکوشا، sony۴، jty، شانس، وینگس، بازی هی دی، top farm، بازی بوکس، پیانو یارگ، خانه شادی، بالا بالا، آریا، کودک خوش شانس، میوه بازی، یکشنری، آتش و مرداب، ویکتور، بازار، sonic، نقطه بازی، جوجه، گرن۳.

بازی‌های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب درصد فراوانی در شهرهای عمده:

بازی موتوری، جورچین، مار و پله، بازی عروسکی، باربی، پازل، تفنگ بازی، باب اسفنجی، کانتر، ماین کرافت، Gta، باقلوا، بن تن، حروف الفبا، قارچ خور، بازی دخترانه مرحله ای، کلاه قرمزی، myTom گربه، تیکن۳، بچه داری، بازی با حیوانات، تیراندازی، سرگرمی، بازی پو، معمایی، تام و جری، آشپزی، نقاشی و رنگ آمیزی، مرد عنکبوتی، هی تاکسی، گربه سخنگو، سیندرلا، ماداگاسکار، جنگی، پرنسس، بازی سکه، شطرنج، بازی‌های دخترانه، هوش برتر، قطار بازی، کوزه گری، بازی بچه گانه، کودک نابغه، توت فرنگی، هفتمین محله (هشتمین محله)، بازی‌های بکش بکش، گنگستور، هیپاپ، توپ و میدان، بازی آموزشی کودک، DAN The man، cloud and sheep، کدو قل قل زن، بت من، دومینو، کال آف دیوتی، حرف تو حرف، فرنچی، کاراته، میشاکوشا، sony۴، jty، شانس، وینگس، بازی هی دی، top farm، بازی بوکس، پیانو یارگ، خانه شادی، بالا بالا، آریا، آتش و مرداب، ویکتور، بازار، sonic، جوجه، گرن۳.

بازی‌های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب درصد فراوانی در سایر شهرها:

ماشین بازی، فکری و آموزشی (هوشی)، کلش، فوتبال، بازی پو، انگری برد، باربی، پازل، بازی موتوری، بازی‌های آرایشی، جورچین، معمایی، Gta، باقلوا، آموزش زبان، تفنگ بازی، تام و جری، بن تن، آشپزی، نقاشی و رنگ آمیزی، مرد

عنکبوتی، هی تاکسی، گربه سخنگو، سیندرلا، ام نو، درسی، ریاضی، اکشن، باب اسفنجی، کانتر، حروف الفبا، ماداگاسکار، جنگی، پرنسس، بازی سکه، شطرنج، بازی های دخترانه، اسکیت، زامبی، خونه بازی و رنگ بازی، وای تایم، تام سخنگو، قصه گویی، زامبیا، اعداد، قطار شادی، جتی آی، قارچ خور، بازی دخترانه مرحله ای، کلاه قرمزی، myTom گربه، هوش برتر، قطار بازی، کوزه گری، بازی بچه گانه، ساب وی، special force group، برنامه کارتون، plantsvs، ناو دریایی، پاستور، موبوگرام، top farm، اتوبوس بازی، برنامه قرآنی، کلیپهای کودکان، ورزشی، جعبه سازی، درست کردن کیک، ماین اغلا، Rolling sky، مردگان قاتل، bubble، ترانه، IGI، بازی خشن، ماجراجویی، گرگم به هوا، بازی های رالی، babyhazel، جدولی، پرواز، آملون، هواپیما، پنج، طراحی، جناب خان، خوک ماشین ساز، دوچرخه سواری، چهار بازمانده، شادیانه، (پلی استیشن) ps، نقطه بازی، موی moy، بازی های امتیازی، توپ نفهم، کودک خوش شانس، میوه بازی، دیکشنری، نقطه بازی.

۱-۱۶. شبکه های اجتماعی مورد استفاده

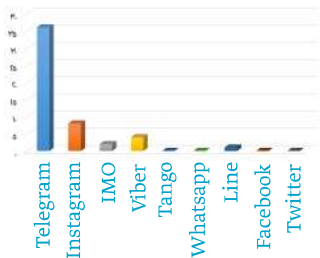


باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
برنامه یا شبکه	درصد	برنامه یا شبکه	درصد	برنامه یا شبکه	درصد
Telegram	۲۱,۴	Telegram	۳۶	Telegram	۲۳,۷
Instagram	۶,۵	Instagram	۸	Instagram	۶,۷
IMO	۷,۳	IMO	۲	IMO	۶,۴
Viber	۱	Viber	۴	Viber	۱,۴
Tango	۱,۷	Tango	.	Tango	۱,۴
Whatsapp	۱	Whatsapp	.	Whatsapp	۰,۸
Line	۰,۸	Line	۱	Line	۰,۸
Facebook	۰,۶	Facebook	.	Facebook	۰,۵
Twitter	۰,۲	Twitter	.	Twitter	۰,۲

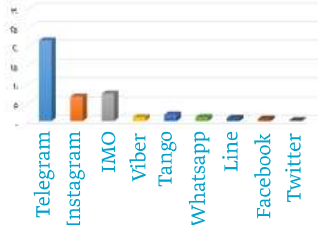
جدول شماره ۱-۱۶. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شبکه های اجتماعی مورد استفاده

در زمینه برنامه ها و شبکه های اجتماعی مورد استفاده بچه ها، از والدین پرسیده شد «از چه برنامه ها یا نرم افزارهایی استفاده می کنه؟». تلگرام با ۲۳,۷ درصد در کل کشور، ۳۶ درصد در شهرهای عمده و ۲۱,۴ درصد در باقی شهرها، درصد قرار گرفته است و پس از آن اینستاگرام، ایمو، وایبر و تانگو قرار داشته اند.

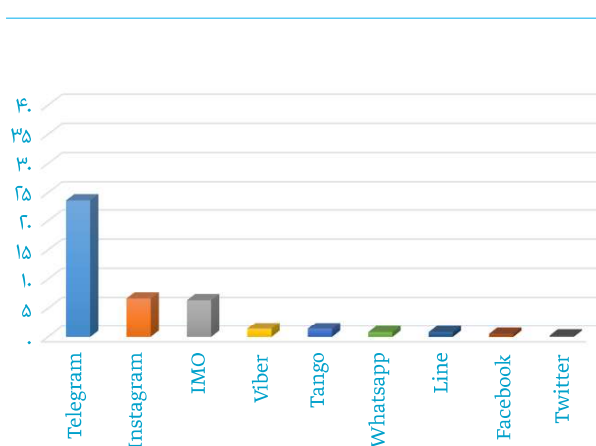
شهرهای عمده



باقی شهرها



کل کشور



نمودار شماره ۱-۱۶. نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده

میزان استفاده بچه‌ها از تلگرام و اینستاگرام، در خانواده‌های دارای والدین با تحصیلات دانشگاهی بیشتر بوده است.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات		تلگرام
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۷۵,۹	۶۸,۸	۷۹,۸	خیر
۲۴,۱	۳۱,۲	۲۰,۲	بله
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع
	۹,۲۷۹		مقدار خی دو
	۰,۱۲۴		ضریب فی
	۰,۰۰۲		سطح معناداری

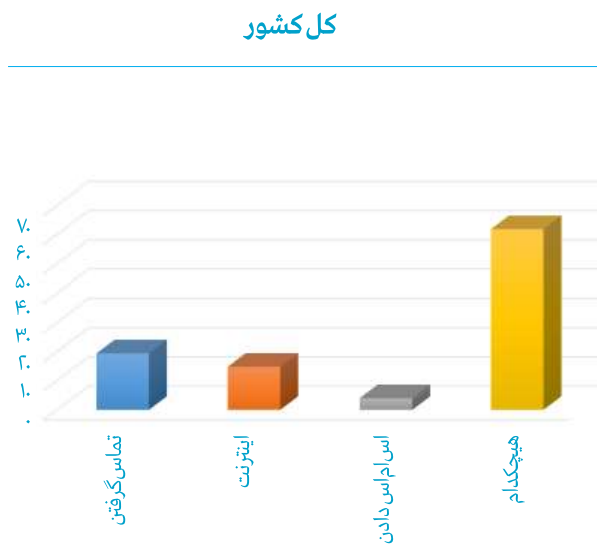
کل نمونه	وضعیت تحصیلات		اینستاگرام
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۹۳,۱	۸۷,۲	۹۶,۴	خیر
۶,۹	۱۲,۸	۳,۶	بله
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع
	۱۸,۲۲۳		مقدار خی دو
	۰,۱۷۳		ضریب فی
	۰,۰۰۰		سطح معناداری

۱۷-۱. تمایل فرزند به تماس، اس ام اس، اینترنت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	موارد	درصد	موارد	درصد	موارد
۲۰,۸	تماس گرفتن	۱۶,۶	تماس گرفتن	۱۹,۴	تماس گرفتن
۱۴,۶	اینترنت	۱۵,۱	اینترنت	۱۴,۸	اینترنت
۳,۹	اس ام اس دادن	۴,۲	اس ام اس دادن	۴	اس ام اس دادن
۶۰,۶	هیچکدام	۶۴,۲	هیچکدام	۶۱,۸	هیچکدام
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۱۷. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تمایل فرزند به تماس، اس ام اس، اینترنت

در این بخش پرسیده شده است که «بچه‌تان بیشتر کدامیک از موارد را استفاده می‌کند؟». از بین موارد مطرح شده، در ۶۱,۸ درصد هیچ‌یک از شیوه‌های ارتباطی با دیگران استفاده نمی‌شده است. این درصد در شهرهای عمده بیشتر و در باقی شهرها کمتر است. در ۱۹,۴ درصد تماس گرفتن، ۱۴,۸ درصد اینترنت و ۴ درصد اس ام اس دادن انتخاب شده است. میزان تماس گرفتن در باقی شهرها، بیش از شهرهای عمده بوده است.



نمودار شماره ۱-۱۷. نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب تمایل فرزند به تماس، اس ام اس، اینترنت

بچه‌های دارای والدین با تحصیلات دانشگاهی، میزان استفاده بیشتری از اینترنت داشته‌اند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			بچه تون کدوم یک از موارد زیر رابیش تر استفاده می‌کنه؟
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۱۹,۸	۱۸,۷	۲۰,۳	تماس گرفتن	
۴,۰	۲,۷	۴,۶	اس ام اس دادن	
۱۴,۶	۱۹,۸	۱۲,۱	اینترنت	
۶۱,۶	۵۸,۸	۶۳,۰	هیچکدام	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۹,۳۷۶		مقدار خی دو	
	۰,۱۱۰		ضریب فی	
	۰,۰۲۵		سطح معناداری	

جدول شماره ۱-۱۸. توزیع

فراوانی پاسخگویان بر

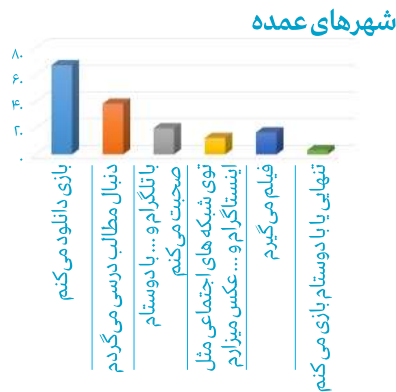
حسب نوع کاربرد اینترنت

۱-۱۸. نوع کاربرد اینترنت

باقی شهرها	
درصد	کاربرد
۷۳,۳	بازی دانلود می‌کنم
۲۹,۵	دنیال مطالب درسی می‌گردم
۲۱,۷	با تلگرام و ... با دوستان صحبت میکنم
۱۵,۷	توی شبکه های اجتماعی مثل اینستاگرام و... عکس می‌زارم
۱۲,۹	فیلم می‌گیرم
۱۰,۱	تنهایی یا با دوستان بازی می‌کنم

شهرهای عمده	
درصد	کاربرد
۶۷	بازی دانلود می‌کنم
۳۸,۱	دنیال مطالب درسی می‌گردم
۱۹,۶	با تلگرام و ... با دوستان صحبت میکنم
۱۲,۴	توی شبکه های اجتماعی مثل اینستاگرام و... عکس می‌زارم
۱۶,۵	فیلم می‌گیرم
۳,۱	تنهایی یا با دوستان بازی می‌کنم

کل کشور	
درصد	کاربرد
۷۱,۳	بازی دانلود می‌کنم
۳۲,۲	دنیال مطالب درسی می‌گردم
۲۱	با تلگرام و ... با دوستان صحبت میکنم
۱۴,۶	توی شبکه های اجتماعی مثل اینستاگرام و... عکس می‌زارم
۱۴	فیلم می‌گیرم
۸	تنهایی یا با دوستان بازی می‌کنم



نمودار شماره ۱-۱۸. نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع کاربرد اینترنت

در این بخش از بچه‌ها پرسیده شده است که «با اینترنت چه کار می‌کنی؟». ۷۱,۳ درصد بازی دانلود می‌کنند. این درصد در شهرهای عمده، شش درصد کمتر از باقی شهرها است. ۳۲,۲ درصد دنبال مطالب درسی می‌گردند، ۲۱ درصد با دوستانشان صحبت می‌کنند. ۱۴,۶ درصد فیلم می‌گیرند و ۸ درصد تنهایی یا با دوستانشان بازی می‌کنند.

میزان استفاده از اینترنت برای صحبت یا عکس گذاشتن در شبکه‌هایی مانند تلگرام و اینستاگرام، در بچه‌های دارای والدین با تحصیلات دانشگاهی بیشتر است.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات		خیر	با تلگرام و ... با دوستان صحبت میکنم
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۷۸,۵	۷,۲	۸۴,۷		
۲۱,۵	۲۹,۸	۱۵,۳	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۹,۲۶۶			مقدار خی دو	
۰,۱۷۴			ضریب فی	
۰,۰۰۲			سطح معناداری	

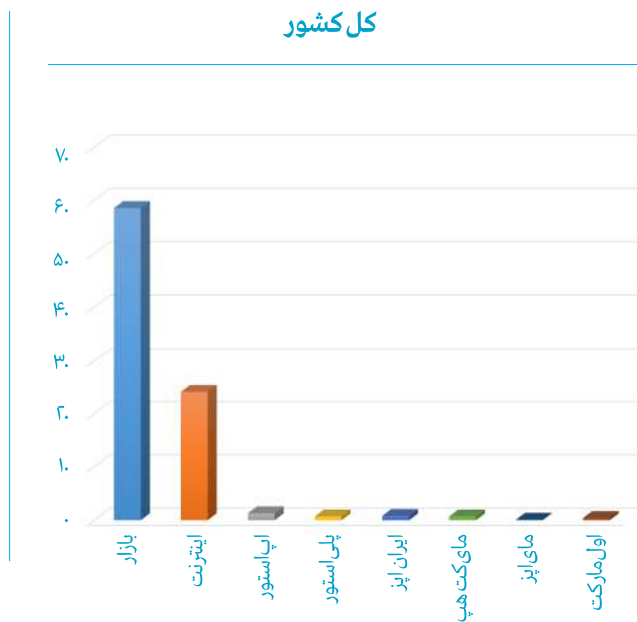
کل نمونه	وضعیت تحصیلات		خیر	توی شبکه های اجتماعی مثل اینستاگرام و... عکس میگذارم
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۸۶,۰	۷۸,۶	۹۱,۵		
۱۴,۰	۲۱,۴	۸,۵	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۱۰,۲۹۸			مقدار خی دو	
۰,۱۸۳			ضریب فی	
۰,۰۰۱			سطح معناداری	

۱۹-۱. چگونگی تهیه برنامه یا بازی

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	محل تهیه	درصد	محل تهیه	درصد	محل تهیه
۶۲,۷	بازار	۵۰,۴	بازار	۵۸,۶	بازار
۲۳,۸	اینترنت	۲۴,۶	اینترنت	۲۴,۱	اینترنت
۱,۲	اپ استور	۱,۶	اپ استور	۱,۳	اپ استور
۰,۴	پلی استور	۱,۲	پلی استور	۰,۷	پلی استور
۱	ایران اپز	۰,۴	ایران اپز	۰,۸	ایران اپز
۰,۸	مای کت هپ	۰,۴	مای کت هپ	۰,۷	مای کت هپ
۰,۲	مای اپز	-	مای اپز	۰,۱	مای اپز
۰,۶	اول مارکت	-	اول مارکت	۰,۴	اول مارکت

جدول شماره ۱-۱۹. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محل تهیه برنامه یا بازی

از بچه‌ها پرسیده شد «بازی‌ها یا برنامه‌ها را از کجا می‌گیری؟». حدود شصت درصد گفتند که از بازار برنامه یا بازی می‌گیرند. تهیه از بازار در شهرهای عمده دوازده درصد کمتر از باقی شهرها بوده است. خرید از اینترنت ۲۴,۱ درصد، فراوانی داشته است.



نمودار شماره ۱-۱۹. نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب محل تهیه برنامه یا بازی

تهیه برنامه یا بازی از بازار، در فرزندان ۶ تا ۱۱ ساله والدین دارای تحصیلات دانشگاهی بیشتر بوده است.

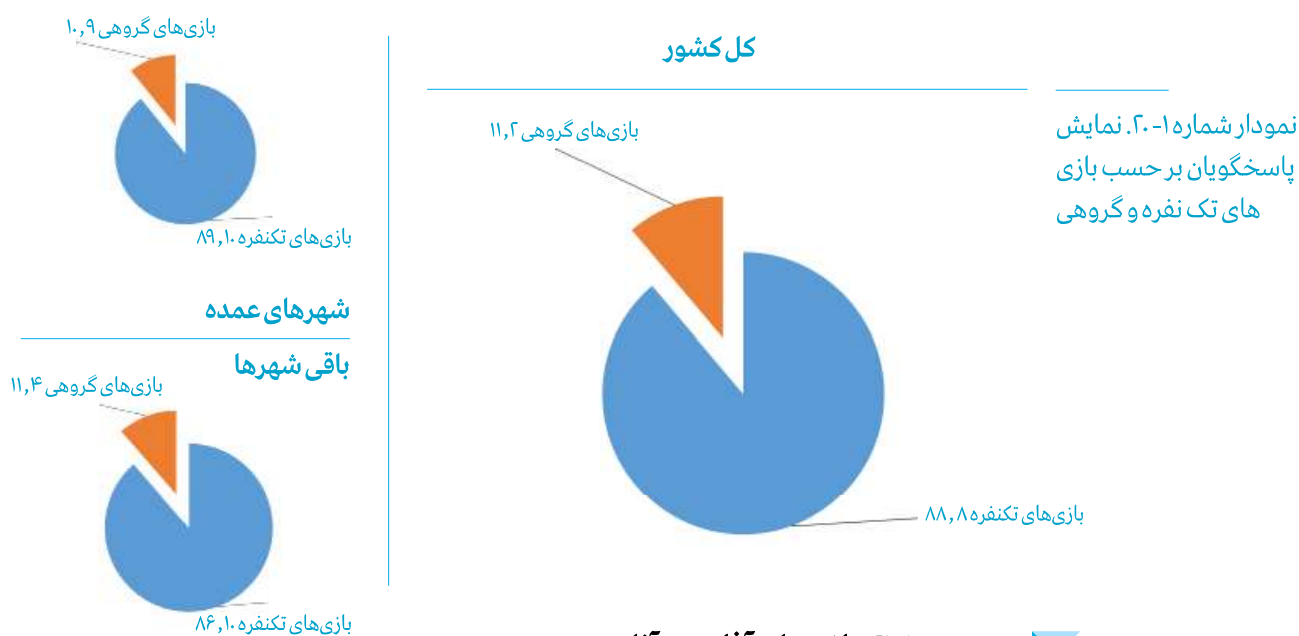
کل نمونه	وضعیت تحصیلات		بازار	خیر
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۴۱,۴	۳۶,۲	۴۴,۳	بله	
۵۸,۶	۶۳,۸	۵۵,۷	جمع	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	مقدار خی دو	
	۴,۵۶۳		ضریب فی	
	۰,۰۷۹		سطح معناداری	
	۰,۰۳۳			

۲-۱. بازی های تک نفره و گروهی

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع بازی	درصد	نوع بازی	درصد	نوع بازی
۸۸,۶	بازی های تک نفره	۸۹,۱	بازی های تک نفره	۸۸,۸	بازی های تک نفره
۱۱,۴	بازی های گروهی	۱۰,۹	بازی های گروهی	۱۱,۲	بازی های گروهی
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۲۰-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بازی های تک نفره و گروهی

نزدیک به نود درصد از کسانی که بازی برای فرزندشان تهیه کرده اند بازی های تک نفره را انتخاب کرده اند.

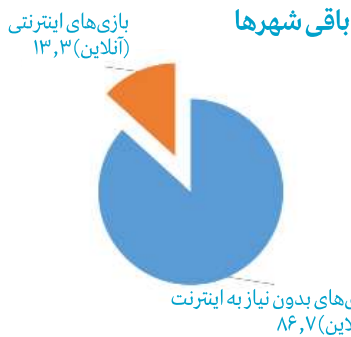
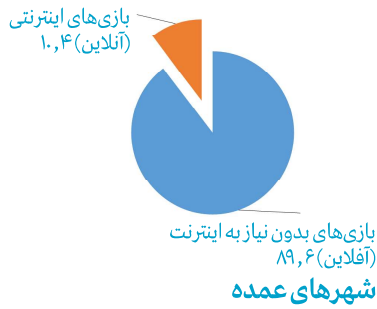


۱-۲۱. بازی های آفلاین و آنلاین

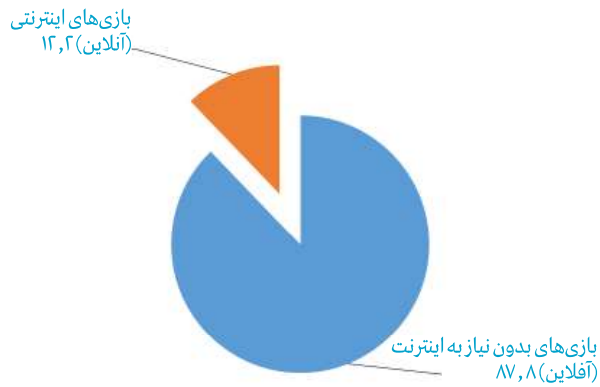
باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع بازی	درصد	نوع بازی	درصد	نوع بازی
۸۶,۷	بازی هایی بدون نیاز به اینترنت (آفلاین)	۸۹,۶	بازی هایی بدون نیاز به اینترنت (آفلاین)	۸۷,۸	بازی هایی بدون نیاز به اینترنت (آفلاین)
۱۳,۳	بازی های اینترنتی (آنلاین)	۱۰,۴	بازی های اینترنتی (آنلاین)	۱۲,۲	بازی های اینترنتی (آنلاین)
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۲۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بازی های آفلاین و آنلاین

نزدیک به نود درصد از کسانی که بازی برای فرزندشان تهیه کرده‌اند گفته‌اند بازی‌هایی که برای فرزندشان تهیه کرده‌اند آفلاین بوده و نیازی به اینترنت نداشته است. در طراحی محصول این نکته باید مورد توجه قرار گیرد که در این سگمنت اگر قرار باشد بچه‌ها بازی کنند به احتمال فراوان آفلاین است، پس امکان ایجاد درآمد از طریق فروش اینترنت منتفی است و باید به نوعی بازی طراحی شود که موارد دیگری را تحریک کند که آن موارد دیگر منجر به استفاده از اینترنت شود.



کل کشور



نمودار شماره ۱-۲۱. نمایش پاسخگویان بر حسب بازی های آفلاین و آنلاین

۱-۲۲. بازی های خارجی و ایرانی

باقی شهرها	
درصد	نوع بازی
۷۱,۹	بازی های خارجی
۲۸,۱	بازی های ایرانی
۱۰۰	جمع

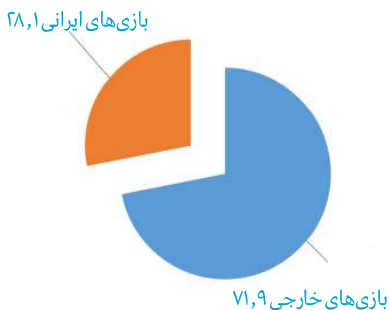
شهرهای عمده	
درصد	نوع بازی
۷۴,۵	بازی های خارجی
۲۵,۵	بازی های ایرانی
۱۰۰	جمع

کل کشور	
درصد	نوع بازی
۷۲,۹	بازی های خارجی
۲۷,۱	بازی های ایرانی
۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۲۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بازی های خارجی و ایرانی

بیش از هفتاد درصد بازی ها، خارجی بوده است.

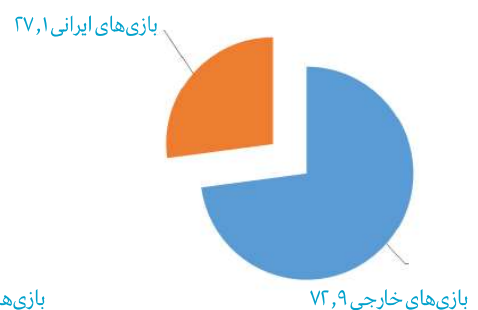
باقی شهرها



شهرهای عمده



کل کشور



نمودار شماره ۱-۲۲. نمایش پاسخگویان بر حسب بازی های خارجی و ایرانی

۱-۲۳. چرایی استفاده

درصد			دلایل	
باقی شهرها	شهرهای عمده	کل کشور		
۳۴,۳	۴۳,۸	۳۸,۱	گرافیک اش بهتر است	بازی های خارجی
۷۵,۸	۶۲	۷,۳	جذاب تر است	
۱,۹	۰,۷	۱,۵	با فرهنگ ما بیش تر می خواند	
۵,۸	۲,۹	۴,۷	بد آموزی ندارد	
۱,۹	۰,۷	۱,۵	خشونت کمتری دارد	
۳,۷	۲,۱	۳,۱	گرافیک اش بهتر است	بازی های ایرانی
۲۱	۸,۵	۱۶,۴	جذاب تر است	
۶۴,۲	۶۸,۱	۶۵,۶	با فرهنگ ما بیش تر می خواند	
۳۴,۶	۲۷,۷	۳۲	بد آموزی ندارد	
۲۲,۲	۸,۵	۱۷,۲	خشونت کمتری دارد	

جدول شماره ۱-۲۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب چرایی استفاده از بازی های ایرانی و خارجی

همانگونه که در جدول فوق ملاحظه می شود، ۷,۳ درصد از کسانی که بازی های خارجی تهیه کرده اند، عامل جذابیت را ذکر کرده اند و پس از آن، ۳۸,۱ درصد به گرافیک بهتر بازی های خارجی اشاره کرده اند. در مقابل ۶۵,۶ درصد از کسانی که بازی های ایرانی تهیه کرده اند به همخوان بودن این بازی ها با فرهنگ ما اشاره کرده اند و ۳۲ درصد گفته اند که بازی های ایرانی بدآموزی ندارد. این نشان می دهد که اگر بر اساس محتوا (نداشتن بدآموزی، هم خوانی با فرهنگ کشور) برنامه ای با کیفیت بصری بالا تولید شود ضریب موفقیت بالا می رود. البته با توجه به گنگ بودن واژه ی جذاب، نیاز به بررسی بیش تر هست.



نمودار شماره ۱-۲۳. نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب چرایی استفاده از بازی های ایرانی و خارجی

۱-۲۴. هدف از تهیه بازی

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	هدف	درصد	هدف	درصد	هدف
۶۳	سرگرم شود	۶۵,۲	سرگرم شود	۶۳,۷	سرگرم شود
۲۸,۱	مطالب آموزشی در آن هست	۲۵,۶	مطالب آموزشی در آن هست	۲۷,۳	مطالب آموزشی در آن هست
۱۱,۱	دنیای آینده دنیای دیجیتال است دلم می خواهد بچه ام با این دنیا زودتر آشنا شود	۵,۹	دنیای آینده دنیای دیجیتال است دلم می خواهد بچه ام با این دنیا زودتر آشنا شود	۹,۴	دنیای آینده دنیای دیجیتال است دلم می خواهد بچه ام با این دنیا زودتر آشنا شود
۱۹,۴	همه موارد	۱۷,۴	همه موارد	۱۸,۷	همه موارد

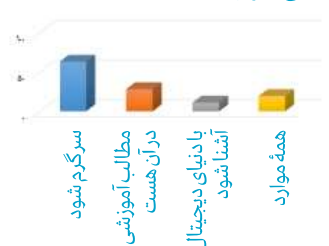
از والدین پرسیده شد «بازی‌ها یا برنامه‌هایی که بچه‌تون استفاده میکنه با چه هدفی برایش تهیه می‌کنید؟». سرگرمی بیشترین دلیل برای تهیهی بازی است. مطالب آموزشی با فاصله زیاد بعد از آن است. نتایج در شهرهای مختلف و گروه‌های سنی و تحصیلات والدین تفاوت محسوسی نشان نمی‌دهد.

جدول شماره ۱-۲۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب هدف تهیه بازی

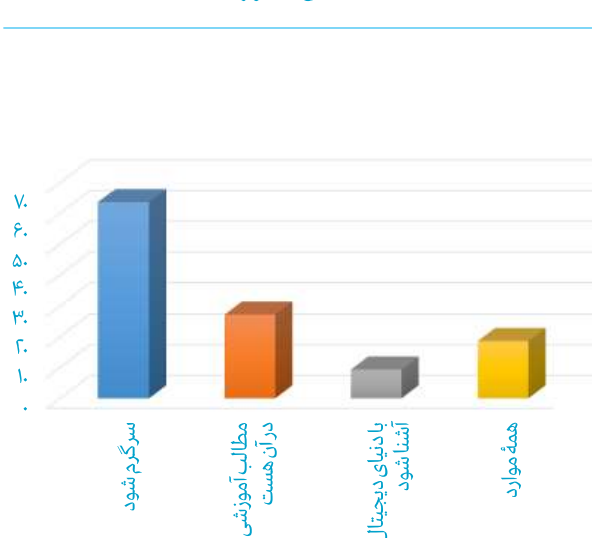
شهرهای عمده



باقی شهرها



کل کشور



نمودار شماره ۱-۲۴. نمایش پاسخگویان بر حسب هدف تهیه بازی

۱-۲۵. عوامل مؤثر بر خرید برنامه یا بازی برای فرزند

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	عامل مؤثر	درصد	عامل مؤثر	درصد	عامل مؤثر
۷۱,۶	معلم مدرسه شون گفته باشه	۵۶,۳	معلم مدرسه شون گفته باشه	۶۴,۶	معلم مدرسه شون گفته باشه
۳۹,۹	خودش خیلی اصرار کنه	۳۸,۵	خودش خیلی اصرار کنه	۳۹,۵	خودش خیلی اصرار کنه
۲,۰	پدر و مادرها خریدنه باشن و توصیه کنن	۲۳,۳	پدر و مادرها خریدنه باشن و توصیه کنن	۲۱,۱	پدر و مادرها خریدنه باشن و توصیه کنن
۵,۸	بچه‌های دیگه ای که استفاده کردن گفته باشن	۱,۰	بچه‌های دیگه ای که استفاده کردن گفته باشن	۷,۱	بچه‌های دیگه ای که استفاده کردن گفته باشن
۴,۰	توی ماهواره یا تلویزیون تبلیغ اش رو دیده باشم	۳,۳	توی ماهواره یا تلویزیون تبلیغ اش رو دیده باشم	۳,۸	توی ماهواره یا تلویزیون تبلیغ اش رو دیده باشم

از والدین پرسیده شد «در چه صورتی بیش‌تر امکان داره یک بازی یا برنامه‌ای را برای بچه تون بگیری؟». در پاسخ ۶۴,۶ درصد گفته‌اند که اگر معلم مدرسه گفته باشه. این میزان در شهرهای عمده پانزده درصد کمتر از باقی شهرها است. ۳۹,۵ درصد گفته‌اند اگر خودش خیلی اصرار کنه، ۲۱,۱ درصد گفته‌اند اگر پدرها و مادرها خریدنه باشن و توصیه کنن؛ ۷,۱ درصد گفته‌اند اگر بچه‌های دیگر بگویند و ۳,۸ درصد هم در صورتی بازی یا برنامه را برای بچه‌ها می‌خرند که تبلیغش را در ماهواره یا تلویزیون دیده باشن.

جدول شماره ۱-۲۵. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب عوامل مؤثر بر خرید برنامه یا بازی



نمودار شماره ۱-۲۵. نمایش پاسخگویان بر حسب عوامل مؤثر بر خرید برنامه یا بازی

نکته قابل توجه این است که تبلیغات در تلویزیون و ماهواره تنها ۳,۷ درصد تأثیر داشته است. این درصد در شهرهای عمده ۰,۷ درصد کمتر از باقی شهرها، و در والدین دانشگاهی ۲,۹ درصد کمتر از والدین غیر دانشگاهی بوده است.

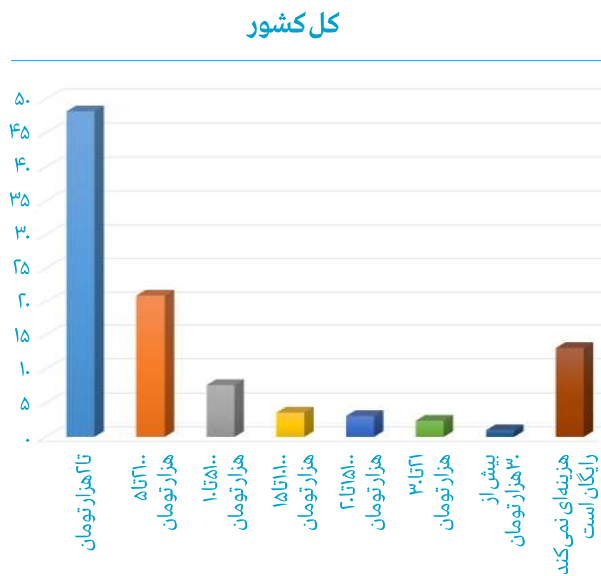
کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۹۶,۳	۹۸,۲	۹۵,۳	خیر	توی ماهواره یا تلویزیون تبلیغ اش رو دیده باشم
۳,۷	۱,۸	۴,۷	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۴,۴۳۵			مقدار خی دو	
۰,۰۷۴			ضریب فی	
۰,۰۳۵			سطح معناداری	

۱-۲۶. هزینه بازی های کودک

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	هزینه ی بازی	درصد	هزینه ی بازی	درصد	هزینه ی بازی
۹,۴	هزینه ای نمی کند. رایگان است	۲۱	هزینه ای نمی کند. رایگان است	۱۳,۱	هزینه ای نمی کند. رایگان است
۴۸,۷	تا ۲ هزار تومان	۴۷,۲	تا ۲ هزار تومان	۴۸,۲	تا ۲ هزار تومان
۲۲,۷	۲۱۰۰ تا ۵ هزار تومان	۱۷,۳	۲۱۰۰ تا ۵ هزار تومان	۲۱	۲۱۰۰ تا ۵ هزار تومان
۹	۵۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان	۴,۷	۵۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان	۷,۶	۵۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان
۳,۵	۱۰۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان	۳,۷	۱۰۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان	۳,۶	۱۰۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان
۳,۳	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان	۲,۸	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان	۳,۱	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان
۲,۷	۲۱ تا ۳۰ هزار تومان	۱,۴	۲۱ تا ۳۰ هزار تومان	۲,۴	۲۱ تا ۳۰ هزار تومان
۰,۷	بیش از ۳۰ هزار تومان	۱,۹	بیش از ۳۰ هزار تومان	۱	بیش از ۳۰ هزار تومان
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۲۶. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب هزینه بازی های کودک

همان گونه که مشاهده می‌شود نزدیک به نیمی از پاسخگویان در هر سه گروه، هزینه بازی فرزندشان را تا دو هزار تومان اعلام کرده‌اند. درصد کسانی هم که پولی بابت بازی پرداخت نمی‌کنند ۱۳ درصد در کل کشور، ۲۱ درصد در شهرهای عمده و ۹,۴ درصد در باقی شهرها است. سن و تحصیلات والدین ارتباط معناداری با میزان هزینه برای بازی‌های کودکان ندارد.



نمودار شماره ۱-۲۶. نمایش پاسخگویان بر حسب هزینه بازی‌های کودک

۱-۲۷. روش شارژ



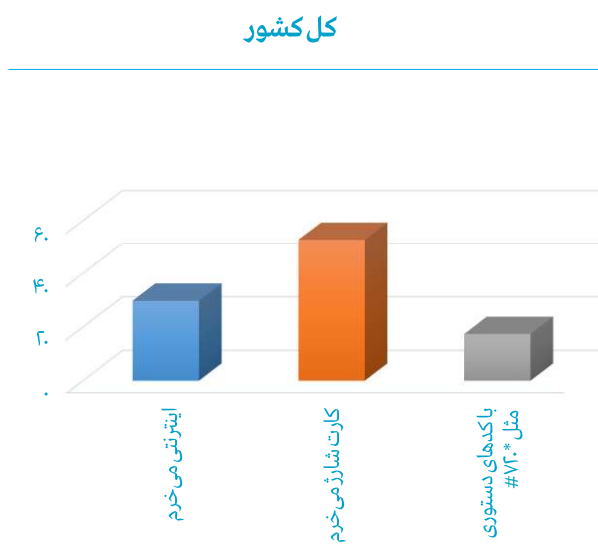
باقی شهرها	
روش شارژ	درصد
اینترنتی میخرم	۳۰,۲
کارت شارژ میخرم	۵۴
با کدهای دستوری مثلاً #۷۲*	۱۵,۹
جمع	۱۰۰

شهرهای عمده	
روش شارژ	درصد
اینترنتی میخرم	۲۸,۶
کارت شارژ میخرم	۴۸,۶
با کدهای دستوری مثلاً #۷۲*	۲۲,۹
جمع	۱۰۰

کل کشور	
روش شارژ	درصد
اینترنتی میخرم	۲۹,۸
کارت شارژ میخرم	۵۲,۸
با کدهای دستوری مثلاً #۷۲*	۱۷,۴
جمع	۱۰۰

از بچه‌ها در مورد نحوه شارژ سیم‌کارت پرسیده شد. ۲۹,۸ درصد، شارژ را به صورت اینترنتی می‌خرند، ۵۲,۸ درصد کارت شارژ تهیه می‌کنند و ۱۷,۴ درصد از کدهای دستوری استفاده می‌کنند. خرید کارت شارژ در شهرهای عمده، پنج درصد کمتر از باقی شهرها است.

جدول شماره ۱-۲۷. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب روش شارژ سیم‌کارت



نمودار شماره ۱-۲۷. نمایش پاسخگویان بر حسب روش شارژ سیم کارت

خرید اینترنتی در والدین دانشگاهی و خرید کارت شارژ در والدین غیردانشگاهی معناداری بیشتر بوده است.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات		
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۲۹,۶	۴۵,۶	۱۷,۶	اینترنتی میخرم
۵۳,۵	۳۹,۷	۶۳,۷	کارت شارژ میخرم
۱۷,۰	۱۴,۷	۱۸,۷	با کدهای دستوری مثل *۷۲#
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع
	۱۴,۸۹۳		مقدار خی دو
	۰,۳۰۶		ضریب کرامر
	۰,۰۰۱		سطح معناداری

{در صورت استفاده از اینترنت گوشی} چطوری شارژ می کنی؟

۱-۲۸. منبع اینترنت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	منبع اینترنت	درصد	منبع اینترنت	درصد	منبع اینترنت
۳۷,۹	فقط به اینترنت خانه وصل می‌شود	۵۸,۸	فقط به اینترنت خانه وصل می‌شود	۴۴,۴	فقط به اینترنت خانه وصل می‌شود
۴۹,۵	از اینترنت گوشی وصل می‌شود	۳۰,۹	از اینترنت گوشی وصل می‌شود	۴۳,۷	از اینترنت گوشی وصل می‌شود
۱۲,۶	هر دو	۱۰,۳	هر دو	۱۱,۹	هر دو
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

از بچه‌ها در مورد منبع اینترنت پرسیده شد. ۴۴,۴ درصد فقط به اینترنت منزل وصل می‌شوند، ۴۳,۷ درصد از اینترنت گوشی استفاده می‌کنند و ۱۱,۲ درصد به هر دو مورد اشاره کرده‌اند. اتصال به اینترنت منزل در شهرهای عمده تقریباً ۲۱ درصد بیش از باقی شهرها بوده و اتصال از طریق اینترنت گوشی در باقی شهرها، ۱۸ درصد بیش از شهرهای عمده بوده است.

جدول شماره ۱-۲۸. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب منبع اینترنت



فرزندان ۶ تا ۱۱ ساله والدین دارای تحصیلات دانشگاهی، به طور معناداری کمتر از فرزندان والدین دارای تحصیلات غیردانشگاهی از اینترنت گوشی استفاده می‌کنند و به عبارت دیگر اکثراً در خانه اینترنت وای‌فای دارند.

نمودار شماره ۱-۲۸. نمایش پاسخگویان بر حسب منبع اینترنت

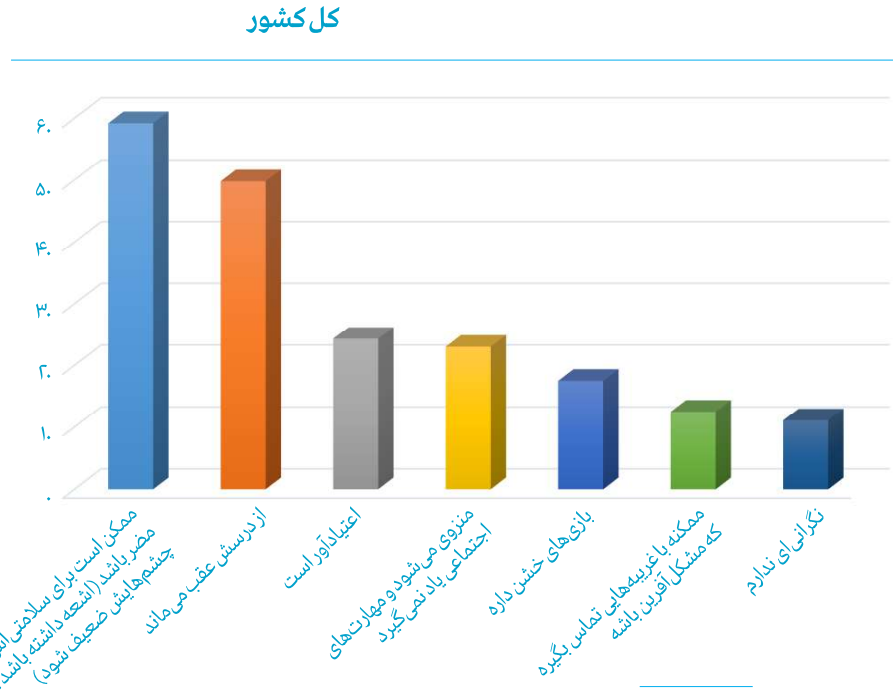
کل نمونه	وضعیت تحصیلات		مقدار خن دو	ضریب کرامر	سطح معناداری
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی			
۴۴,۱	۴۵,۴	۴۳,۲	فقط به اینترنت خونه وصل میشم	اینترنت رو از کجا میاری؟	
۴۳,۸	۳۶,۲	۴۹,۴	از اینترنت گوشی وصل میشم		
۱۲,۱	۱۸,۵	۷,۴	هر دو		
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع		
	۱۰,۶۷۸				
	۰,۱۸۷				
	۰,۰۰۵				

۱-۲۹. نگرانی‌های استفاده از وسایل الکترونیکی (موبایل یا تبلت)

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی
۵۹,۴	ممکنه برای سلامتی اش مضر باشد (اشعه داشته باشد، چشماش ضعیف شود)	۵۸,۷	ممکنه برای سلامتی اش مضر باشد (اشعه داشته باشد، چشماش ضعیف شود)	۵۹,۲	ممکنه برای سلامتی اش مضر باشد (اشعه داشته باشد، چشماش ضعیف شود)
۵۳,۵	از درسش باز می‌مونه	۴۲,۴	از درسش باز می‌مونه	۴۹,۸	از درسش باز می‌مونه
۲۳,۱	اعتیاد آورده	۲۶,۸	اعتیاد آورده	۲۴,۳	اعتیاد آورده
۲۲,۴	منزوی می‌شود و مهارت‌های اجتماعی رو یاد نمی‌گیرد	۲۴,۳	منزوی می‌شود و مهارت‌های اجتماعی رو یاد نمی‌گیرد	۲۳	منزوی می‌شود و مهارت‌های اجتماعی رو یاد نمی‌گیرد
۱۸,۲	بازی های خشن داره	۱۵,۹	بازی های خشن داره	۱۷,۵	بازی های خشن داره
۱۲,۵	ممکنه با غریبه‌هایی تماس بگیره که مشکل آفرین باشه	۱۲,۳	ممکنه با غریبه‌هایی تماس بگیره که مشکل آفرین باشه	۱۲,۵	ممکنه با غریبه‌هایی تماس بگیره که مشکل آفرین باشه
۱۰,۴	نگرانی ای ندارم	۱۲,۷	نگرانی ای ندارم	۱۱,۱	نگرانی ای ندارم

در حدود شصت درصد از پاسخگویان نگران ضررهای استفاده از گوشی بوده‌اند و حدود پنجاه درصد نیز موضوع لطمه به درس خواندن فرزندشان را به‌عنوان نگرانی ذکر کرده‌اند. نگرانی از درس نخواندن فرزند، در باقی شهرها یازده درصد بیش از شهرهای عمده بوده است.

جدول شماره ۱-۲۹. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نگرانی‌های استفاده از وسایل الکترونیکی



نمودار شماره ۱-۲۹، نمایش پاسخگویان بر حسب نگرانی‌های استفاده از وسایل الکترونیکی

پدرها و مادرها نگرانی‌های مشابهی داشته‌اند. به لحاظ گروه‌های سنی، والدین ۳۶ تا ۴۵ ساله بیش از والدین ۲۶ تا ۳۵ ساله نگران بازی‌های خشن هستند.

کل نمونه	گروه های سنی		
	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۶ تا ۳۵ سال	
۸۲,۴	۷۸,۳	۸۶,۰	خیر
۱۷,۶	۲۱,۷	۱۴,۰	بله
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع
۷,۶۸۳			مقدار خی دو
۰,۱۰۲			ضریب فی
۰,۰۰۶			سطح معناداری

والدین دارای تحصیلات دانشگاهی به طور معناداری بیشتر نگران تماس با غریبه‌ها و همچنین انزوا و اجتماعی نشدن کودکان هستند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۸۷,۶	۸۳,۲	۸۹,۹	خیر	ممکنه با غریبه‌هایی تماس بگیره که مشکل آفرین باشه
۱۲,۴	۱۶,۸	۱۰,۱	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۷,۷۴۹			مقدار خی دو	
۰,۰۹۸			ضریب فی	
۰,۰۰۵			سطح معناداری	

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۷۷,۳	۷۲,۴	۷۹,۹	خیر	منزوی می‌شه و مهارت‌های اجتماعی رو یاد نمی‌گیره
۲۲,۷	۲۷,۶	۲۰,۱	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۵,۸۰۳			مقدار خی دو	
۰,۰۸۴			ضریب فی	
۰,۰۱۶			سطح معناداری	

۳-۱. نگرانی‌های استفاده از اینترنت



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی
۵۷,۹	ممکنه تو سایت‌هایی که براش نامناسب باشه بره	۵۰,۴	ممکنه تو سایت‌هایی که براش نامناسب باشه بره	۵۵,۴	ممکنه تو سایت‌هایی که براش نامناسب باشه بره
۴۴,۸	عکس‌ها یا فیلم‌هایی را ببینه که نباید	۳۶,۶	عکس‌ها یا فیلم‌هایی را ببینه که نباید	۴۳,۱	عکس‌ها یا فیلم‌هایی را ببینه که نباید
۴۰,۳	چیزای نامناسبی رو آموزش ببینه	۳۷,۷	چیزای نامناسبی رو آموزش ببینه	۳۹,۴	چیزای نامناسبی رو آموزش ببینه
۲۰,۷	نگرانی ای ندارم	۲۵,۴	نگرانی ای ندارم	۲۲,۲	نگرانی ای ندارم

در ادامه از والدین پرسیده شد که «در مورد اینترنت چی؟ اگر به اینترنت وصل شه، دلهره‌ای ندارید؟» رفتن به سایت‌های نامناسب بیشترین نگرانی را به همراه داشته است. میزان نگرانی‌ها در مجموع، در گروه باقی شهرها بیشتر از گروه شهرهای عمده بوده است.

جدول شماره ۱-۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نگرانی‌های استفاده از اینترنت

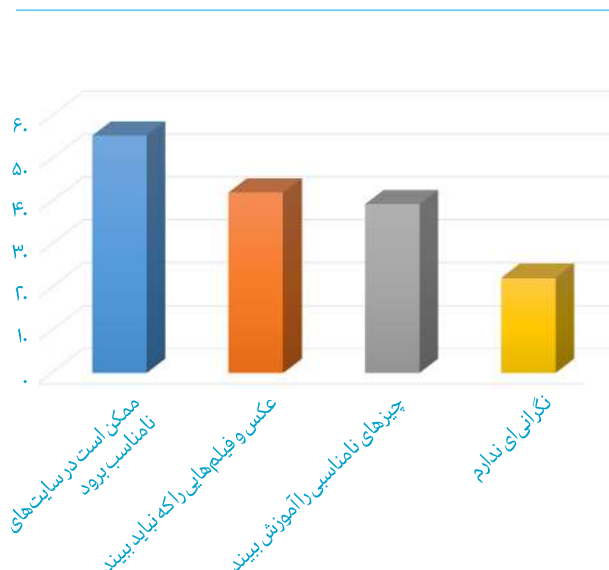
شهرهای عمده



باقی شهرها



کل کشور



نمودار شماره ۱-۳. نمایش پاسخگویان بر حسب نگرانی‌های استفاده از اینترنت

نگرانی مادرها از تماشای عکس‌ها و فیلم‌های نامناسب توسط فرزندشان، بیش از نگرانی پدرها از این مسئله بوده است.

کل نمونه	نسبت پاسخگو با کودک			
	مادر	پدر		
۵۸,۰	۵۶,۰	۶۵,۹	خیر	عکس‌ها یا فیلم‌هایی را ببیند که نباید
۴۲,۰	۴۴,۰	۳۴,۱	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۵,۱۷۶			مقدار خی دو	
۰,۰۸۰			ضریب فی	
۰,۰۲۳			سطح معناداری	

والدین دارای تحصیلات دانشگاهی کمتر نگران فرزندان شش تا یازده ساله‌شان بوده‌اند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۷۷,۷	۷,۷	۸۱,۳	خیر	نگرانی ای ندارم
۲۲,۳	۲۹,۳	۱۸,۷	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۱۱,۷۲۷			مقدار خی دو	
۰,۱۲۱			ضریب فی	
۰,۰۰۱			سطح معناداری	

۳۱-۱. مواردی از احساس عدم کنترل بر فرزند

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	دلایل عدم کنترل	درصد	دلایل عدم کنترل	درصد	دلایل عدم کنترل
۷۵,۵	نه	۷۵,۷	نه	۷۵,۶	نه
۱۰,۷	بچه‌ام از من بیش‌تر می‌دونه	۱۱,۶	بچه‌ام از من بیش‌تر می‌دونه	۱۱	بچه‌ام از من بیش‌تر می‌دونه
۵,۷	نمی‌تونستم مستقیم برم بالا سرش	۴,۹	نمی‌تونستم مستقیم برم بالا سرش	۵,۴	نمی‌تونستم مستقیم برم بالا سرش
۵,۵	اگه با دوستاش باشه، و اینترنت هم داشته باشه من نمی‌تونم کنترلش کنم	۶,۷	اگه با دوستاش باشه، و اینترنت هم داشته باشه من نمی‌تونم کنترلش کنم	۵,۹	اگه با دوستاش باشه، و اینترنت هم داشته باشه من نمی‌تونم کنترلش کنم
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

در این بخش از والدین پرسیده شد که «پیش‌اومده که فکر کنید نمی‌تونید استفاده از اینترنتِ بچه‌تون رو کنترل کنید؟». و اگر پاسخشان به این پرسش «بله» بود، از علت آن پرسش شد. سه چهارم پاسخ دادند که تا به حال با مشکل عدم کنترل بر فرزندشان در استفاده از اینترنت مواجه نبوده‌اند. یازده درصد علت عدم کنترل را این عنوان کرده‌اند که بچه‌شان بیشتر از آنها میدانند، ۵,۴ درصد گفته‌اند که نمی‌توانند مستقیم بالای سر فرزندشان بروند و ۵,۹ درصد نیز عدم کنترل خود را در مواقعی ذکر کرده‌اند که فرزندشان با دوستانش باشد و از اینترنت استفاده کند. نتایج این بخش تفاوت معناداری در گروه‌های سنی و تحصیلات والدین ندارد.

جدول شماره ۱-۳۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب احساس عدم کنترل بر فرزند

نمودار شماره ۱-۳۱. نمایش پاسخگویان بر حسب احساس عدم کنترل بر فرزند



۱-۳۲. میزان موافقت با کنترل بچه ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	میزان موافقت با کنترل	درصد	میزان موافقت با کنترل	درصد	میزان موافقت با کنترل
۸,۸	خیلی زیاد	۶,۳	خیلی زیاد	۸	خیلی زیاد
۳۳,۳	زیاد	۴۱,۷	زیاد	۳۶	زیاد
۲۵,۵	نمی دونم	۱۷,۸	نمی دونم	۲۳	نمی دونم
۲۵,۴	کم	۲۷,۱	کم	۲۶	کم
۷	اصلا	۷,۱	اصلا	۷	اصلا
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۳۲. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب موافقت با کنترل بچه ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت

در ادامه پرسیده شد «بعضی پدرمادرها فکر میکنند وقتی بچه ها با موبایل کار می کنند باید کنترلشون کرد. شما چقدر با این جور پدر و مادرها موافقت می کنید؟» بیش از چهل درصد از پاسخگویان اظهار کرده اند که به میزان زیاد و بسیار زیادی موافقت کنترل بچه ها در زمان کار با موبایل و تبلت هستند. در مقابل، ۲۵,۹ درصد موافقت پایینی با کنترل بچه ها داشته اند و هفت درصد مخالف کنترل بچه ها بوده اند. میزان موافقت با کنترل بچه ها در شهرهای عمده، شش درصد بیش از باقی شهرها است. نتایج در گروه های سنی و تحصیلات والدین، مشابه است.

نمودار شماره ۱-۳۲. نمایش پاسخگویان برحسب موافقت با کنترل بچه ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت



۱-۳۳. تأثیر استفاده از سیم کارت کودکان بر رفع نگرانی

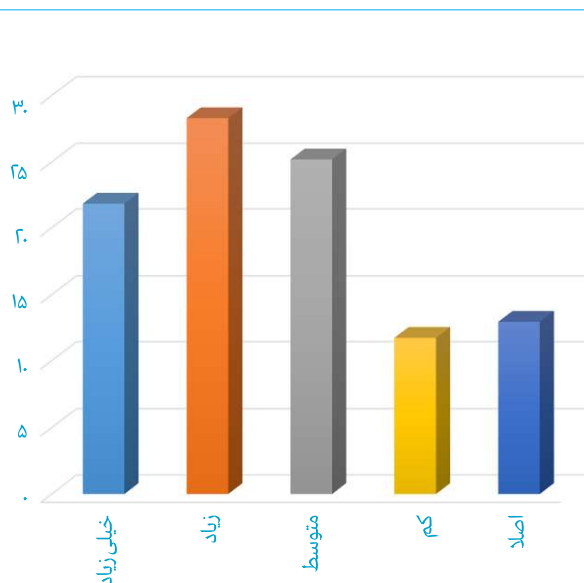
باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	تأثیر بر رفع نگرانی	درصد	تأثیر بر رفع نگرانی	درصد	تأثیر بر رفع نگرانی
۲۴,۹	خیلی زیاد	۱۵,۶	خیلی زیاد	۲۱,۸	خیلی زیاد
۲۸	زیاد	۲۸,۹	زیاد	۲۸,۳	زیاد
۲۷,۳	متوسط	۲۱,۱	متوسط	۲۵,۳	متوسط
۱,۷	کم	۱۳,۷	کم	۱۱,۷	کم
۹,۱	اصلا	۲۰,۷	اصلا	۱۲,۹	اصلا
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۳۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تأثیر استفاده از سیم کارت کودکان بر رفع نگرانی

در این بخش پرسیده شد «اگر سیم کارتی باشه که در اون شما بتونین کنترل کنین که بچه‌ها با کی تماس تلفنی یا پیامکی داشته باشند، یا اینترنت داشته باشند یا نه چقدر نگرانی شما رو رفع می‌کنه؟». پنجاه درصد در کل کشور، گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب کرده‌اند. این درصد در شهرهای عمده ۴۵ و در باقی شهرها ۵۳ است. در مجموع میزان تأثیر سیم کارت کودکان بر رفع نگرانی والدین، در باقی شهرها بیش از شهرهای عمده است.



کل کشور



نمودار شماره ۱-۳۳. نمایش پاسخگویان بر حسب تأثیر استفاده از سیم کارت کودکان بر رفع نگرانی

تأثیر سیم‌کارت کودکان بر رفیع نگرانی والدین ۲۶ تا ۳۵ ساله ، بیش از والدین ۳۶ تا ۴۵ ساله است.

کل نمونه	گروه های سنی			
	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۶ تا ۳۵ سال		
۲۲,۳	۱۹,۲	۲۴,۹	خیلی زیاد	آگه سیم کارتی باشه که در اون شما بتونین کنترل کنین که بچه ها با کی تماس تلفنی یا پیامکی داشته باشن، یا اینترنت داشته باشن یا نه چقدر نگرانی شما رو رفیع می‌کنه؟
۲۸,۷	۲۶,۲	۳۰,۹	زیاد	
۲۴,۰	۲۸,۰	۲۰,۵	متوسط	
۱۱,۷	۱۳,۴	۱۰,۱	کم	
۱۳,۳	۱۳,۱	۱۳,۵	اصلا	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۹,۹۲۲		مقدار خی دو	
	۰,۱۱۷		ضریب کرامر	
	۰,۰۴۲		سطح معناداری	

۱-۳۴. تمایل به تهیه موبایل مخصوص کودکان



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	تمایل به خرید	درصد	تمایل به خرید	درصد	تمایل به خرید
۳۴,۵	حتما می خرم	۳۱	حتما می خرم	۳۳,۳	حتما می خرم
۳۲,۵	شاید بخرم	۳۵,۸	شاید بخرم	۳۳,۶	شاید بخرم
۱۵,۵	نمی دانم	۷,۳	نمی دانم	۱۲,۸	نمی دانم
۵,۷	فکر نکنم بخرم	۷,۷	فکر نکنم بخرم	۶,۴	فکر نکنم بخرم
۱۱,۸	نمی خرم	۱۸,۲	نمی خرم	۱۳,۹	نمی خرم
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۳۴.
نمایش پاسخگویان بر
حسب تمایل به تهیه
موبایل مخصوص

در این بخش پرسیده شد «اگه بهتون بگن یه موبایلی مخصوص کودکان هست، که بی خطر، اشعه مضر نداره در ضمن برنامه‌های آموزشی یک‌ساله مخصوص کودکان هم دارد، چقدر احتمال میدید براش بخرید؟». ۳۳,۳ درصد گفتند که حتماً خریداری می‌کنند. این درصد در شهرهای عمده ۳۱ و در باقی شهرها ۳۴,۵ است. ۳۳,۶ درصد شاید بخرند، ۱۲,۸ درصد نمی‌دانند، ۶,۴ درصد فکر نمی‌کنند بخرند و ۱۳,۹ درصد نمی‌خرند. میزان تمایل به خرید موبایل مخصوص کودکان در باقی شهرها بیش از شهرهای عمده است.

نمودار شماره ۱-۳۴.
نمایش پاسخگویان بر حسب تمایل به تهیه موبایل مخصوص



والدین گروه سنی ۲۶ تا ۳۵ ساله، بیشتر از والدین گروه سنی ۳۶ تا ۴۵ ساله تمایل به خرید موبایل مخصوص کودکان دارند.

کل نمونه	گروه های سنی			
	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۶ تا ۳۵ سال		
۳۴,۲	۲۸,۱	۳۹,۶	حتماً می‌خرم	اگه بهتون بگن یه موبایلی مخصوص کودکان هست، که بی خطر، اشعه مضر نداره در ضمن برنامه‌های آموزشی یک‌ساله مخصوص کودکان هم دارد، چقدر احتمال می‌دید براش بخرید؟
۳۴,۵	۳۵,۵	۳۳,۵	شاید بخرم	
۱۲,۰	۱۳,۸	۱۰,۴	نمی‌دانم	
۶,۱	۷,۲	۵,۱	فکر نکنم بخرم	
۱۳,۳	۱۵,۵	۱۱,۴	اصلاً نمی‌خرم	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۱۲,۷۴۰		مقدار خی دو	
	۰,۱۳۱		ضریب کرامر	
	۰,۱۳		سطح معناداری	

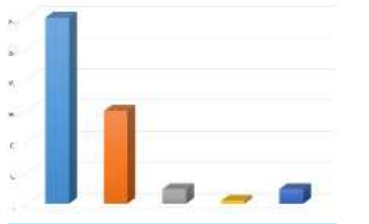
جدول شماره ۱-۳۵. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان هزینه برای تهیه موبایل مخصوص کودکان

۱-۳۵. میزان هزینه برای تهیه موبایل مخصوص کودکان

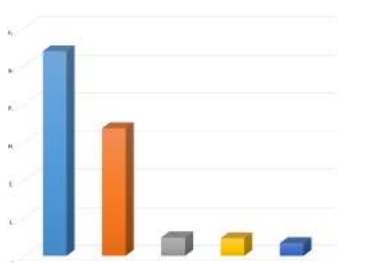
باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	مبلغی که حاضرند بپردازند	درصد	مبلغی که حاضرند بپردازند	درصد	مبلغی که حاضرند بپردازند
۵۳,۸	کمتر از ۳۰۰ هزار تومان	۵۹,۸	کمتر از ۳۰۰ هزار تومان	۵۵,۷	کمتر از ۳۰۰ هزار تومان
۳۳,۵	۳۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان	۲۹,۹	۳۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان	۳۲,۴	۳۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان
۴,۸	۵۰۱ تا ۷۰۰ هزار تومان	۴,۷	۵۰۱ تا ۷۰۰ هزار تومان	۴,۷	۵۰۱ تا ۷۰۰ هزار تومان
۴,۶	۷۰۱ تا یک میلیون تومان	۰,۹	۷۰۱ تا یک میلیون تومان	۳,۵	۷۰۱ تا یک میلیون تومان
۳,۳	بیش از یک میلیون تومان	۴,۷	بیش از یک میلیون تومان	۳,۷	بیش از یک میلیون تومان
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

از پاسخگویان پرسیده شد «تا چه قدر حاضرید برای همچنین موبایلی پول بدید؟». بیش از پنجاه درصد کمتر از سیصد هزار تومان و بیش از سی درصد بین سیصد تا پانصد هزار تومان را انتخاب کردند. والدین در باقی شهرها به طور میانگین حدود بیست هزار تومان بیشتر از والدین در شهرهای عمده، حاضرند برای تهیه موبایل مخصوص کودکان هزینه کنند.

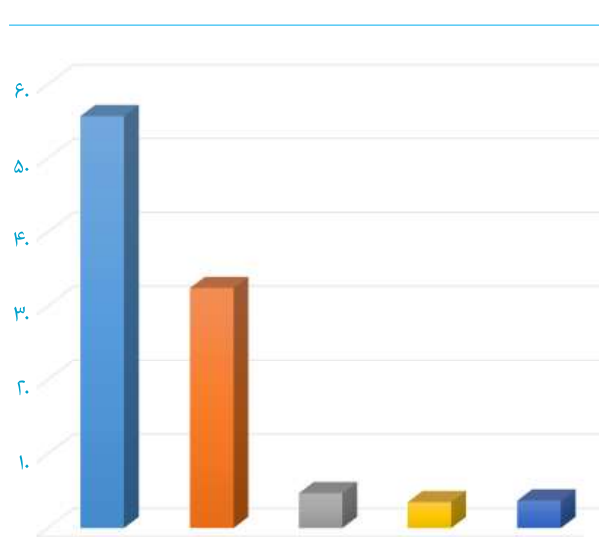
شهرهای عمده



باقی شهرها



کل کشور



نمودار شماره ۱-۳۵. نمایش پاسخگویان بر حسب میزان هزینه برای تهیه موبایل مخصوص کودکان

کمتر از ۳۰۰ هزار تومان
۳۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان
۵۰۱ تا ۷۰۰ هزار تومان
۷۰۱ تا یک میلیون تومان
بیش از یک میلیون تومان

کمتر از ۳۰۰ هزار تومان
۳۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان
۵۰۱ تا ۷۰۰ هزار تومان
۷۰۱ تا یک میلیون تومان
بیش از یک میلیون تومان

پدرها به‌طور میانگین چهار هزار تومان بیش از مادرها حاضرند برای موبایل مخصوص کودکان هزینه کنند.

کل نمونه	نسبت پاسخگو با کودک			
	مادر	پدر		
۵۵,۳	۵۷,۵	۴۶,۳	کمتر از ۳۰۰ هزار تومان	تا چه قدر حاضرید برای همچنین موبایلی پول بدید؟
۳۲,۶	۲۹,۸	۴۴,۰	۳۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان	
۴,۸	۴,۷	۵,۲	۵۰۰ تا ۷۰۰ هزار تومان	
۳,۵	۳,۸	۲,۲	۷۰۰ تا یک میلیون	
۳,۸	۴,۲	۲,۲	بیش از یک میلیون	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۱۱,۰۰۶		مقدار خی دو	
	۰,۱۲۷		ضریب کرامر	
	۰,۰۲۶		سطح معناداری	

دانشگاهیان به‌طور میانگین صد هزار تومان بیش از غیردانشگاهیان حاضرند برای موبایل مخصوص کودکان هزینه کنند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۵۵,۴	۴۴,۰	۶۱,۴	کمتر از ۳۰۰ هزار تومان	تا چه قدر حاضرید برای همچنین موبایلی پول بدید؟
۳۲,۴	۳۸,۸	۲۹,۰	۳۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان	
۴,۹	۴,۳	۵,۱	۵۰۰ تا ۷۰۰ هزار تومان	
۳,۵	۶,۵	۲,۰	۷۰۰ تا یک میلیون	
۳,۸	۶,۵	۲,۵	بیش از یک میلیون	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۲۸,۱۲۲		مقدار خی دو	
	۰,۲۰۳		ضریب کرامر	
	۰,۰۰۰		سطح معناداری	

۱-۳۶. رنگ مورد علاقه بچه ها

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	رنگ مورد علاقه	درصد	رنگ مورد علاقه	درصد	رنگ مورد علاقه
۲۹,۶	قرمز	۲۱,۶	قرمز	۲۷	قرمز
۱۹,۷	آبی	۲۲,۷	آبی	۲۰,۷	آبی
۱۸,۹	صورتی	۲۴,۳	صورتی	۲۰,۷	صورتی
۱۰,۳	سبز	۸,۶	سبز	۹,۸	سبز
۶,۹	زرد	۴,۳	زرد	۶,۱	زرد
۳,۸	سفید	۳,۹	سفید	۳,۸	سفید
۳,۴	بنفش	۴,۳	بنفش	۳,۷	بنفش
۳	نارنجی	۴,۷	نارنجی	۳,۶	نارنجی
۱,۱	مشکی	۲,۴	مشکی	۱,۵	مشکی
۳,۲	سایر	۳,۲	سایر	۳,۲	سایر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۳۶. توزیع فراوانی رنگ مورد علاقه بچه ها

بیشترین رنگ مورد علاقه بچه ها در کل کشور قرمز است، به جز در شهرهای بزرگ که بیشترین فراوانی را رنگ صورتی به دست آورده است. رنگ آبی و قرمز در شهرهای عمده و رنگ آبی و صورتی در باقی شهرها، در جایگاه های بعدی قرار گرفته اند و پس از اینها، رنگ های سبز و زرد قرار داشته است.

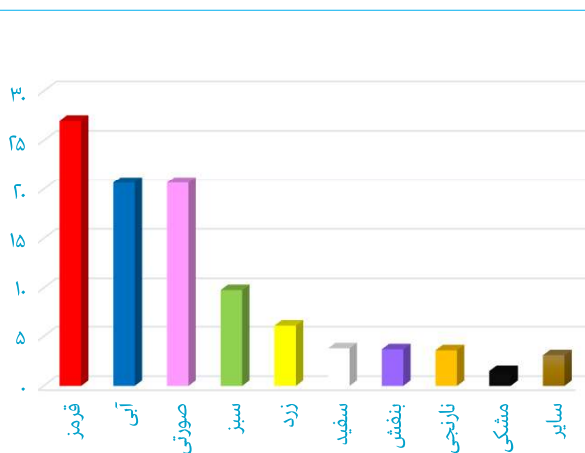
شهرهای عمده



باقی شهرها



کل کشور



نمودار شماره ۱-۳۶. توزیع فراوانی رنگ مورد علاقه بچه ها

۱-۳۷. کارهای مورد علاقه بچه‌ها

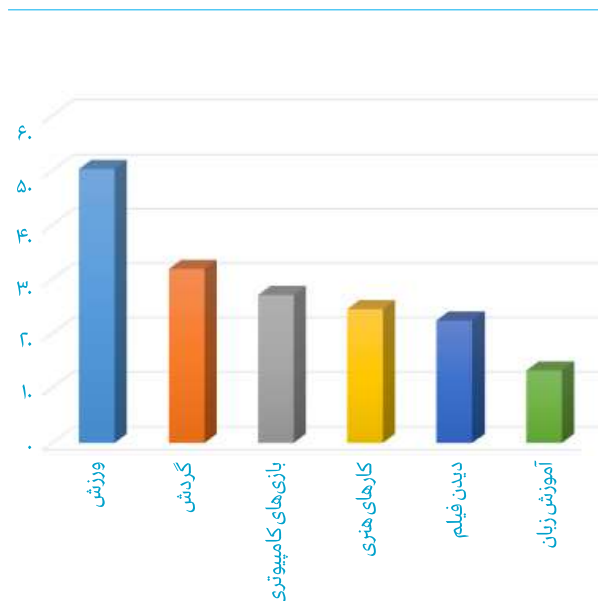
باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	کار مورد علاقه	درصد	کار مورد علاقه	درصد	کار مورد علاقه
۵۴,۳	ورزش	۴۲,۱	ورزش	۵۰,۳	ورزش
۳۱,۴	گردش	۳۳	گردش	۳۱,۹	گردش
۲۸,۹	بازی کامپیوتری	۲۳,۴	بازی کامپیوتری	۲۷,۱	بازی کامپیوتری
۲۶	کارهای هنری	۲۱,۶	کارهای هنری	۲۴,۵	کارهای هنری
۲۱,۱	دیدن فیلم	۲۴,۹	دیدن فیلم	۲۲,۴	دیدن فیلم
۱۳,۴	آموزش زبان	۱۲,۸	آموزش زبان	۱۳,۲	آموزش زبان

جدول شماره ۱-۳۷. توزیع فراوانی کارهای مورد علاقه بچه‌ها

از بچه‌ها پرسیده شد که «چه کارهایی رو بیشتر دوست داری انجام بدی؟». پنجاه درصد ورزش را انتخاب کردند. این درصد در در باقی شهرها دوازده درصد بیشتر از شهرهای عمده است. گردش، بازی کامپیوتری، کارهای هنری، دیدن فیلم و یادگیری زبان در مراتب بعدی قرار گرفته است.



کل کشور



نمودار شماره ۱-۳۷. توزیع فراوانی کارهای مورد علاقه بچه‌ها

فرزندان گروه سنی ۳۶ تا ۴۵ سال ، نسبت به گردش اظهار علاقه بیشتری کرده‌اند.

کل نمونه	گروه های سنی			
	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۶ تا ۳۵ سال		
۶۹,۰	۶۵,۴	۷۲,۱	خیر	گردش
۳۱,۰	۳۴,۶	۲۷,۹	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۳,۸۶۲			مقدار خی دو	
۰,۰۷۲			ضریب فی	
۰,۰۴۹			سطح معناداری	

فرزندان والدین دانشگاهی علاقه بیشتری به ورزش و گردش داشته‌اند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۴۹,۸	۴۴,۹	۵۲,۳	خیر	ورزش
۵۰,۲	۵۵,۱	۴۷,۷	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۳,۹۰۴			مقدار خی دو	
۰,۰۷۰			ضریب فی	
۰,۰۴۸			سطح معناداری	

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۶۸,۱	۵۹,۱	۷۲,۷	خیر	گردش
۳۱,۹	۴۰,۹	۲۷,۳	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۱۵,۶۶۱			مقدار خی دو	
۰,۱۳۹			ضریب فی	
۰,۰۰۰			سطح معناداری	

۱-۳۸. محتوای مناسب برای بچه‌ها

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	محتوای مناسب	درصد	محتوای مناسب	درصد	محتوای مناسب
۶۵,۱	بازی های فکری	۵۸,۸	بازی های فکری	۶۳	بازی های فکری
۵۹,۱	مطالب آموزشی مرتبط با مدرسه	۵۱,۵	مطالب آموزشی مرتبط با مدرسه	۵۶,۶	مطالب آموزشی مرتبط با مدرسه
۲۷,۸	مطالب آموزشی در باره مهارت‌های ارتباطی	۳۵,۷	مطالب آموزشی در باره مهارت‌های ارتباطی	۳۰,۴	مطالب آموزشی در باره مهارت‌های ارتباطی
۱۹	ویدیو های مناسب سن	۱۷,۳	ویدیو های مناسب سن	۱۸,۴	ویدیو های مناسب سن
۱۵,۱	برنامه‌های ارتباط با سایر دانش آموزان	۱۴,۷	برنامه‌های ارتباط با سایر دانش آموزان	۱۴,۹	برنامه‌های ارتباط با سایر دانش آموزان
۱۰,۸	موسیقی های مناسب	۱۵,۸	موسیقی های مناسب	۱۲,۴	موسیقی های مناسب

جدول شماره ۱-۳۸. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محتوای مناسب برای بچه‌ها

از والدین پرسیده شد که «فکر می‌کنید چه جور چیزایی برای بچه‌ها مناسبه که بتونن با موبایل ازش استفاده کنن؟». بازی‌های فکری با ۶۳ درصد در جایگاه اول قرار گرفت. بازی‌های فکری در باقی شهرها شش درصد بیش از شهرهای عمده است. مطالب آموزشی مرتبط با مدرسه با ۵۶ درصد، پس از آن قرار گرفت و در اینجا نیز والدین در باقی شهرها، هفت درصد بیش از والدین در شهرهای عمده، به این محتوا توجه داشته‌اند. ویدیوهای مناسب سن، برنامه‌های ارتباط با سایر دانش‌آموزان و در آخر موسیقی‌های مناسب قرار گرفته است.

نمودار شماره ۱-۳۸. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محتوای مناسب برای بچه‌ها



والدین دانشگاهی به‌طور معناداری بیش از فرزندان والدین غیردانشگاهی محتواهای زیر را مناسب دانسته‌اند. سایر مشخصه‌ها مانند نسبت والدین با کودک (پدر یا مادر) و سن والدین، ارتباط معناداری با فراوانی موارد انتخاب شده ندارد.

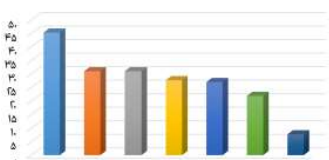
محتوای مناسب	وضعیت تحصیلات		جمع پاسخ‌های «بله»	مقدار خی دو	ضریب فی	سطح معناداری
	غیر دانشگاهی	دانشگاهی				
ویدیوهای مناسب سن	۱۴,۳	۲۷,۳	۱۸,۸	۲۰,۴۰۶	۰,۱۵۹	۰,۰۰۰
برنامه های ارتباط با سایر دانش آموزان	۱۱,۵	۲۲,۳	۱۵,۲	۱۶,۶۴۶	۰,۱۴۳	۰,۰۰۰
موسیقی های مناسب	۹,۲	۱۸,۷	۱۲,۵	۱۵,۰۸۱	۰,۱۳۶	۰,۰۰۰
بازی های فکری	۶,۳	۶۸,۷	۶۳,۲	۵,۴۹۶	۰,۰۸۲	۰,۰۱۹
مطالب آموزشی در باره مهارت های ارتباطی	۲۸,۰	۳۵,۶	۳۰,۶	۴,۹۷۰	۰,۰۷۸	۰,۰۲۶

۱-۳۹. روش های کنترل بچه ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت

کل کشور		شهرهای عمده		باقی شهرها	
درصد	روش های کنترل	درصد	روشهای کنترل	درصد	روشهای کنترل
۴۵	تا سن مناسب برآش موبایل نخرید	۴۵,۳	تا سن مناسب برآش موبایل نخرید	۴۴,۹	تا سن مناسب برآش موبایل نخرید
۳۶,۹	به فعالیت‌های دیگری مثل ورزش سرگرم کرد	۳۱	به فعالیت‌های دیگری مثل ورزش سرگرم کرد	۳۹,۹	به فعالیت‌های دیگری مثل ورزش سرگرم کرد
۲۹,۶	قوانینی با هم بگذاریم و ساعات استفاده اش را محدود می کنیم	۳۱	قوانینی با هم بگذاریم و ساعات استفاده اش را محدود می کنیم	۲۸,۹	قوانینی با هم بگذاریم و ساعات استفاده اش را محدود می کنیم
۲۹	اطلاعاتشون رو در مورد خطرات اینترنت بالا برد	۲۷,۷	اطلاعاتشون رو در مورد خطرات اینترنت بالا برد	۲۹,۶	اطلاعاتشون رو در مورد خطرات اینترنت بالا برد
۲۶,۲	بیش‌تر باهاش وقت گذروند	۲۷	بیش‌تر باهاش وقت گذروند	۲۵,۹	بیش‌تر باهاش وقت گذروند
۲۱,۳	محتوای مناسب برآش تهیه کرد	۲۱,۹	محتوای مناسب برآش تهیه کرد	۲۱	محتوای مناسب برآش تهیه کرد
۱۰,۶	از نرم افزارها و برنامه‌های کنترلی استفاده کرد	۷,۷	از نرم افزارها و برنامه‌های کنترلی استفاده کرد	۱۲	از نرم افزارها و برنامه‌های کنترلی استفاده کرد

جدول شماره ۱-۳۹. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب روش‌های کنترل بچه‌ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت

در سؤالی از پاسخگویان پرسیده شد «به نظرتون چطوری میشه بچه‌ها رو کنترل کرد؟» ۴۵ درصد گفته‌اند که تا سن مناسب برایش موبایل نخرید. ۳۶,۹ درصد سرگرمی‌ها و ورزش را ذکر کرده‌اند، ۲۹,۶ درصد به قانون گذاشتن و محدود کردن ساعت استفاده، ۲۹ درصد به بالا بردن اطلاعات بچه از خطرات اینترنت، ۲۶,۲ درصد به بیشتر وقت گذراندن با او و ۲۱,۳ درصد به تهیه محتوای مناسب اشاره کرده‌اند. استفاده از نرم افزارها و برنامه‌های کنترلی تنها ۱۰,۶ درصد فراوانی داشته است. توجه والدین به ورزش، در باقی شهرها ۹ درصد بیش از شهرهای عمده است.



نمودار شماره ۱-۳۹. نمایش پاسخگویان بر حسب روش‌های کنترل بچه‌ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت کل کشور

والدین دانشگاهی به‌طور معناداری بیش از فرزندان والدین غیردانشگاهی روشهای زیر را مناسب دانسته‌اند.

سطح معناداری	ضریب فی	مقدار خی دو	جمع پاسخ‌های «بله»	وضعیت تحصیلات		روشها
				دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۰,۰۰۰	۰,۱۳۳	۱۴,۲۷۷	۲۹,۶	۳۸,۰	۲۵,۲	قوانینی بگذاریم و ساعات استفاده را محدود کنیم
۰,۰۰۲	۰,۱۰۹	۹,۶۸۷	۱۰,۷	۱۵,۴	۸,۳	از نرم افزارها و برنامه‌های کنترلی استفاده کرد
۰,۰۰۳	۰,۱۰۳	۸,۶۵۵	۲۹,۰	۳۵,۵	۲۵,۶	اطلاعاتشون رو در مورد خطرات اینترنت بالا برد
۰,۰۰۴	۰,۱۰۰	۸,۱۱۵	۲۱,۲	۲۶,۹	۱۸,۳	محتوای مناسب برایش تهیه کرد

همچنین والدین غیردانشگاهی به طور معناداری بیشتر از والدین دانشگاهی، به خریدن موبایل اعتقاد داشته‌اند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۵۴,۶	۶۱,۳	۵۱,۰	خیر	تا سن مناسب برایش موبایل نخرید
۴۵,۴	۳۸,۷	۴۹,۰	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۷,۷۵۸			مقدار خی دو	
۰,۰۹۸			ضریب فی	
۰,۰۰۵			سطح معناداری	

پدرها بیش از مادرها به استفاده از نرم افزارها و برنامه‌های کنترلی معتقد بودند:

کل نمونه	نسبت پاسخگو با کودک			
	مادر	پدر		
۸۹,۳	۹,۶	۸۴,۴	خیر	از نرم افزارها و برنامه‌های کنترلی استفاده کرد
۱۰,۷	۹,۴	۱۵,۶	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۵,۲۷۶			مقدار خی دو	
۰,۰۸۰			ضریب فی	
۰,۰۲۲			سطح معناداری	

گروه سنی ۳۶ تا ۴۵ سال بیش از گروه سنی ۲۶ تا ۳۵ سال به بالابردن اطلاعات کودکان در زمینه خطرات اینترنت، اعتقاد داشته‌اند.

کل نمونه	گروه های سنی			
	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۶ تا ۳۵ سال		
۷۰,۹	۶۶,۸	۷۴,۶	خیر	اطلاعاتشون رو در مورد خطرات اینترنت بالا برد
۲۹,۱	۳۳,۲	۲۵,۴	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۵,۵۰۶			مقدار خی دو	
۰,۰۸۶			ضریب فی	
۰,۰۱۹			سطح معناداری	

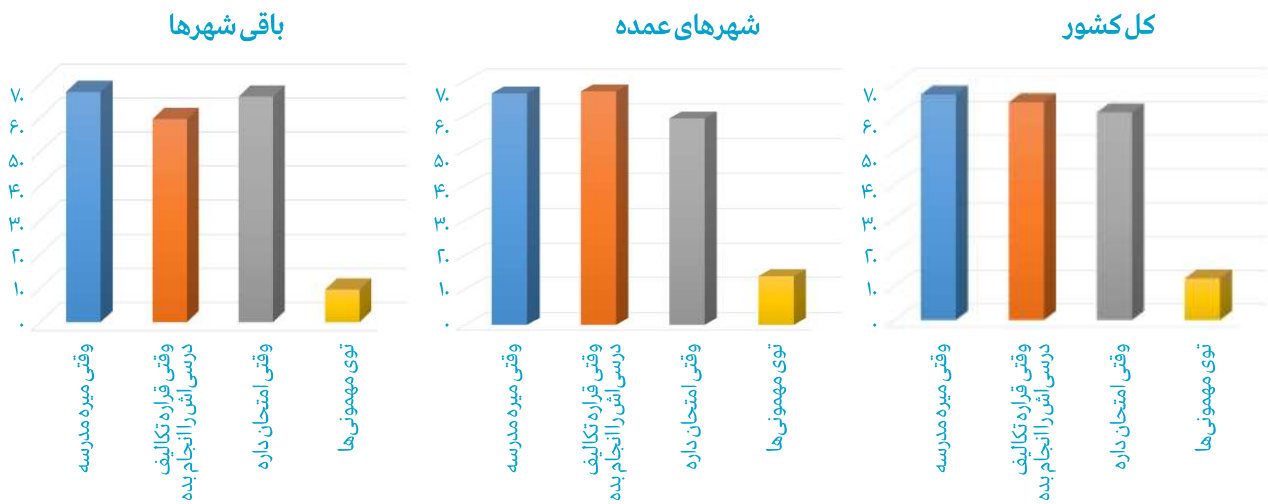
۴-۱. زمانهای عدم اجازه به فرزند در استفاده از موبایل

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	زمان عدم اجازه	درصد	زمان عدم اجازه	درصد	زمان عدم اجازه
۶۴,۴	وقتی میره مدرسه	۶۷,۶	وقتی میره مدرسه	۶۶,۸	وقتی میره مدرسه
۶۷	وقتی قراره تکالیف درسی اش رو انجام بده	۵۹,۶	وقتی قراره تکالیف درسی اش رو انجام بده	۶۴,۵	وقتی قراره تکالیف درسی اش رو انجام بده
۵۹,۲	وقتی امتحان داره	۶۶,۲	وقتی امتحان داره	۶۱,۵	وقتی امتحان داره
۱۳,۷	توی مهمونی‌ها	۹,۶	توی مهمونی‌ها	۱۲,۳	توی مهمونی‌ها

جدول شماره ۱-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب زمانهای عدم اجازه به فرزند در استفاده از موبایل

از والدین پرسیده شد «چه زمان‌هایی به بچه‌ها اجازه استفاده از موبایل نمودید؟». در این سؤال پاسخگو می‌توانست به چند گزینه اشاره کند. ۶۶٫۸ درصد زمان مدرسه رفتن، ۶۴٫۵ درصد زمان انجام تکالیف، ۶۱٫۵ درصد زمان امتحانات و ۱۲٫۳ درصد زمان مهمانی‌ها را انتخاب کردند.

نمودار شماره ۱-۱۴۰. نمایش پاسخگویان بر حسب زمانهای عدم اجازه به فرزند در استفاده از موبایل



والدین دانشگاهی به نسبت والدین غیر دانشگاهی کمتر به فرزندانشان اجازه استفاده از موبایل را در مهمانی‌ها نمیدهند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات		در مهمانی‌ها
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۸۸٫۳	۸۵٫۱	۹۰٫۰	خیر
۱۱٫۷	۱۴٫۹	۱۰٫۰	بله
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع
	۴٫۲۷۱		مقدار خی دو
	۰٫۰۷۳		ضریب فی
	۰٫۰۳۹		سطح معناداری

والدین دهه پنجاهی بیش از والدین دهه شصتی استفاده از موبایل را در مهمانی‌ها محدود می‌کنند.

کل نمونه	گروه های سنی			
	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۶ تا ۳۵ سال		
۳۳,۷	۳,۱	۳۶,۹	خیر	وقتی میره مدرسه
۶۶,۳	۶۹,۹	۶۳,۱	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۳,۸۶۸			مقدار خی دو	
۰,۰۷۲			ضریب فی	
۰,۰۴۹			سطح معناداری	

جدول شماره ۱-۴۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب روشهای سرگرم کردن بچه‌ها یا آموزش به آنها

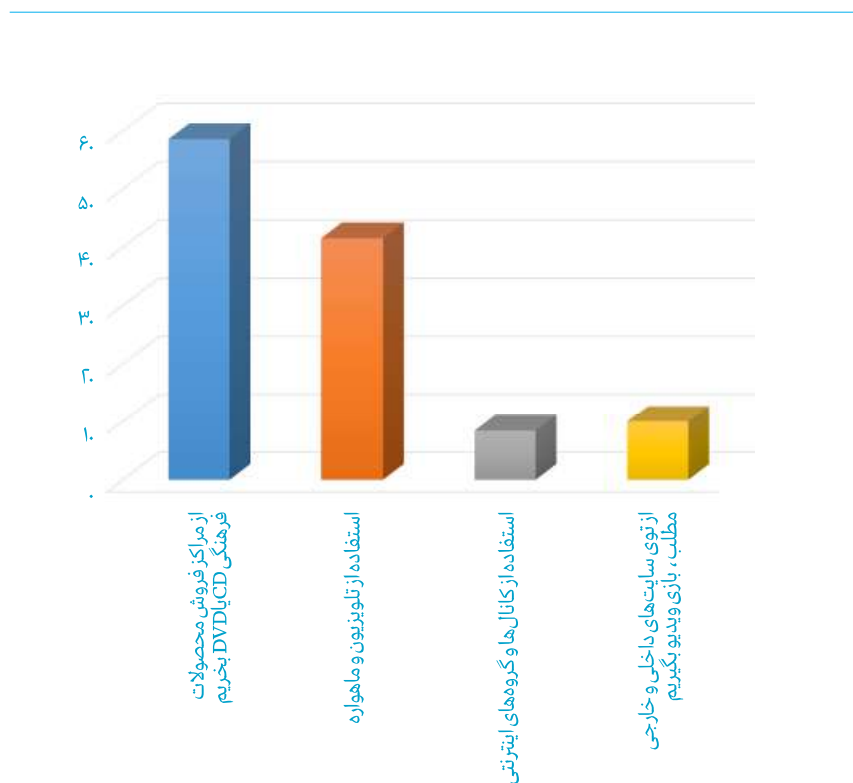
۱-۴۱. روشهای سرگرم کردن بچه‌ها یا آموزش به آنها

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	روش سرگرم کردن	درصد	روش سرگرم کردن	درصد	روش سرگرم کردن
۵۸,۵	از مراکز فروش محصولات فرهنگی CD یا DVD بخریم	۵۸,۷	از مراکز فروش محصولات فرهنگی CD یا DVD بخریم	۵۸,۶	از مراکز فروش محصولات فرهنگی CD یا DVD بخریم
۴۱,۷	استفاده از تلویزیون و ماهواره	۴۱,۳	استفاده از تلویزیون و ماهواره	۴۱,۶	استفاده از تلویزیون و ماهواره
۱۱,۴	از سایتهای داخلی و خارجی مطلب، بازی و ویدیو بگیریم	۷,۱	از سایتهای داخلی و خارجی مطلب، بازی و ویدیو بگیریم	۱,۰	از سایتهای داخلی و خارجی مطلب، بازی و ویدیو بگیریم
۷,۲	استفاده از کانالها و گروههای اینترنتی	۱۰,۸	استفاده از کانالها و گروههای اینترنتی	۸,۴	استفاده از کانالها و گروههای اینترنتی

از والدین پرسیده شد «برای این که بچه‌ها رو سرگرم کنیم و یا آموزشی بیرون از مدرسه بهشون بدیم راه‌های مختلفی هست. شما کدوم راه رو انتخاب می‌کنید؟». نزدیک به شصت درصد گفتند که از مراکز فروش محصولات فرهنگی، CD یا DVD می‌خرند. چهل درصد استفاده از تلویزیون و ماهواره، ده درصد دریافت مطلب و بازی و ویدئو از سایت‌های اینترنتی و هشت درصد استفاده از کانال‌ها و گروه‌های اینترنتی را عنوان کردند. استفاده از کانال‌ها و گروه‌های اینترنتی در شهرهای عمده کمی بیش از باقی شهرها، و دریافت مطلب و بازی و ویدئو از سایت‌ها، در باقی شهرها کمی بیش از شهرهای عمده است.

نمودار شماره ۱-۴۱. نمایش پاسخگویان بر حسب روشهای سرگرم کردن بچه‌ها یا آموزش به آنها

کل کشور



استفاده از تلویزیون و ماهواره برای سرگرم کردن بچه‌ها، در والدین گروه سنی ۳۶ تا ۴۵ سال بیشتر بوده است.

کل نمونه	گروه های سنی		خیر	استفاده از تلویزیون و ماهواره
	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۶ تا ۳۵ سال		
۵۹,۶	۵۴,۸	۶۳,۹	خیر	استفاده از تلویزیون و ماهواره
۴۶,۴	۴۵,۲	۳۶,۱	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۶,۳۳۰			مقدار خی دو	
۰,۰۹۳			ضریب فی	
۰,۰۱۲			سطح معناداری	

جدول شماره ۱-۴۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از موبایل و تبلت در شبانه روز

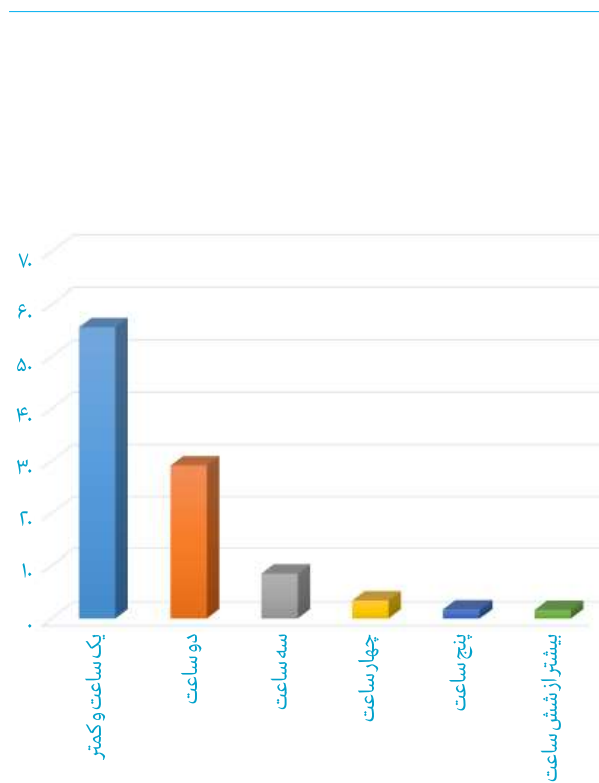
۱-۴۲. میزان استفاده از موبایل و تبلت در شبانه روز

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	میزان استفاده از موبایل	درصد	میزان استفاده از موبایل	درصد	میزان استفاده از موبایل
۵۲,۷	یک ساعت و کمتر	۶۱,۷	یک ساعت و کمتر	۵۵,۶	یک ساعت و کمتر
۳۰,۷	دو ساعت	۲۵,۹	دو ساعت	۲۹,۱	دو ساعت
۹,۴	سه ساعت	۶,۸	سه ساعت	۸,۵	سه ساعت
۳,۸	چهار ساعت	۲,۶	چهار ساعت	۳,۴	چهار ساعت
۱,۶	پنج ساعت	۱,۹	پنج ساعت	۱,۷	پنج ساعت
۱,۸	بیشتر از ۶ ساعت	۱,۱	بیشتر از ۶ ساعت	۱,۶	بیشتر از شش ساعت
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

در این بخش از والدین پرسیده شد که «سر جمع بچه تون در روز چند ساعت با موبایل سر و کار داره؟». بیش از پنجاه درصد گفتند که کودکشان یک ساعت در شبانه روز یا کمتر از این میزان، از موبایل استفاده می‌کند. میزان استفاده از موبایل در شهرهای عمده کمتر از باقی شهرها است. نتایج بر اساس مشخصه‌های مربوط به والدین از قبیل سن و تحصیلات، تفاوت معناداری نشان نمی‌دهد.

کل کشور

نمودار شماره ۱-۴۲. نمایش پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از موبایل و تبلت در شبانه روز



۲- متغیرهای جمعیت شناختی

۱-۲. نسبت پاسخگو با کودک

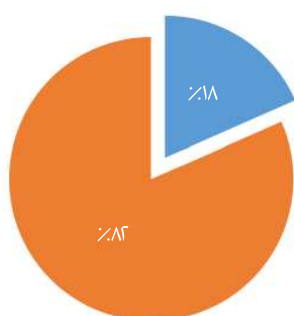


جدول شماره ۱-۲. توزیع فراوانی افراد بر حسب نسبت پاسخگو با کودک

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
نسبت	درصد	نسبت	درصد	نسبت	درصد
پدر	۲۱,۳	پدر	۱۸,۴	پدر	۲۰,۳
مادر	۷۸,۷	مادر	۸۱,۶	مادر	۷۹,۷
جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰

در کل کشور حدود یک پنجم نمونه از میان پدران بوده‌اند.

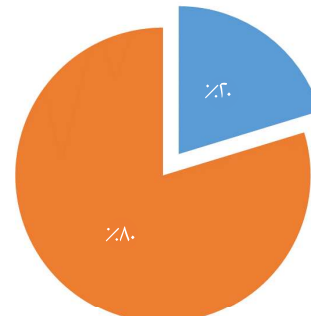
باقی شهرها



شهرهای عمده



کل کشور



نمودار شماره ۱-۲. نمایش پاسخگویان بر حسب نسبت پاسخگو با کودک



۲-۲. سن پاسخگو (والدین کودک)



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	سن	درصد معتبر	سن	درصد معتبر	سن
۱,۳	۱۸ تا ۲۵ سال	۰,۵	۱۸ تا ۲۵ سال	۱	۱۸ تا ۲۵ سال
۴۷,۶	۲۶ تا ۳۵ سال	۴۲,۴	۲۶ تا ۳۵ سال	۴۵,۹	۲۶ تا ۳۵ سال
۴۰,۹	۳۶ تا ۴۵ سال	۴۸,۹	۳۶ تا ۴۵ سال	۴۳,۶	۳۶ تا ۴۵ سال
۹,۵	۴۶ تا ۵۵ سال	۷,۱	۴۶ تا ۵۵ سال	۸,۷	۴۶ تا ۵۵ سال
۰,۶	بالاتر از ۵۵ سال	۱,۱	بالاتر از ۵۵ سال	۰,۸	بالاتر از ۵۵ سال
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

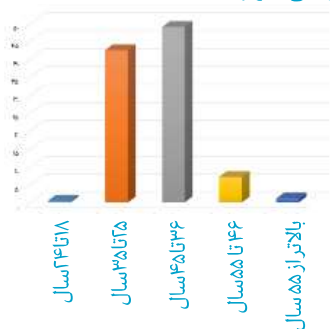
جدول شماره ۲-۲. توزیع فراوانی افراد بر حسب سن پاسخگو (والدین کودک)

بیشترین فراوانی پاسخها در هر سه گروه شهرها به ترتیب گروه سنی ۲۶ تا ۳۵ و بعد از آن ۳۶ تا ۴۵ سال است.

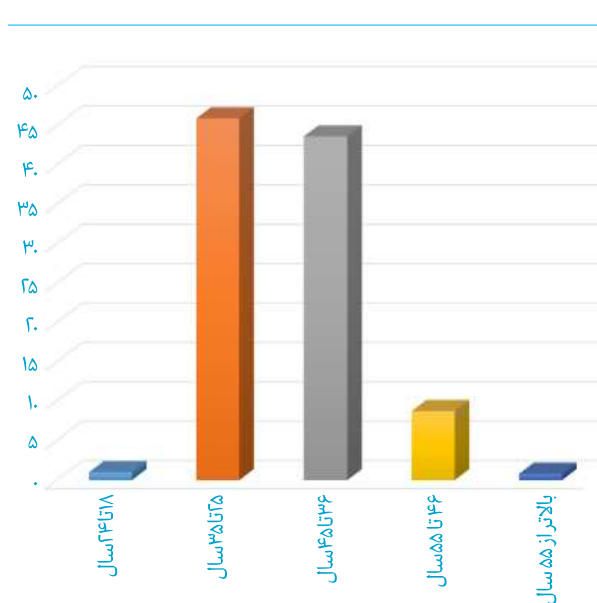
شهرهای عمده



باقی شهرها



کل کشور



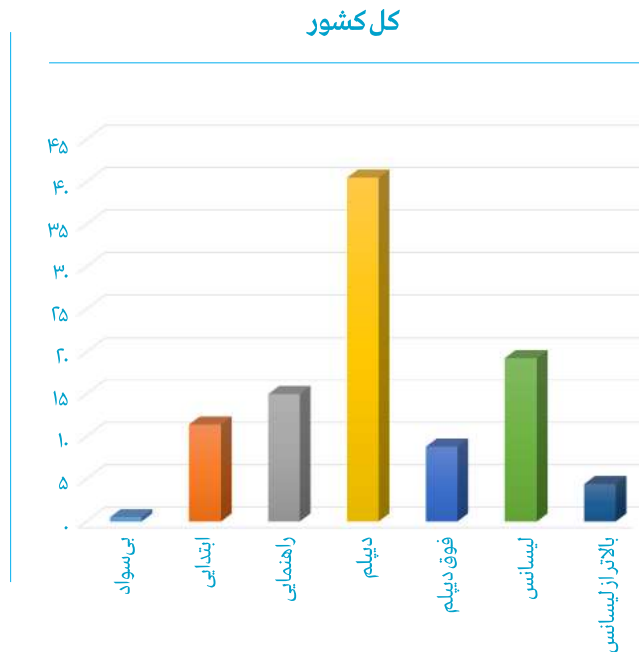
نمودار شماره ۲-۲. نمایش پاسخگویان بر حسب توزیع سن پاسخگو (والدین کودک)

۲-۳. تحصیلات پاسخگو(والدین کودک)

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	تحصیلات	درصد معتبر	تحصیلات	درصد معتبر	تحصیلات
۰,۵	بی سواد	۰,۵	بی سواد	۰,۵	بی سواد
۱۳,۶	ابتدایی	۷,۱	ابتدایی	۱۱,۴	ابتدایی
۱۵	راهنمایی	۱۵	راهنمایی	۱۵	راهنمایی
۳۹,۷	دیپلم	۴۲,۲	دیپلم	۴۰,۵	دیپلم
۷,۹	فوق دیپلم	۱۰,۶	فوق دیپلم	۸,۸	فوق دیپلم
۱۹,۳	لیسانس	۱۹,۵	لیسانس	۱۹,۳	لیسانس
۴,۱	بالتر از لیسانس	۵	بالتر از لیسانس	۴,۴	بالتر از لیسانس
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۲-۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات پاسخگو(والدین کودک)

براساس جدول فوق، بیشترین تعداد فراوانی‌ها متعلق به دو دسته دیپلمه‌ها و لیسانسه‌ها است. یافته‌ها حاکی از آن است که از میان پاسخگویان شهرهای عمده ۶۴,۸ درصد و از میان پاسخگویان باقی شهرها ۶۸,۸ درصد بدون تحصیلات دانشگاهی هستند.



نمودار شماره ۲-۳. نمایش پاسخگویان بر حسب توزیع میزان تحصیلات پاسخگو(والدین کودک)

۴-۲. وضعیت فعالیت پاسخگو (والدین کودک)

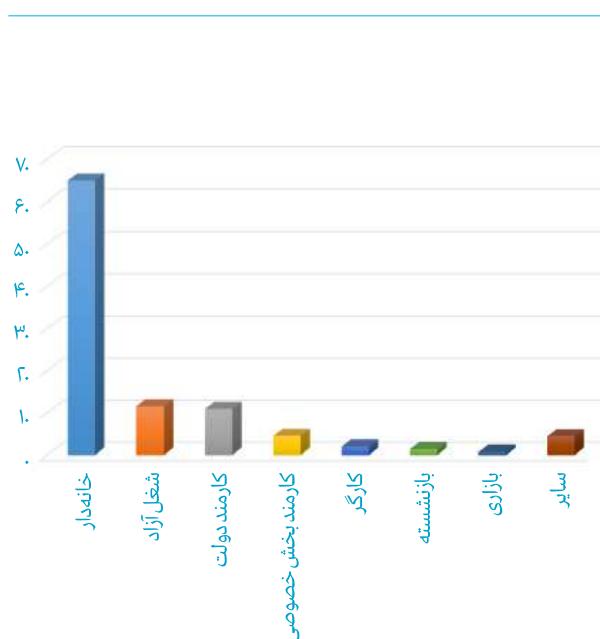


باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	فعالیت	درصد معتبر	فعالیت	درصد معتبر	فعالیت
۶۳,۷	خانه دار	۶۷,۴	خانه دار	۶۴,۹	خانه دار
۱۱,۳	شغل آزاد	۱۲	شغل آزاد	۱۱,۵	شغل آزاد
۱۱,۵	کارمند دولت	۹,۶	کارمند دولت	۱۰,۹	کارمند دولت
۴,۴	کارمند بخش خصوصی	۴,۷	کارمند بخش خصوصی	۴,۵	کارمند بخش خصوصی
۲,۵	کارگر	۰,۸	کارگر	۱,۹	کارگر
۱	بازنشسته	۱,۸	بازنشسته	۱,۳	بازنشسته
۰,۶	بازاری	۰,۸	بازاری	۰,۷	بازاری
۵	سایر	۳,۱	سایر	۴,۴	سایر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

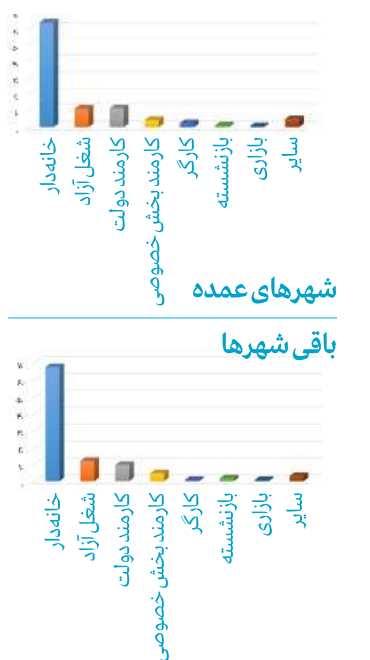
در مجموع خانه داری، شغل آزاد و کارمندی دولت بالاترین درصد های فعالیت را به خود اختصاص داده اند. هر یک از این فعالیتها به ترتیب در کل کشور ۶۴,۹ و ۱۱,۵ و ۱۰,۹ درصد، در شهرهای عمده ۶۷,۴ و ۱۲ و ۹,۶ درصد و در باقی شهرها ۶۳,۷ و ۱۱,۳ و ۱۱,۵ و ۴,۴ درصد فراوانی داشته است.

جدول شماره ۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت فعالیت پاسخگو

کل کشور



نمودار شماره ۲-۴. نمایش پاسخگویان بر حسب وضعیت فعالیت پاسخگو

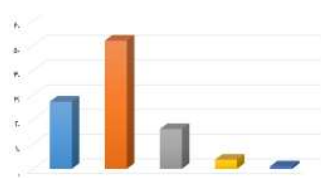


۵-۲. تعداد فرزندان

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	تعداد فرزندان	درصد معتبر	تعداد فرزندان	درصد معتبر	تعداد فرزندان
۲۲,۵	یک فرزند	۲۷,۲	یک فرزند	۲۴,۱	یک فرزند
۴۷,۸	دو فرزند	۵۱,۹	دو فرزند	۴۹,۱	دو فرزند
۲,۰	سه فرزند	۱۶,۱	سه فرزند	۱۸,۷	سه فرزند
۶,۷	چهار فرزند	۳,۷	چهار فرزند	۵,۷	چهار فرزند
۳	پنج فرزند و بیشتر	۱	پنج فرزند و بیشتر	۲,۵	پنج فرزند و بیشتر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۵-۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تعداد فرزندان

بیش از هفتاد درصد خانواده‌ها یک یا دو فرزند دارند و خانواده‌های دارای سه فرزند و بیشتر، بیش از بیست درصد از جمعیت مورد مطالعه در هر سه گروه را به خود اختصاص داده‌اند.

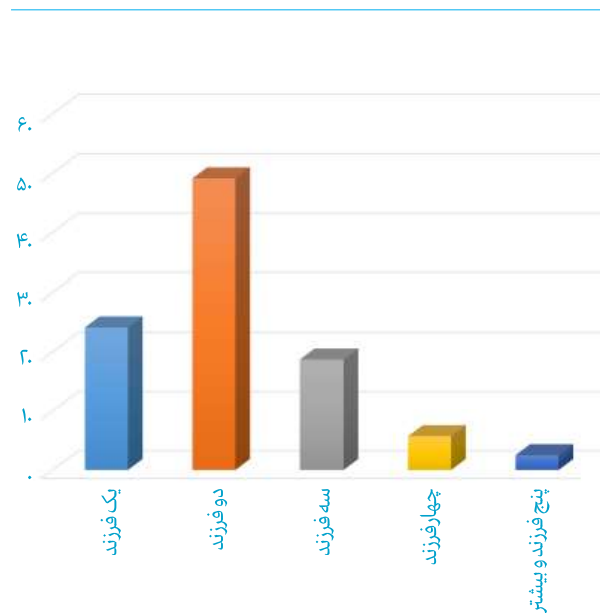


شهرهای عمده



باقی شهرها

کل کشور



نمودار شماره ۵-۲. نمایش پاسخگویان بر حسب تعداد فرزندان

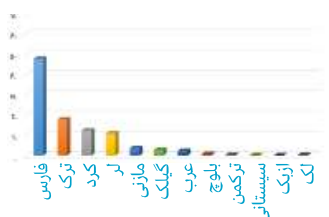
۲-۶. قومیت



جدول شماره ۲-۶. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب قومیت

سایر شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	قومیت	درصد معتبر	قومیت	درصد معتبر	قومیت
۴۷,۶	فارس	۶۴,۴	فارس	۵۳,۱	فارس
۱۷,۹	ترک	۲۹,۸	ترک	۲۱,۸	ترک
۱۲,۴	کرد	۱,۳	کرد	۸,۸	کرد
۱۱	لر	۲,۹	لر	۸,۴	لر
۳,۸	مازنی	-	مازنی	۲,۶	مازنی
۲,۸	گیلک	۰,۸	گیلک	۲,۲	گیلک
۲,۴	عرب	۰,۸	عرب	۱,۹	عرب
۱,۹	سایر	-	بلوچ	۱,۳	سایر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

بیشترین درصد پاسخگویان به ترتیب در هر سه پژوهش فارس و ترک بوده است.

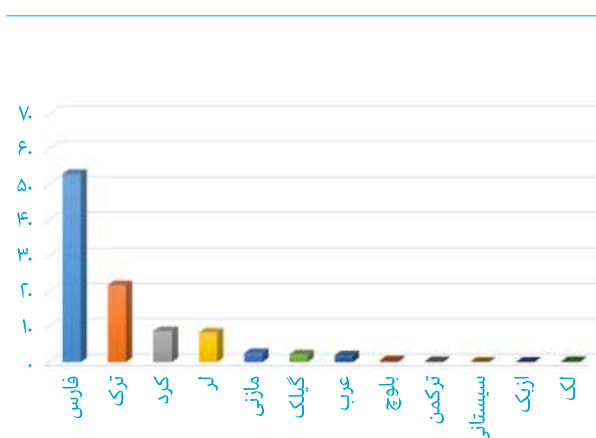


شهرهای عمده



باقی شهرها

کل کشور



نمودار شماره ۲-۶. نمایش پاسخگویان بر حسب قومیت

**گزارش مقایسه‌ای
رفتارهای مصرفی
کودکان ۱۲ تا ۱۴ سال**



۱- یافته های پژوهش

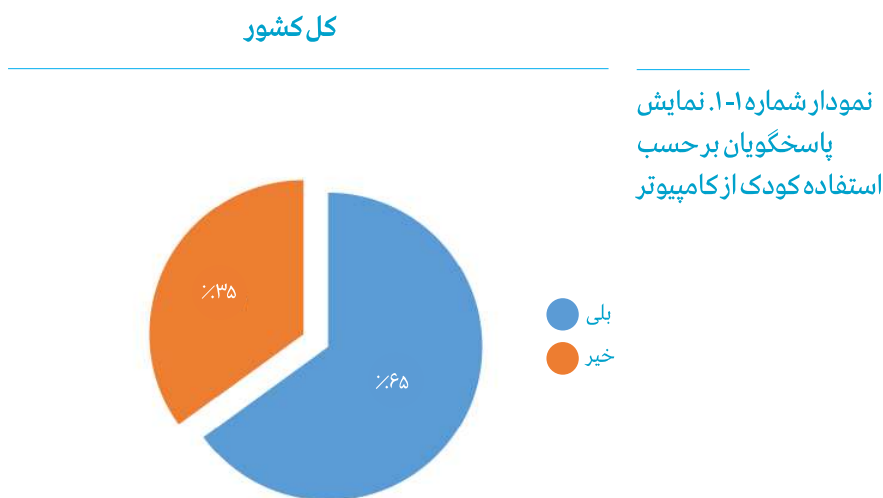
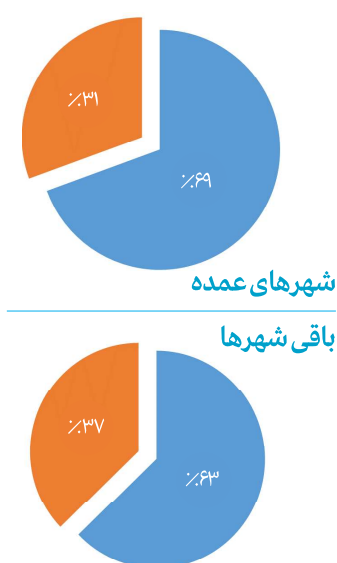
هرجا که پاسخگو امکان انتخاب بیش از یک گزینه را داشته، جمع جدول نیامده است.

۱-۱. استفاده از کامپیوتر

جدول شماره ۱-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده کودک از کامپیوتر

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده
۶۲,۸	بلی	۶۹,۴	بلی	۶۵	بلی
۳۷,۲	خیر	۳۰,۶	خیر	۳۵	خیر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

در سؤالی از والدین پرسیده شد که «بچه تون از کامپیوتر خونه استفاده میکنه؟». شصت و پنج درصد از جمعیت مورد مطالعه در هر سه گروه اظهار کرده اند که کودکانشان از کامپیوتر استفاده می کنند. میزان استفاده از کامپیوتر در شهرهای عمده، شش درصد بیشتر از باقی شهرها است.



فرزندان والدین دانشگاهی به‌طور معناداری بیش از فرزندان والدین غیردانشگاهی از کامپیوتر استفاده می‌کنند.

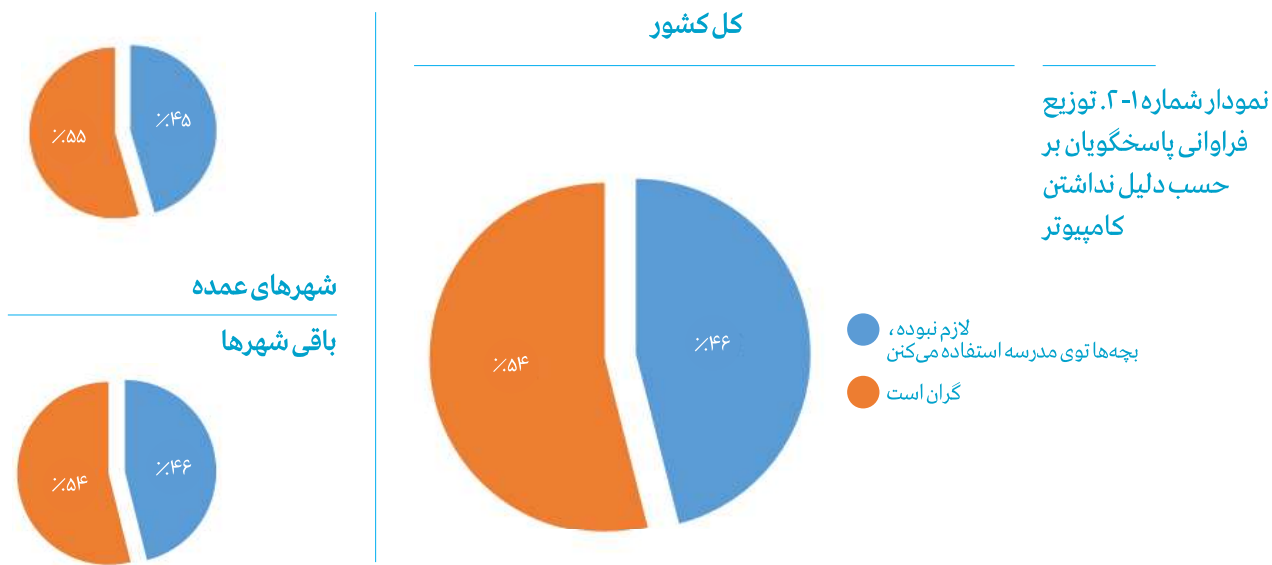
کل نمونه	وضعیت تحصیلات		بله	بچه‌تون از کامپیوتر خونه استفاده می‌کنه؟
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۶۵,۳	۷۴,۴	۶۱,۷		
۳۴,۷	۲۵,۶	۳۸,۳	خیر	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۱۶,۶۳۹			مقدار خی دو	
۰,۱۲۰			ضریب فی	
۰,۰۰۰			سطح معناداری	

۱-۲. دلیل نداشتن کامپیوتر

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد فراوانی	دلیل نداشتن کامپیوتر	درصد فراوانی	دلیل نداشتن کامپیوتر	درصد فراوانی	دلیل نداشتن کامپیوتر
۴۳,۲	لازم نبوده بچه‌ها توی مدرسه استفاده میکنن	۳۸,۵	لازم نبوده بچه‌ها توی مدرسه استفاده میکنن	۴۲,۳	لازم نبوده بچه‌ها توی مدرسه استفاده میکنن
۵۰,۵	گران است	۴۶,۲	گران است	۴۹,۶	گران است

جدول شماره ۱-۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب دلیل نداشتن کامپیوتر

از کسانی که فرزندانشان از کامپیوتر منزل استفاده نمی‌کنند درمورد علت این موضوع پرسش شد. والدین در ۴۲,۳ درصد از موارد، دلیل استفاده نکردن از کامپیوتر را این اعلام کرده‌اند که بچه‌شان در مدرسه از کامپیوتر استفاده می‌کند و نیازی به کامپیوتر در منزل نیست. این موضوع در باقی شهرها چهار درصد بیش از شهرهای عمده فراوانی داشته است. ۴۹,۶ درصد نیز گرانی را علت نداشتن کامپیوتر در خانه عنوان کرده‌اند که در اینجا هم، فراوانی در باقی شهرها چهار درصد بیش از شهرهای عمده است.



والدین غیردانشگاهی به طور معناداری بیش از والدین دانشگاهی، گران بودن را علت استفاده نکردن فرزندانشان از کامپیوتر می دانند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات		خیر	گران است
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۵۱,۱	۶۷,۹	۴۶,۷		
۴۸,۹	۳۲,۱	۵۳,۳	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۳,۹۷۲		مقدار خی دو	
	۰,۱۷۳		ضریب فی	
	۰,۰۴۶		سطح معناداری	

نمودار شماره ۱-۲. نمایش پاسخگویان بر حسب دلیل نداشتن کامپیوتر

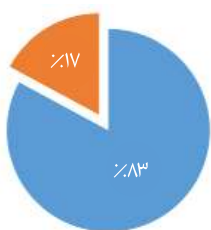
۱-۳. استفاده از موبایل



جدول شماره ۱-۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده کودک از موبایل

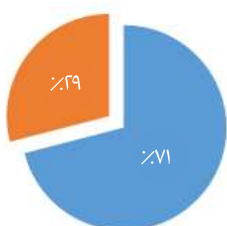
باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
استفاده	درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی
بلی	۷۱	بلی	۸۲,۹	بلی	۷۴,۸
خیر	۲۹	خیر	۱۷,۱	خیر	۲۵,۲
جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰

سه چهارم کودکان این سگمنت از موبایل استفاده می‌کنند. میزان استفاده از موبایل در شهرهای عمده، دوازده درصد بیش از باقی شهرها است. سن و تحصیلات والدین، تفاوت معناداری در نتایج ایجاد نمی‌کند.

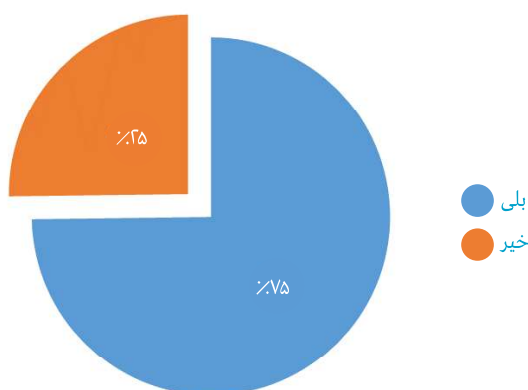


شهرهای عمده

باقی شهرها



کل کشور



نمودار شماره ۱-۳. نمایش پاسخگویان بر حسب استفاده کودک از موبایل

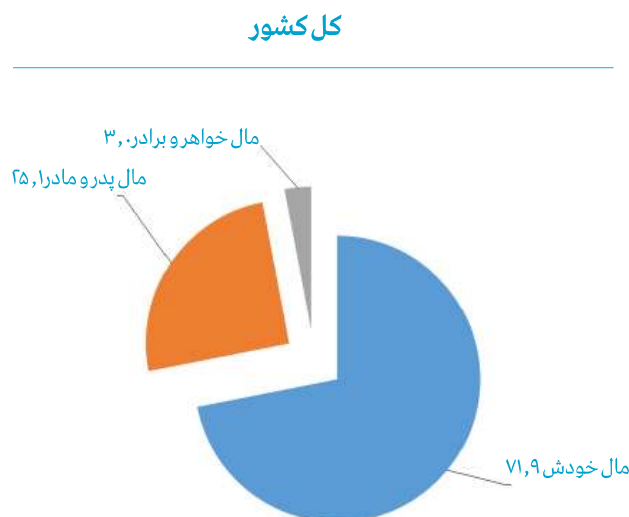
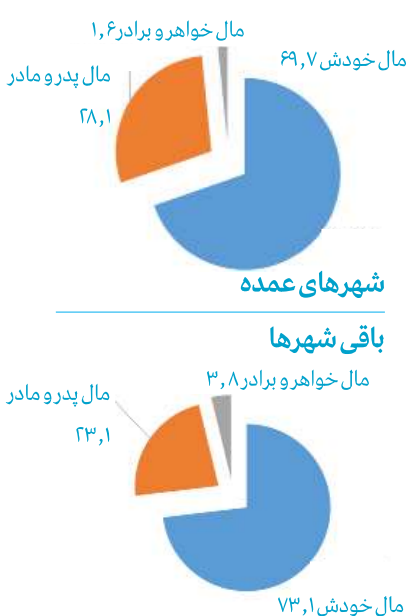


۴-۱ مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
مالکیت	درصد معتبر	مالکیت	درصد معتبر	مالکیت	درصد معتبر
مال خودش	۷۳,۱	مال خودش	۶۹,۷	مال خودش	۷۱,۹
مال پدر مادر	۲۳,۱	مال پدر مادر	۲۸,۷	مال پدر مادر	۲۵,۱
مال خواهر و برادر	۳,۸	مال خواهر و برادر	۱,۶	مال خواهر و برادر	۳
جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰

جدول شماره ۱-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

در سؤالی از والدینی که اظهار داشته‌اند که فرزندشان از وسایل الکترونیکی مثل موبایل و تبلت استفاده می‌کند پرسیده شد که «آیا تبلت یا موبایل مال کودک است؟» داده‌های جدول فوق، نشان می‌دهد که در حدود هفتاد درصد در هر سه گروه شهرها، خود کودک صاحب دستگاه موبایل است. ۲۵ درصد از موبایل پدر و مادر و سه درصد از موبایل خواهر و برادر استفاده می‌کنند. میزان استفاده از موبایل پدر و مادر در شهرهای عمده، پنج درصد بیش از باقی شهرها است.



نمودار شماره ۱-۴. نمایش پاسخگویان بر حسب مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

میزان مالکیت موبایل شخصی در فرزندان، با افزایش گروه سنی والدین افزایش می‌یابد و در مقابل، میزان استفاده از گوشی یا تبلت پدر و مادر کاهش می‌یابد.

کل نمونه	گروه های سنی				مال خودش است؟
	۴۴ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۷۲,۰	۷۷,۶	۷۵,۲	۶۱,۱	بله	
۲۴,۹	۱۷,۰	۲۲,۲	۳۴,۶	ازگوشی یا تبلت پدر یا مادرش استفاده می‌کند	
۳,۱	۵,۴	۲,۷	۲,۳	از گوشی یا تبلت خواهر یا برادرش استفاده می‌کند	
۱,۰	۱,۰	۱,۰	۱,۰	جمع	
	۲۵,۱۰۸			مقدار خی دو	
	۰,۱۲۲			ضریب کرامر	
	۰,۰۰۰			سطح معناداری	

مالکیت شخصی موبایل در کودکان در خانواده‌های والدین دانشگاهی بیش از خانواده‌های با والدین غیردانشگاهی است. فرزندان والدین غیردانشگاهی، بیش از فرزندان والدین دانشگاهی از گوشی سایر اعضای خانواده استفاده می‌کنند.

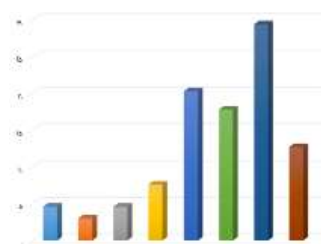
کل نمونه	وضعیت تحصیلات			مال خودش است؟
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۷۱,۸	۷۹,۱	۶۸,۸	بله	
۲۵,۲	۲۰,۶	۲۷,۱	نه ازگوشی یا تبلت پدر یا مادرش استفاده می‌کند	
۳,۰	۰,۴	۴,۱	از گوشی یا تبلت خواهر یا برادرش استفاده می‌کند	
۱,۰	۱,۰	۱,۰	جمع	
	۱۳,۸۰۸		مقدار خی دو	
	۰,۱۲۷		ضریب کرامر	
	۰,۰۰۱		سطح معناداری	

۵-۱. زمان شروع استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	زمان شروع استفاده	درصد معتبر	زمان شروع استفاده	درصد معتبر	زمان شروع استفاده
۵,۴	کمتر از ۷ سالگی	۴,۶	کمتر از ۷ سالگی	۵,۱	کمتر از ۷ سالگی
۲,۹	هفت سالگی	۳	هفت سالگی	۲,۹	هفت سالگی
۶,۹	هشت سالگی	۴,۶	هشت سالگی	۶	هشت سالگی
۷,۷	نه سالگی	۷,۶	نه سالگی	۷,۷	نه سالگی
۱۷,۷	ده سالگی	۲۰,۳	ده سالگی	۱۸,۶	ده سالگی
۱۷,۷	۱۱ سالگی	۱۷,۸	۱۱ سالگی	۱۷,۷	۱۱ سالگی
۲۷,۴	۱۲ سالگی	۲۹,۴	۱۲ سالگی	۲۸,۲	۱۲ سالگی
۱۴,۳	۱۳ سالگی	۱۲,۷	۱۳ سالگی	۱۳,۷	۱۳ سالگی
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۵-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب زمان شروع استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

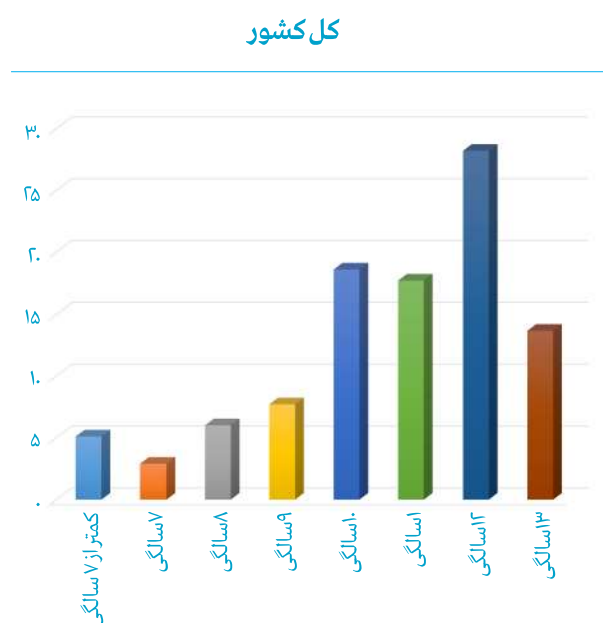
از والدینی که فرزندشان از موبایل استفاده می کند پرسیده شد «از کی برایش موبایل گرفته اید؟» بیشترین پاسخها دوازده سالگی است.



شهرهای عمده



باقی شهرها



نمودار شماره ۵-۱. نمایش پاسخگویان بر حسب زمان شروع استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

والدین دانشگاهی به‌طور معناداری زودتر برای بچه‌هایشان موبایل تهیه کرده‌اند.

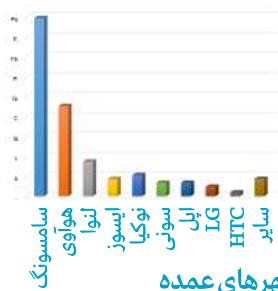
کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۲۱,۶	۲۸,۲	۱۸,۵	نه سالگی و کمتر	از کی برایش موبایل گرفتین
۱۸,۸	۲۰,۶	۱۸,۰	ده سالگی	
۱۷,۹	۱۲,۴	۲۰,۴	یازده سالگی	
۲۸,۰	۲۶,۵	۲۸,۸	دوازده سالگی	
۱۳,۷	۱۲,۴	۱۴,۲	سیزده سالگی	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۱۰,۲۶۳			مقدار خی دو	
۰,۱۳۸			ضریب کرامر	
۰,۰۳۶			سطح معناداری	

۱-۶. نوع گوشی تلفن همراه

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	نوع گوشی	درصد معتبر	نوع گوشی	درصد معتبر	نوع گوشی
۴۵,۷	سامسونگ	۴۴,۷	سامسونگ	۴۵,۴	سامسونگ
۳,۳	هوآوی	۲۲,۵	هوآوی	۲۷,۶	هوآوی
۵,۸	نوکیا	۸,۷	نوکیا	۶,۷	نوکیا
۴,۳	اپل	۴,۳	اپل	۴,۳	اپل
۲,۸	لنوا	۵,۳	لنوا	۳,۶	لنوا
۳,۵	LG	۳,۴	LG	۳,۵	LG
۲,۵	سونی	۳,۴	سونی	۲,۷	سونی
۱,۵	ایسوز	۲,۴	ایسوز	۱,۷	ایسوز
۱	HTC	۱	HTC	۱	HTC
۲,۹	سایر	۴,۳	سایر	۳,۵	سایر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۶. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع گوشی تلفن همراه

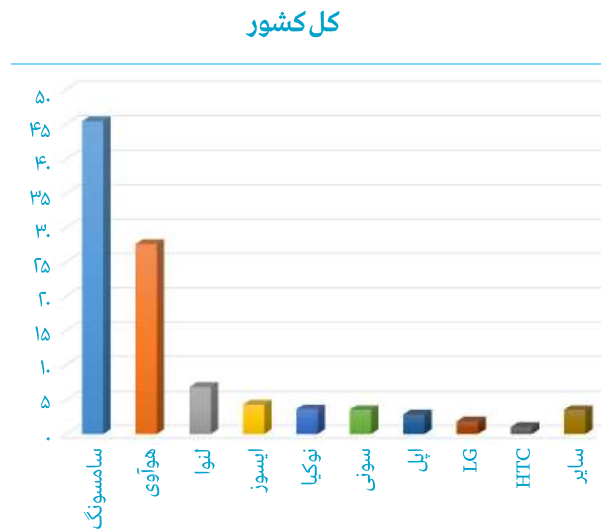
بیشترین استفاده را در بین انواع گوشی های تلفن همراه، سامسونگ با ۴۵,۴ درصد داشته است. پس از آن هواوی با ۲۷,۶ درصد، نوکیا با ۶,۸ درصد و اپل با ۴,۳ درصد قرار گرفته است. استفاده از گوشی هواوی در باقی شهرها بیشتر از شهرهای عمده بوده و استفاده از گوشی های نوکیا و لنوا، در شهرهای عمده بیشتر بوده است.



شهرهای عمده



باقی شهرها



نمودار شماره ۱-۶. نمایش پاسخگویان بر حسب نوع گوشی تلفن همراه

۱-۷. ارزش ریالی گوشی تلفن همراه

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	ارزش گوشی	درصد	ارزش گوشی	درصد	ارزش گوشی
۸,۴	تا ۲۰۰ هزار تومان	۹,۵	تا ۲۰۰ هزار تومان	۸,۸	تا ۲۰۰ هزار تومان
۵۳,۲	۲۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان	۴۴,۵	۲۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان	۵۰,۲	۲۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان
۲۸,۵	۵۰۰ تا یک میلیون تومان	۳۴,۶	۵۰۰ تا یک میلیون تومان	۳۰,۶	۵۰۰ تا یک میلیون تومان
۹,۹	بیش از یک میلیون تومان	۱۱,۴	بیش از یک میلیون تومان	۱۰,۴	بیش از یک میلیون تومان
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۷. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب ارزش ریالی گوشی تلفن همراه

جدول فوق میزان ارزش ریالی گوشی تلفن همراهی را نشان می دهد که کودک از آن استفاده می کند. گوشی حدود دو سوم در این سگمنت، کم از پانصد هزار تومان قیمت داشته است. تنها حدود ۱۰ درصد، قیمت گوشی شان بیش از یک میلیون تومان بوده است.

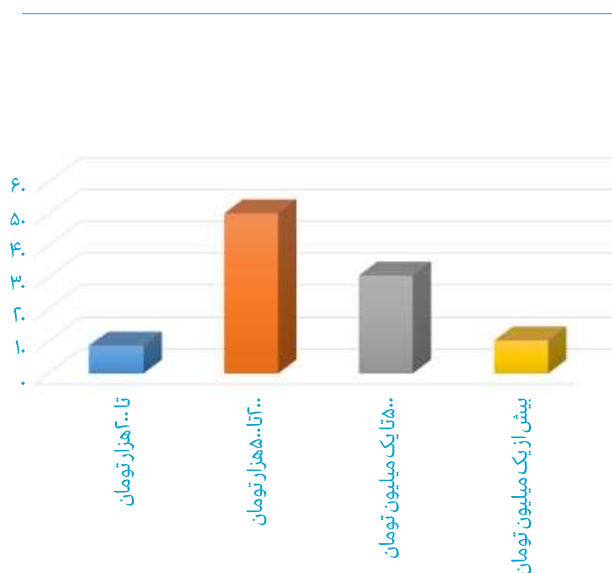


شهرهای عمده



باقی شهرها

کل کشور



نمودار شماره ۱-۷. نمایش پاسخگویان بر حسب ارزش ریالی گوشی تلفن همراه

میزان استفاده فرزندان والدین دانشگاهی از گوشی‌های بالای پانصد هزار تومان، به‌طور معناداری بیشتر از این میزان در فرزندان والدین غیردانشگاهی است.

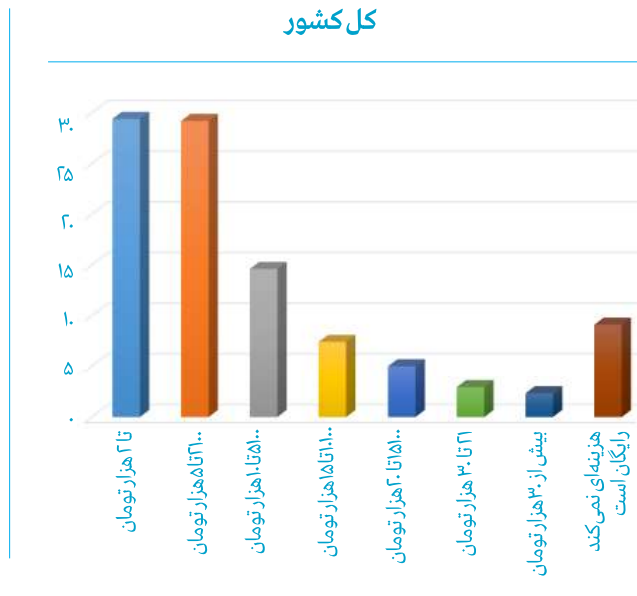
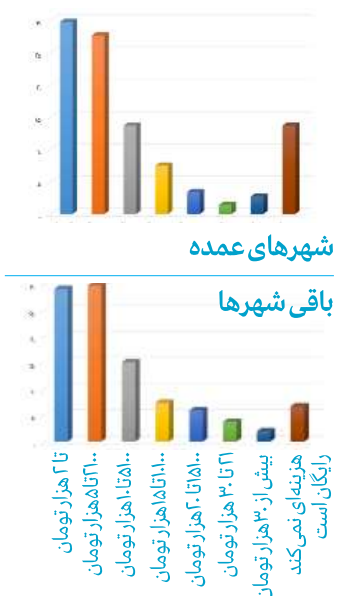
کل نمونه	وضعیت تحصیلات		کمتر از پانصد هزار تومان	بیشتر از پانصد هزار تومان
	دانشگاهی	غیردانشگاهی		
۵۹,۰	۴۸,۰	۶۴,۳	قیمت گوشی	
۴۱,۰	۵۲,۰	۳۵,۷		
۱۰	۱۰	۱۰	جمع	
۱۴,۵۹۸			مقدار خی دو	
۰,۱۵۵			ضریب کرامر	
۰,۰۰۰			سطح معناداری	

۸-۱. هزینه شارژ ماهیانه تلفن

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	هزینه ی بازی	درصد	هزینه ی بازی	درصد	هزینه ی بازی
۲۹,۲	تا ۲ هزار تومان	۲۹,۸	تا ۲ هزار تومان	۲۹,۴	تا ۲ هزار تومان
۲۹,۹	۱۰۰ تا ۵ هزار تومان	۲۷,۸	۱۰۰ تا ۵ هزار تومان	۲۹,۳	۱۰۰ تا ۵ هزار تومان
۱۵,۲	۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان	۱۳,۷	۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان	۱۴,۶	۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان
۷,۴	۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان	۷,۵	۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان	۷,۴	۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان
۵,۹	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان	۳,۴	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان	۵	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان
۳,۷	۲۱ تا ۳۰ هزار تومان	۱,۴	۲۱ تا ۳۰ هزار تومان	۲,۹	۲۱ تا ۳۰ هزار تومان
۲	بیش از ۳۰ هزار تومان	۲,۷	بیش از ۳۰ هزار تومان	۲,۳	بیش از ۳۰ هزار تومان
۶,۷	هزینه ای نمی کند. رایگان است	۱۳,۷	هزینه ای نمی کند. رایگان است	۹,۱	هزینه ای نمی کند. رایگان است
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۸-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شارژ ماهیانه تلفن کودک

از والدین پرسیده شد «هزینه شارژ ماهیانه تلفن بچه چقدر است؟». حدود ده درصد هزینه ای برای شارژ پرداخت نمی کنند و حدود سی درصد از پاسخگویان در هر سه گروه، هزینه شارژ تلفن فرزندشان را تا دو هزار تومان اعلام کرده اند. درصد کسانی که پولی بابت شارژ پرداخت نمی کنند در شهرهای عمده هفت درصد بیشتر از باقی شهرها است.



نمودار شماره ۸-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شارژ ماهیانه تلفن کودک

میزان شارژ ماهیانه فرزندان والدین دانشگاهی بیشتر است.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۹,۲	۷,۳	۱,۰	هزینه ندارد	شارژ ماهیانه
۲۹,۶	۲۳,۶	۳۲,۲	۱ تا ۲ هزار تومان	
۲۹,۱	۲۶,۴	۳۰,۳	۲۱۰۰ تا ۵ هزار تومان	
۳۲,۰	۴۲,۷	۲۷,۵	بیش از پنج هزار تومان	
۱,۰	۱,۰	۱,۰	جمع	
۱۸,۹۱۷			مقدار خی دو	
۰,۱۵۱			ضریب کرامر	
۰,۰۰۰			سطح معناداری	

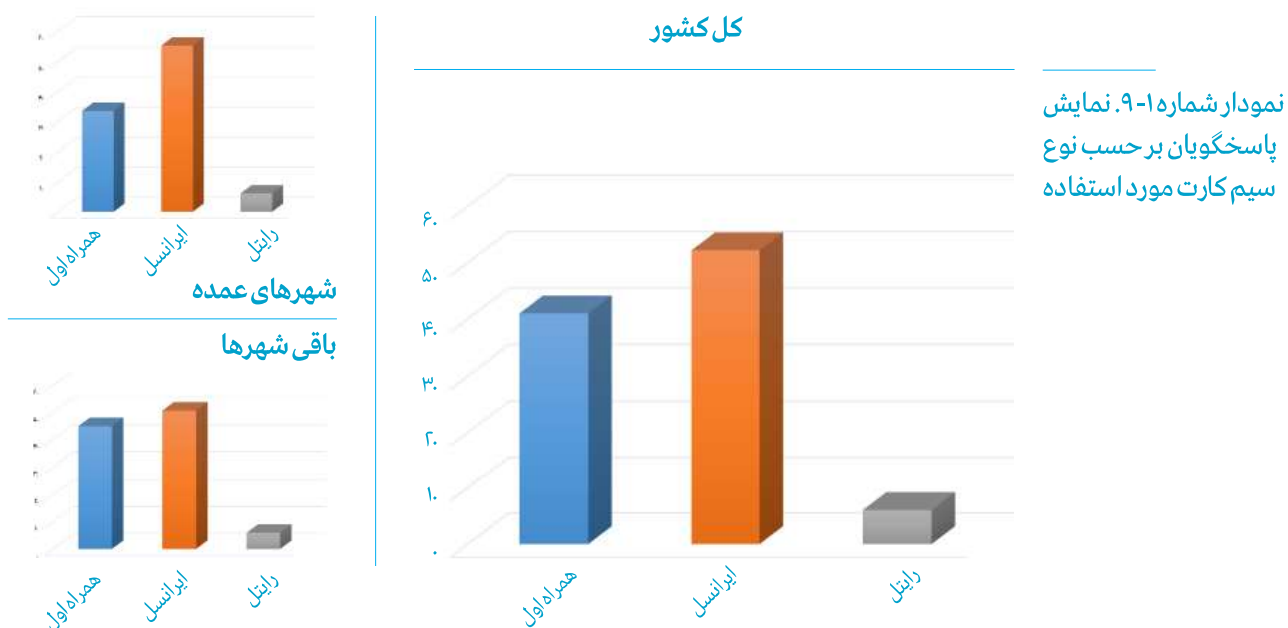
۹-۱. نوع سیم کارت



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع سیم کارت	درصد	نوع سیم کارت	درصد	نوع سیم کارت
۴۴,۹	همراه اول	۳۳,۵	همراه اول	۴۱	همراه اول
۵۰,۶	ایرانسل	۵۵,۲	ایرانسل	۵۲,۲	ایرانسل
۵,۹	رایتل	۶,۱	رایتل	۶	رایتل

جدول شماره ۹-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع سیم کارت مورد استفاده

از والدین در خصوص نوع سیم کارت فرزندانشان پرسیده شد. بیشترین نوع سیم کارت، ایرانسل بوده است.



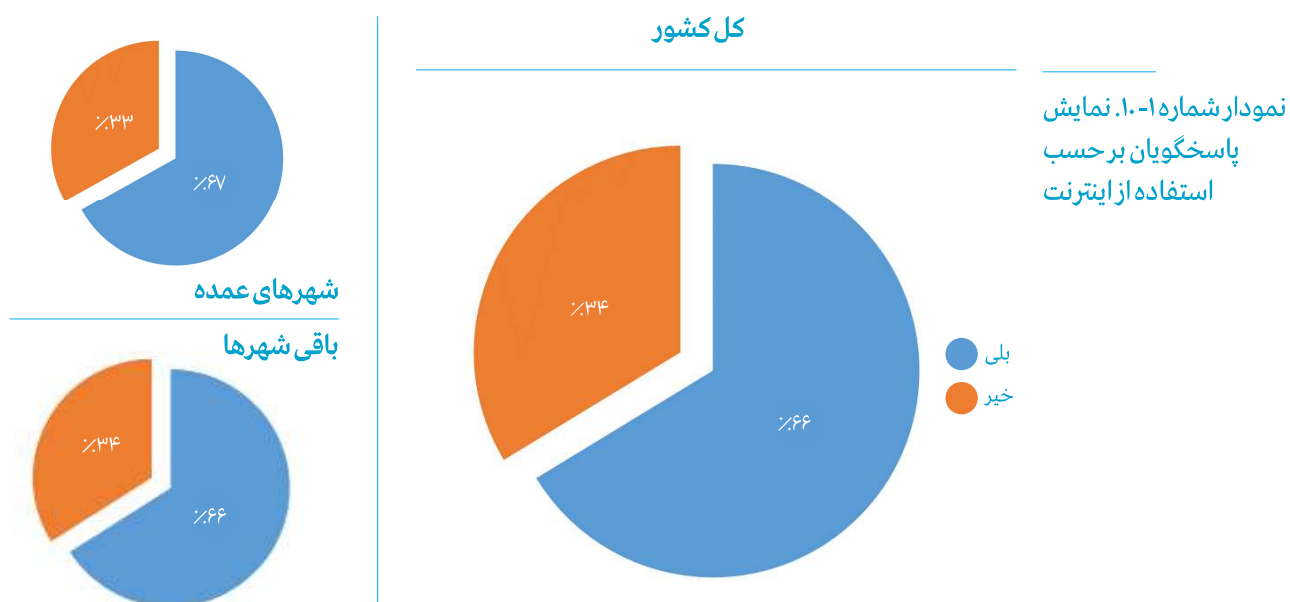
۱-۱. استفاده از اینترنت



جدول شماره ۱۰-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده از اینترنت

کل کشور		شهرهای عمده		باقی شهرها	
استفاده	درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی
بلی	۶۶,۳	بلی	۶۶,۹	بلی	۶۴
خیر	۳۳,۷	خیر	۳۳,۱	خیر	۳۴
جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰

در این بخش از والدین پرسیده شد که آیا فرزندشان از اینترنت هم استفاده می کند؟. بنا بر یافته ها ۶۶,۳ درصد از کودکان سن ۱۲ تا ۱۴ سال از اینترنت استفاده می کنند. فراوانی استفاده از اینترنت در شهرهای عمده و باقی شهرها تفاوت محسوسی نداشته است.



استفاده از اینترنت، در فرزندان والدین دانشگاهی بیشتر است.

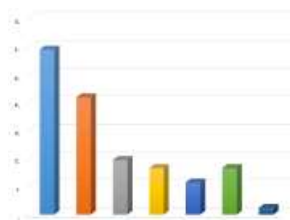
کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۶۴,۲	۷۵,۹	۶۲,۱	بله	از اینترنت هم استفاده می‌کنه؟
۳۳,۸	۲۴,۱	۳۷,۹	خیر	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۱۴,۳۸۷			مقدار خي دو	
۰,۱۳۴			ضريب في	
۰,۰۰۰			سطح معناداری	

۱۱-۱. انواع استفاده از موبایل

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع استفاده	درصد	نوع استفاده	درصد	نوع استفاده
۶۳,۴	بازی می کنم	۵۹,۱	بازی می کنم	۶۱,۹	بازی می کنم
۳۹,۶	موسیقی گوش میدهم	۴۱,۹	موسیقی گوش میدهم	۴۰,۴	موسیقی گوش میدهم
۲۲,۷	تو اینترنت میچرخم	۱۹,۵	تو اینترنت میچرخم	۲۱,۶	تو اینترنت میچرخم
۱۷,۸	فیلم و عکس میگیرم	۱۶,۶	فیلم و عکس میگیرم	۱۷,۴	فیلم و عکس میگیرم
۲۰	به دوستاش یا خانواده زنگ میزنم	۱۱,۴	به دوستاش یا خانواده زنگ میزنم	۱۶,۹	به دوستاش یا خانواده زنگ میزنم
۱۶	برنامه آموزشی میبینم	۱۶,۶	برنامه آموزشی میبینم	۱۶,۲	برنامه آموزشی میبینم
۳,۱	از یوتیوب یا جاهای دیگه ویدیو میبینم	۲,۳	از یوتیوب یا جاهای دیگه ویدیو میبینم	۲,۸	از یوتیوب یا جاهای دیگه ویدیو میبینم

جدول شماره ۱۱-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب موارد استفاده از گوشی

در این سوال از بچه‌ها پرسیده شد که «از موبایل بیشتر چه استفاده‌هایی می‌کنی؟» براساس داده‌های جدول فوق، بیشترین مورد استفاده، بازی کردن و گوش دادن به موسیقی است و بعد از آن چرخیدن در اینترنت بوده است. در باقی شهرها، بازی کردن و تماس با دوستان و خانواده، بیشتر از شهرهای عمده بوده است.

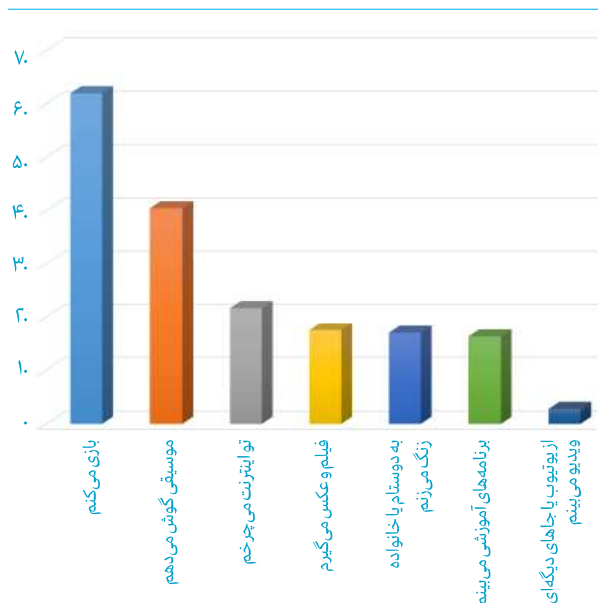


شهرهای عمده



باقی شهرها

کل کشور



نمودار شماره ۱۱-۱. نمایش پاسخگویان بر حسب موارد استفاده از گوشی

گشتن در اینترنت، تماس با خانواده و دوستان و برنامه‌های ویدئویی تماشا کردن، در فرزندان والدین دانشگاهی بیشتر بوده است. دو مورد از این سه مورد، مرتبط با اینترنت است.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات		خیر	تو اینترنت میچرخم
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۷۸,۴	۷۴,۰	۸۰,۲		
۲۱,۶	۲۶,۰	۱۹,۸	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۴,۰۶۱		مقدار خی دو	
	۰,۰۶۹		ضریب فی	
	۰,۰۴۴		سطح معناداری	

کل نمونه	وضعیت تحصیلات		خیر	به دوستان یا خانواده زنگ میزنم
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۸۳,۱	۷۷,۶	۸۵,۳		
۱۶,۹	۲۲,۴	۱۴,۷	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۷,۵۴۲		مقدار خی دو	
	۰,۰۹۴		ضریب فی	
	۰,۰۰۶		سطح معناداری	

کل نمونه	وضعیت تحصیلات		غیر دانشگاهی	
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۹۷,۲	۹۴,۸	۹۸,۲	خیر	از یوتیوب یا جاهای دیگه ویدیو میبینم
۲,۸	۵,۲	۱,۸	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۷,۴۶۶			مقدار خی دو	
۰,۰۹۳			ضریب فی	
۰,۰۰۶			سطح معناداری	

فیلم و عکس گرفتن در فرزندان والدین دهه پنجاهی و بازی کردن در فرزندان والدین دهه شصتی بیشتر بوده است.

کل نمونه	گروه های سنی		فیلم و عکس میگیرم	
	۳۴ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۸۲,۹	۸۰,۶	۸۷,۹	خیر	
۱۷,۱	۱۹,۴	۱۲,۱	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۵,۵۴۹			مقدار خی دو	
۰,۰۸۹			ضریب فی	
۰,۰۱۸			سطح معناداری	

کل نمونه	گروه های سنی		بازی میکنم	
	۳۴ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۳۴,۸	۳۹,۴	۳۱,۲	خیر	
۶۳,۲	۶۰,۶	۶۸,۸	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۴,۳۴			مقدار خی دو	
۰,۰۷۹			ضریب فی	
۰,۰۳۸			سطح معناداری	

جدول شماره ۱-۱۲. توزیع فراوانی برحسب بازی های محبوب

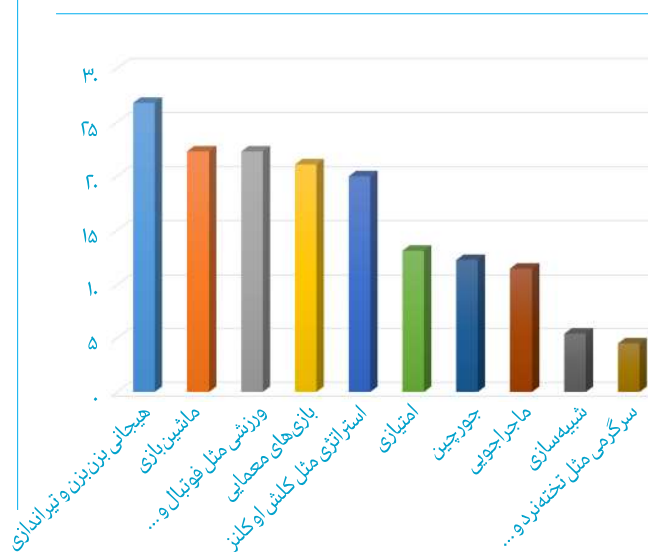
۱-۱۲. بازی های محبوب

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	بازی تهیه شده	درصد	بازی تهیه شده	درصد	بازی تهیه شده
۲۸,۳	هیجانی بزن بزن و تیراندازی	۲۴	هیجانی بزن بزن و تیراندازی	۲۶,۸	هیجانی بزن بزن و تیراندازی
۲۴,۵	ماشین بازی	۲۱,۴	ورزشی مثل فوتبال و...	۲۲,۳	ماشین بازی
۲۲,۸	ورزشی مثل فوتبال و...	۲۰,۷	بازی های معمایی	۲۲,۳	ورزشی مثل فوتبال و...
۲۱,۴	بازی های معمایی	۱۸,۴	ماشین بازی	۲۱,۱	بازی های معمایی
۲۱,۲	استراتژی مثل کلش او کلنز	۱۷,۸	استراتژی مثل کلش او کلنز	۲۰	استراتژی مثل کلش او کلنز
۱۳,۱	امتیازی	۱۳,۵	جورچین	۱۳,۱	امتیازی
۱۱,۹	ماجراجویی	۱۳,۲	امتیازی	۱۲,۳	جورچین
۱۱,۷	جورچین	۱۰,۹	ماجراجویی	۱۱,۵	ماجراجویی
۵,۳	شبیه سازی	۵,۶	شبیه سازی	۵,۴	شبیه سازی
۴,۴	سرگرمی مثل تخته نرد و...	۴,۶	سرگرمی مثل تخته نرد و...	۴,۵	سرگرمی مثل تخته نرد و...

بیشترین بازی مورد علاقه بچه‌ها به گفته خودشان، هیجانی و بزن بزن بوده و پس از آن ماشین بازی، ورزشی مثل فوتبال، بازی های معمایی، استراتژی مثل کلش او کلنز، امتیازی و جورچین قرار داشته است. بازی های ماشین بازی و هیجانی و بزن بزن، در باقی شهرها درصدهای بالاتری نسبت به شهرهای عمده داشته است.



کل کشور



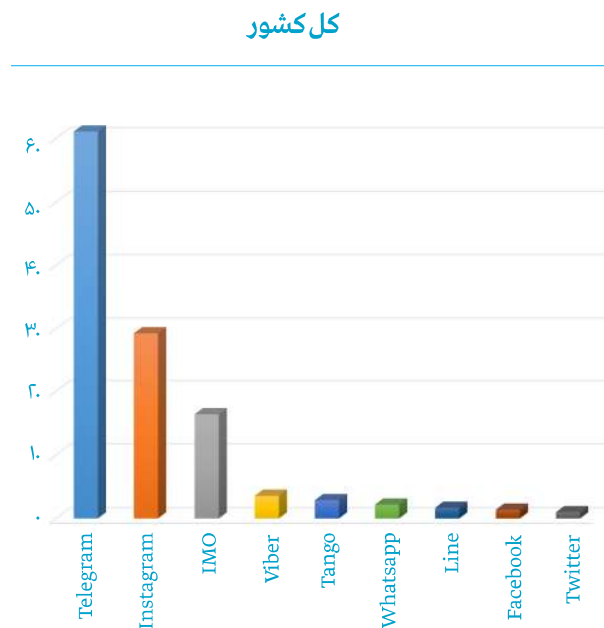
نمودار شماره ۱-۱۲. نمایش فراوانی برحسب بازی های محبوب

۱-۱۳. شبکه های اجتماعی مورد استفاده

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	شبکه اجتماعی	درصد	شبکه اجتماعی	درصد	شبکه اجتماعی
۶۱,۵	Telegram	۶۰,۴	Telegram	۶۱,۱	Telegram
۳۴,۶	Instagram	۱۹,۸	Instagram	۲۹,۳	Instagram
۱۷,۹	Whatsapp	۱۳,۷	Whatsapp	۱۶,۴	Whatsapp
۳,۷	IMO	۳,۳	IMO	۳,۶	IMO
۳,۲	Facebook	۲,۴	Tango	۲,۹	Facebook
۲,۱	Line	۲,۴	Line	۲,۲	Line
۱,۸	Viber	۲,۴	Facebook	۱,۷	Tango
۱,۳	Tango	۰,۵	Viber	۱,۴	Viber
۱,۳	Twitter	۰,۵	Twitter	۱	Twitter

جدول شماره ۱-۱۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شبکه های اجتماعی مورد استفاده

در زمینه برنامه ها و شبکه های اجتماعی، از کودکان پرسیده شد «از چه برنامه یا نرم افزارهایی استفاده می کنی؟». تلگرام با ۶۱,۱ درصد در صدر قرار گرفته است. پس از تلگرام، اینستاگرام، واتس اپ، ایمو و فیسبوک قرار داشته اند.



نمودار شماره ۱-۱۳. نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب شبکه های اجتماعی مورد استفاده

استفاده از اینستاگرام در فرزندان والدین دانشگاهی بیشتر است.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات		اینستاگرام
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۷,۸	۵۹,۸	۷۶,۳	خیر
۲۹,۲	۴۰,۲	۲۳,۷	بله
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع
۱۷,۰۵۹			مقدار خی دو
۰,۱۷۱			ضریب فی
۰,۰۰۰			سطح معناداری

استفاده از تلگرام و اینستاگرام در فرزندان والدین دهه پنجاهی بیشتر بوده است.

کل نمونه	گروه های سنی		تلگرام
	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال	
۳۹,۳	۳۵,۲	۴۸,۶	خیر
۶۰,۷	۶۴,۸	۵۱,۴	بله
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع
۷,۷۹			مقدار خی دو
۰,۱۲۷			ضریب فی
۰,۰۰۵			سطح معناداری

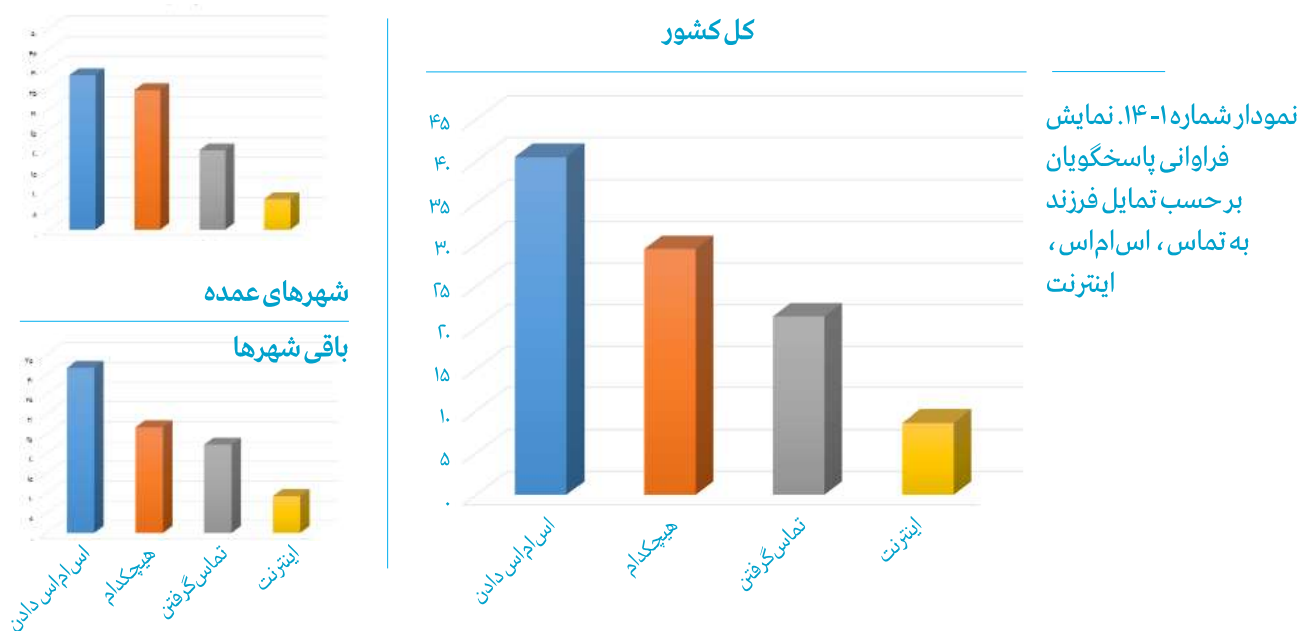
کل نمونه	گروه های سنی			
	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۷۱,۶	۶۸,۸	۷۸,۱	خیر	اینستاگرام
۲۸,۴	۳۱,۲	۲۱,۹	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۴,۳۳			مقدار خی دو	
۰,۹۵			ضریب فی	
۰,۳۸			سطح معناداری	

۱-۱۴. تمایل فرزند به تماس، اس ام اس، اینترنت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	استفاده	درصد	استفاده	درصد	استفاده
۴۱,۷	اس ام اس دادن	۳۸,۳	اس ام اس دادن	۴۰,۵	اس ام اس دادن
۲۲,۳	تماس گرفتن	۱۹,۷	تماس گرفتن	۲۱,۴	تماس گرفتن
۹,۳	اینترنت	۷,۵	اینترنت	۸,۶	اینترنت
۲۶,۷	هیچکدام	۳۴,۶	هیچکدام	۲۹,۵	هیچکدام
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۱۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تمایل فرزند به تماس، اس ام اس، اینترنت

در این بخش پرسیده شده است که «بچه تان بیشتر کدامیک از موارد را استفاده می کند؟». در ۴۰,۵ درصد اس ام اس دادن، ۲۱,۴ درصد تماس گرفتن و ۸,۶ درصد اینترنت انتخاب شده است. در ۲۹,۵ درصد هیچ یک از شیوه های ارتباطی با دیگران استفاده نمی شده است. این درصد در شهرهای عمده هشت درصد بیشتر از باقی شهرها است.



استفاده فرزندان والدین دانشگاهی از اینترنت بیشتر است.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			بجهت‌ون کدوم یک از موارد زیر را بیشتر استفاده میکنه؟
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۲۱,۳	۲۳,۴	۲۰,۴	تماس گرفتن	
۸,۴	۶,۴	۹,۳	اس ام اس دادن	
۴۰,۶	۵۰,۶	۳۶,۵	اینترنت	
۲۹,۷	۱۹,۶	۳۳,۸	هیچکدام	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۲۱,۹۵۴		مقدار خی دو	
	۰,۱۶۴		ضریب کرامر	
	۰,۰۰۰		سطح معناداری	

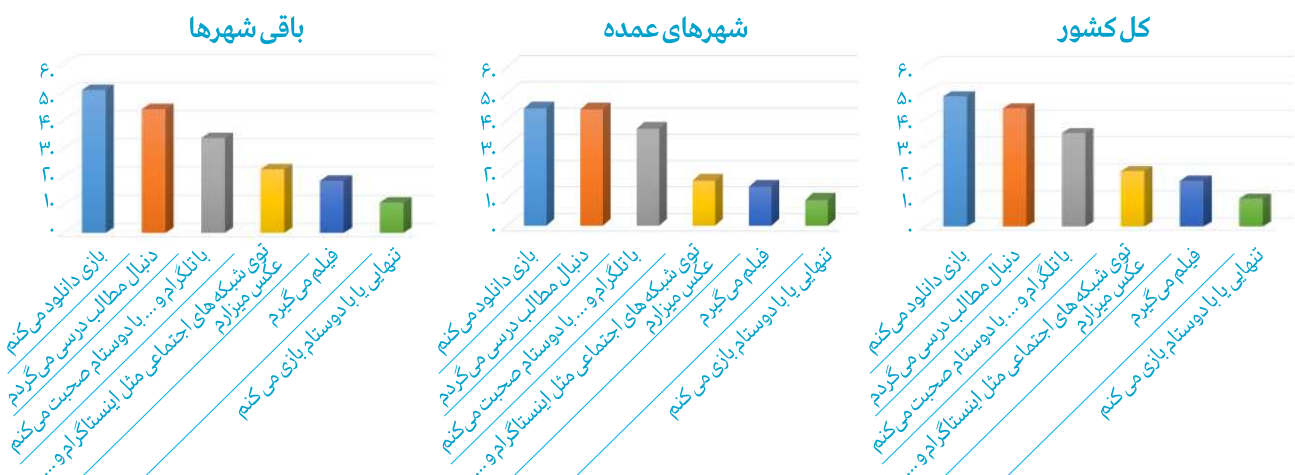
۱-۱۵. نوع کاربرد اینترنت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع کاربرد	درصد	نوع کاربرد	درصد	نوع کاربرد
۵۰,۷	بازی دانلود میکنم	۴۴,۴	بازی دانلود میکنم	۴۸,۴	بازی دانلود میکنم
۴۳,۹	دنبال مطالب درسی میگردم	۴۴	دنبال مطالب درسی میگردم	۴۳,۹	دنبال مطالب درسی میگردم
۳۳,۶	با تلگرام و ... با دوستانم صحبت میکنم	۳۶,۷	با تلگرام و ... با دوستانم صحبت میکنم	۳۴,۷	با تلگرام و ... با دوستانم صحبت میکنم
۲۲,۵	توی شبکه های اجتماعی مثل اینستاگرام و... عکس می زارم	۱۶,۹	توی شبکه های اجتماعی مثل اینستاگرام و... عکس می زارم	۲۰,۵	توی شبکه های اجتماعی مثل اینستاگرام و... عکس می زارم
۱۸,۴	فیلم میگیرم	۱۴,۶	فیلم میگیرم	۱۷	فیلم میگیرم
۱۰,۸	تنهایی یا با دوستانم بازی میکنم	۹,۷	تنهایی یا با دوستانم بازی میکنم	۱۰,۴	تنهایی یا با دوستانم بازی میکنم

در این بخش از بچه‌ها پرسیده شد که «با اینترنت چه کار می‌کنی؟». نیمی از بچه‌ها بازی دانلود می‌کنند. دانلود بازی در باقی شهرها شش درصد بیشتر از شهرهای عمده است. ۴۳,۹ درصد دنبال مطالب درسی می‌گردند، ۳۴,۷ درصد با دوستانشان صحبت می‌کنند، ۲۰,۵ درصد در شبکه‌های اجتماعی عکس می‌گذارند، ۱۷ درصد فیلم می‌گیرند و ۱۰,۴ درصد با دوستانشان بازی می‌کنند. عکس گذاشتن در باقی شهرها پنج درصد بیشتر از شهرهای عمده است.

جدول شماره ۱-۱۵. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع کاربرد اینترنت

نمودار شماره ۱-۱۵. نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع کاربرد اینترنت



استفاده از تلگرام و اینستاگرام در فرزندان والدین دانشگاهی بیشتر است.

سطح معناداری	ضریب فی	مقدار خی دو	جمع پاسخ‌های «بله»	وضعیت تحصیلات		روشها
				دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۰,۰۳۴	۰,۰۸۹	۴,۵۱۳	۳۴,۹	۴۱,۰	۳۱,۹	با تلگرام با دوستان صحبت میکنم
۰,۰۰۰	۰,۱۸۱	۱۸,۷۴۰	۲۰,۴	۳۰,۹	۱۵,۳	توی شبکه های اجتماعی مثل اینستا گرام و... عکس میزارم

استفاده از اینترنت برای مطالب درسی در فرزندان والدین دهه چهل بیشتر و در فرزندان والدین دهه پنجاه کمتر است.

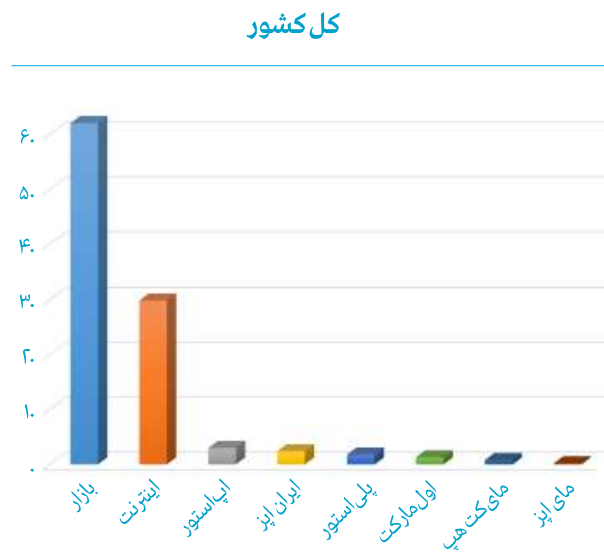
کل نمونه	گروه های سنی			خیر	دنیال مطالب درسی میگردم
	۱۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۵۵,۸	۴۴,۲	۶۰,۹	۵۱,۴	بله	
۴۴,۲	۵۳,۸	۳۹,۱	۴۸,۶	جمع	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	مقدار خی دو	۸,۳۹۰
				ضریب کرامر	۰,۱۲۲
				سطح معناداری	۰,۰۱۵

۱-۱۶. چگونگی تهیه برنامه یا بازی

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	محل تهیه	درصد	محل تهیه	درصد	محل تهیه
۶۷,۱	بازار	۵۳,۲	بازار	۶۲,۱	بازار
۲۸,۷	اینترنت	۳۲,۱	اینترنت	۲۹,۹	اینترنت
۳	اپ استور	۴	ایران اپز	۳	اپ استور
۱,۵	ایران اپز	۳	اپ استور	۲,۴	ایران اپز
۱,۳	پلی استور	۲,۷	پلی استور	۱,۸	پلی استور
۱,۱	اول مارکت	۲	مای کت هپ	۱,۳	اول مارکت
۰,۲	مای کت هپ	۱,۷	اول مارکت	۰,۸	مای کت هپ
۰,۲	مای اپز	۰,۳	مای اپز	۰,۲	مای اپز

جدول شماره ۱-۱۶. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محل تهیه برنامه یا بازی

از بچه‌ها پرسیده شد «بازی‌ها یا برنامه‌ها را از کجا می‌گیری؟» حدود شصت درصد از بازار برنامه یا بازی می‌گیرند. تهیه از بازار در در باقی شهرها چهارده درصد بیشتر از شهرهای عمده است. خرید از اینترنت حدود سی درصد، فراوانی داشته است.



نمودار شماره ۱-۱۶. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محل تهیه برنامه یا بازی

تهیه برنامه و بازی از بازار، در فرزندان والدین دانشگاهی بیشتر بوده است.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات		تهیه از بازار
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۳۸,۰	۳۲,۸	۴۰,۲	خیر
۶۲,۰	۶۷,۲	۵۹,۸	بله
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع
	۳,۹۴۹		مقدار خی دو
	۰,۰۶۹		ضریب فی
	۰,۰۴۷		سطح معناداری

۱۷-۱. بازی‌های تک نفره و گروهی

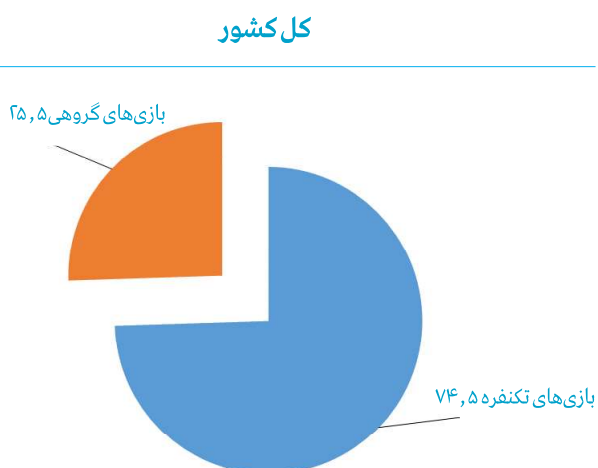
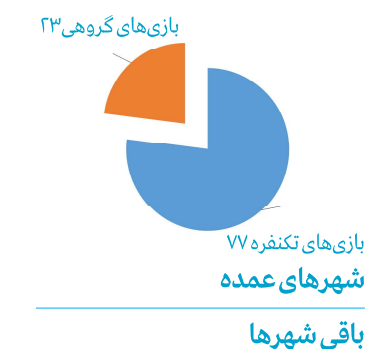
باقی شهرها	
درصد	نوع بازی
۷۳,۲	بازی‌های تک‌نفره
۲۶,۸	بازی‌های گروهی
۱۰۰	جمع

شهرهای عمده	
درصد	نوع بازی
۷۷	بازی‌های تک‌نفره
۲۳	بازی‌های گروهی
۱۰۰	جمع

کل کشور	
درصد	نوع بازی
۷۴,۵	بازی‌های تک‌نفره
۲۵,۵	بازی‌های گروهی
۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱۷-۱. نمایش پاسخگویان بر حسب بازی‌های تک نفره و گروهی

سه چهارم بچه‌ها، تک نفره بازی می‌کنند.



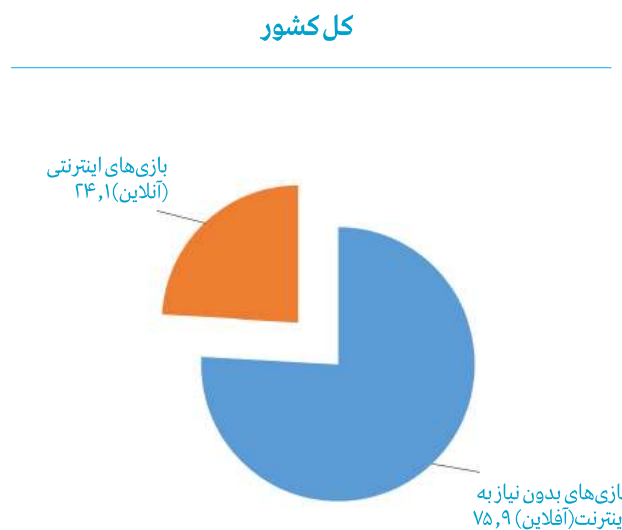
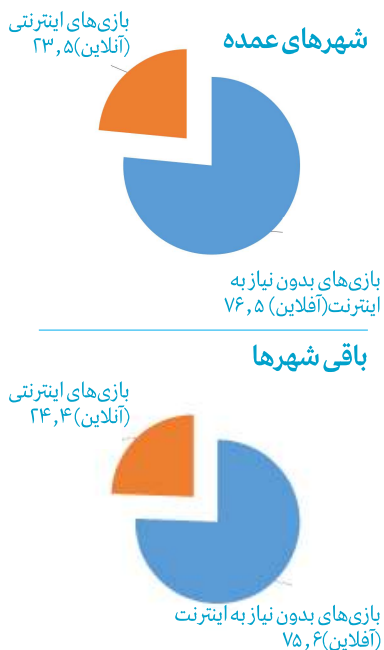
نمودار شماره ۱۷-۱. نمایش پاسخگویان بر حسب بازی‌های تک نفره و گروهی

۱-۱۸. بازی های آفلاین و آنلاین

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع بازی	درصد	نوع بازی	درصد	نوع بازی
۷۵,۶	بازی های بدون نیاز به اینترنت (آفلاین)	۷۴,۵	بازی های بدون نیاز به اینترنت (آفلاین)	۷۵,۹	بازی های بدون نیاز به اینترنت (آفلاین)
۲۴,۴	بازی های اینترنتی (آنلاین)	۲۳,۵	بازی های اینترنتی (آنلاین)	۲۴,۱	بازی های اینترنتی (آنلاین)
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۱۸. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بازی های آفلاین و آنلاین

همچنانکه مشاهده می شود اکثریت قابل توجه پاسخگویان (۷۵,۹ درصد) گفته اند که بازی هایی که برای فرزندشان تهیه کرده اند آفلاین بوده و نیازی به اینترنت نداشته است. در طراحی محصول این نکته باید مورد توجه قرار گیرد که در این سگمنت اگر قرار باشد بچه ها بازی کنند به احتمال فراوان آفلاین است، پس امکان ایجاد درآمد از طریق فروش اینترنت منتفی است. باید به نوعی بازی طراحی شود که موارد دیگری را تحریک کند که آن موارد دیگر منجر به استفاده از اینترنت شود.



نمودار شماره ۱-۱۸. نمایش پاسخگویان بر حسب بازی های آفلاین و آنلاین

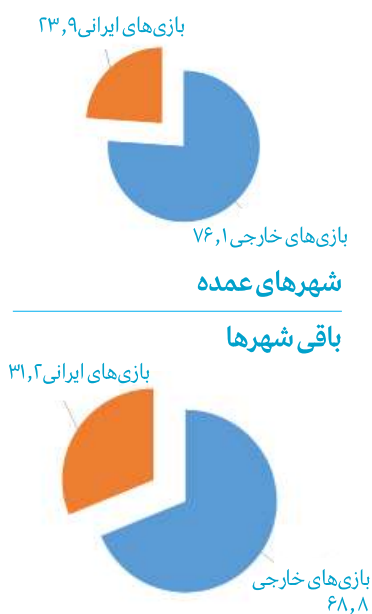
۱۹-۱. بازی‌های خارجی و ایرانی



جدول شماره ۱-۱۹. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بازی‌های خارجی و ایرانی

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع بازی	درصد	نوع بازی	درصد	نوع بازی
۶۸,۸	بازی‌های خارجی	۷۶,۱	بازی‌های خارجی	۷۱,۳	بازی‌های خارجی
۳۱,۲	بازی‌های ایرانی	۲۳,۹	بازی‌های ایرانی	۲۸,۷	بازی‌های ایرانی
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

یافته‌های به دست آمده حاکی از آن است که بیش از ۷۰ درصد بازی‌ها، خارجی بوده است.



۲۰-۱. چرایی استفاده



درصد				
کل کشور	شهرهای عمده	باقی شهرها		
۳۴,۳	۴۲,۵	۲۹,۴	گرافیک اش بهتر است	بازی های خارجی
۶۳,۸	۵۴,۷	۶۹,۳	جذاب تره و جالب تره	
۱۶,۹	۱۷,۳	۱۶,۶	شخصیت باحال تری داره	
۱.	۹,۱	۱۰,۴	گرافیک اش بهتر است	بازی های ایرانی
۵۲	۴۲,۴	۵۵,۸	جذاب تره و جالب تره	
۲۸,۴	۳۳,۳	۲۶,۴	شخصیت باحال تری داره	

جدول شماره ۱-۲۰. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب چرایی استفاده از بازی های ایرانی و خارجی

همانگونه که در جدول فوق ملاحظه می شود، ۶۳,۸ درصد از کسانی که بازی های خارجی تهیه کرده اند، عامل جذابیت را ذکر کرده اند و پس از آن، ۳۴,۳ درصد به گرافیک بهتر بازی های خارجی اشاره کرده اند. در مقابل ۶۵,۶ درصد از کسانی که بازی های ایرانی تهیه کرده اند به همخوان بودن این بازی ها با فرهنگ ما اشاره کرده اند و ۲۸,۴ درصد گفته اند که بازی های ایرانی شخصیت های باحال تری دارد. البته اختلاف در این مورد محسوس نیست و در خصوص جذابیت نیز با توجه به مبهم بودن عامل جذابیت، نیاز به بررسی دقیقتری است.

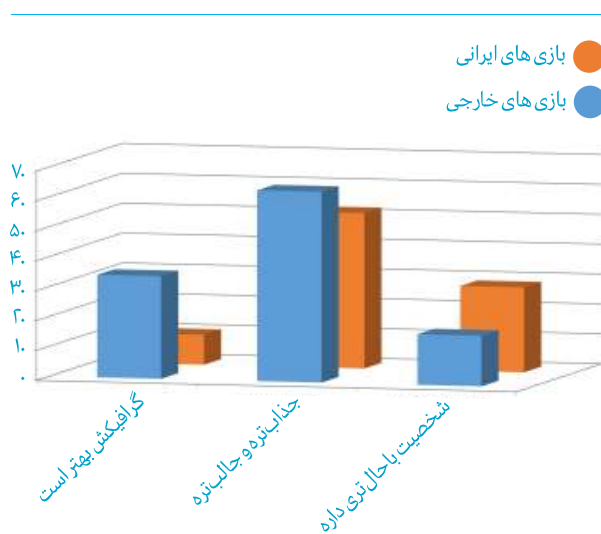
شهرهای عمده



باقی شهرها



کل کشور



● بازی های ایرانی
● بازی های خارجی

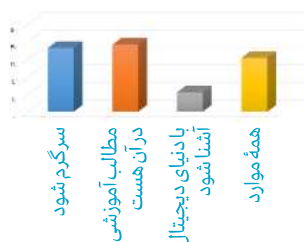
نمودار شماره ۱-۲۰. نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب چرایی استفاده از بازی های ایرانی و خارجی

۲۱-۱. هدف تهیه بازی

جدول شماره ۲۱-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب هدف تهیه بازی

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	هدف از تهیه	درصد	هدف از تهیه	درصد	هدف از تهیه
۳۵,۳	سرگرم شود	۳۴,۳	سرگرم شود	۳۵,۷	سرگرم شود
۴۲,۶	مطالب آموزشی در آن هست	۳۸,۲	مطالب آموزشی در آن هست	۴۱,۱	مطالب آموزشی در آن هست
۱۹,۱	دنیای آینده دنیای دیجیتال است دلم می‌خواهد بچه ام با این دنیا زودتر آشنا شود	۱۱,۱	دنیای آینده دنیای دیجیتال است دلم می‌خواهد بچه ام با این دنیا زودتر آشنا شود	۱۶,۳	دنیای آینده دنیای دیجیتال است دلم می‌خواهد بچه ام با این دنیا زودتر آشنا شود
۲۳,۳	همه موارد	۳۰,۷	همه موارد	۲۶	همه موارد

از والدین پرسیده شد «بازی‌ها یا برنامه‌هایی که بچه‌تون استفاده می‌کنه با چه هدفی برایش تهیه می‌کنید؟». یافته‌های به دست آمده حاکی از آن است که داشتن مطالب آموزشی، بیشترین دلیل برای تهیه بازی است. سرگرم شدن با اختلاف کمی بعد از آن قرار گرفته است. نکته مهم استفاده از مدیوم آموزش است که به نظر می‌رسد در طراحی و توزیع محصول عمده فاکتور اثرگذارتری است.



شهرهای عمده



باقی شهرها

کل کشور



نمودار شماره ۲۱-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب هدف تهیه بازی

در خرید بازی و برنامه ، پدرها بیش از مادرها به موضوع آشنایی فرزندشان با دنیای دیجیتال توجه دارند.

کل نمونه	نسبت پاسخگو با کودک			
	مادر	پدر		
۸۳,۷	۸۶,۰	۷۶,۴	خیر	دنیای آینده دنیایی دیجیتاله دلم می خواد بچه ام با این دنیا زودتر آشنا بشه
۱۶,۳	۱۴,۰	۲۳,۶	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۱۰,۶۷۳			مقدار خی دو	
۰,۱۱۲			ضریب فی	
۰,۰۰۱			سطح معناداری	

در خرید بازی و برنامه ، والدین دانشگاهی بیش از والدین غیر دانشگاهی به موضوع آشنایی فرزندشان با دنیای دیجیتال توجه دارند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۸۳,۹	۷۹,۶	۸۵,۶	خیر	دنیای آینده دنیایی دیجیتاله دلم می خواد بچه ام با این دنیا زودتر آشنا بشه
۱۶,۱	۲,۴	۱۴,۴	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۴,۷۵۹			مقدار خی دو	
۰,۰۷۵			ضریب فی	
۰,۰۲۹			سطح معناداری	

خرید برنامه و بازی برای بچه‌ها با هدف سرگرم کردن، در والدین دهه پنجاه بیشتر از دو گروه دیگر بوده است.

کل نمونه	گروه‌های سنی			۲۵ تا ۳۵ سال	
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال	خیر	سرش گرم بشه
۶۴,۳	۷۱,۵	۶۰,۹	۶۷,۳	بله	
۳۵,۷	۲۸,۵	۳۹,۱	۳۲,۷	جمع	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	مقدار خی دو	۶,۵۴۴
				ضریب کرامر	۰,۰۸۹
				سطح معناداری	۰,۰۳۸

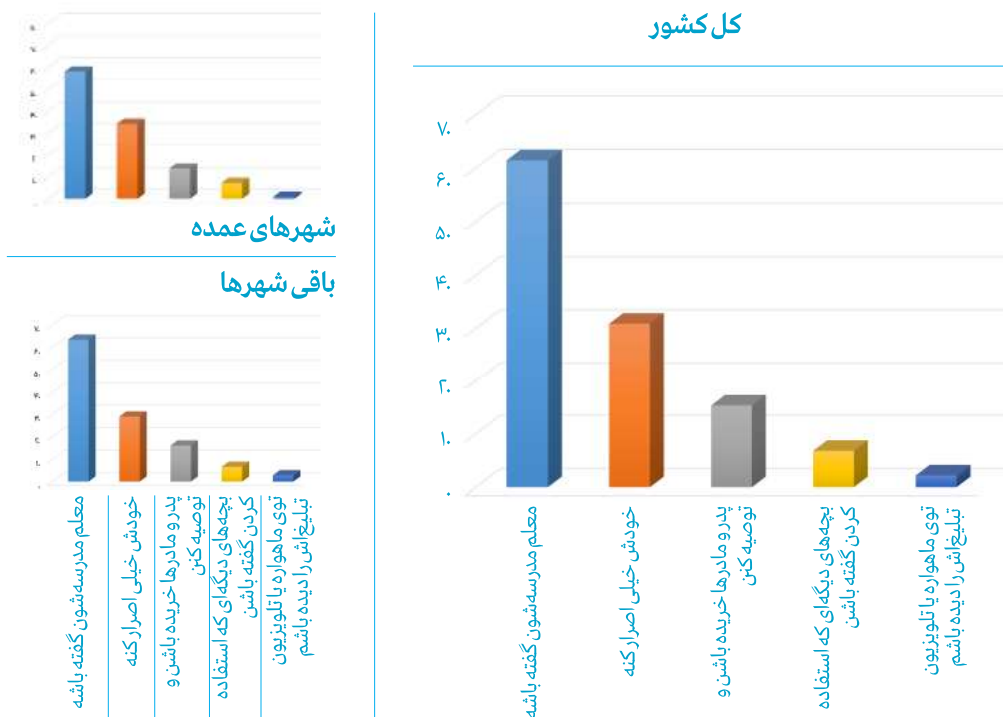
۱-۲۲. عوامل مؤثر بر خرید برنامه یا بازی برای فرزند

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	عوامل مؤثر بر خرید	درصد	عوامل مؤثر بر خرید	درصد	عوامل مؤثر بر خرید
۶۳,۳	معلم مدرسه شون گفته باشه	۵۷,۹	معلم مدرسه شون گفته باشه	۶۱,۴	معلم مدرسه شون گفته باشه
۲۹	خودش خیلی اصرار کنه	۳۴,۲	خودش خیلی اصرار کنه	۳۰,۹	خودش خیلی اصرار کنه
۱۶,۱	پدر و مادرها خریده باشن و توصیه کنن	۱۳,۷	پدر و مادرها خریده باشن و توصیه کنن	۱۵,۳	پدر و مادرها خریده باشن و توصیه کنن
۶,۶	بچه‌های دیگه ای که استفاده کردن گفته باشن	۷,۲	بچه‌های دیگه ای که استفاده کردن گفته باشن	۶,۸	بچه‌های دیگه ای که استفاده کردن گفته باشن
۲,۸	توی ماهواره یا تلویزیون تبلیغاش رو دیده باشم	۱	توی ماهواره یا تلویزیون تبلیغاش رو دیده باشم	۲,۲	توی ماهواره یا تلویزیون تبلیغاش رو دیده باشم

از والدین پرسیده شده است که «در چه صورتی بیش‌تر امکان داره یک بازی یا برنامه‌ای را برای بچه‌تون بگیرید؟». در پاسخ ۶۱,۴ درصد گفته‌اند که اگر معلم مدرسه گفته باشد. این درصد در شهرهای عمده کمتر و در باقی شهرها بیشتر بوده است. ۳۰,۹ درصد گفته‌اند اگر خودش خیلی اصرار کند، ۱۵,۳ درصد گفته‌اند اگر پدرها و مادرها خریده باشند و توصیه کنند؛ ۶,۸ درصد گفته‌اند اگر بچه‌های دیگر بگویند و ۲,۲ درصد هم در صورتی بازی یا برنامه را برای بچه‌ها می‌خرند که تبلیغش را در ماهواره یا تلویزیون دیده باشند.

جدول شماره ۱-۲۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب عوامل مؤثر بر خرید برنامه یا بازی

نمودار شماره ۱-۲۲. نمایش پاسخگویان بر حسب عوامل مؤثر بر خرید برنامه یا بازی



توجه به خریدن بازی و توصیه سایر پدرها و مادرها، در والدین دانشجویی بیشتر است.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات		پدر و مادرها خریدن باشن و توصیه کنن
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۸۴,۷	۷۹,۹	۸۶,۷	خیر
۱۵,۳	۲,۱	۱۳,۳	بله
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع
	۵,۹۹۱		مقدار خی دو
	۰,۰۸۵		ضریب فی
	۰,۰۱۴		سطح معناداری

۱-۲۳. هزینه بازی‌های کودک



جدول شماره ۱-۲۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب هزینه بازی‌های کودک

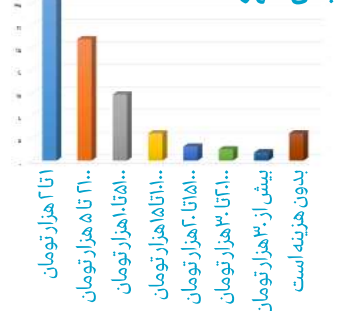
باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	هزینه‌ی شارژ ماهیانه	درصد	هزینه‌ی شارژ ماهیانه	درصد	هزینه‌ی شارژ ماهیانه
۳۸,۸	۱ تا ۲ هزار تومان	۲۸	۱ تا ۲ هزار تومان	۳۵	۱ تا ۲ هزار تومان
۲۶,۹	۲۱۰۰ تا ۵ هزار تومان	۲۲,۵	۲۱۰۰ تا ۵ هزار تومان	۲۵,۴	۲۱۰۰ تا ۵ هزار تومان
۱۴,۷	۵۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان	۱۵,۶	۵۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان	۱۵	۵۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان
۶,۱	۱۰۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان	۶,۹	۱۰۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان	۶,۴	۱۰۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان
۳,۱	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان	۲,۵	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان	۲,۹	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان
۲,۵	۲۰۱۰۰ تا ۳۰ هزار تومان	۰,۴	۲۰۱۰۰ تا ۳۰ هزار تومان	۱,۸	۲۰۱۰۰ تا ۳۰ هزار تومان
۱,۸	بیش از ۳۰ هزار تومان	۱,۵	بیش از ۳۰ هزار تومان	۱,۷	بیش از ۳۰ هزار تومان
۶,۱	بدون هزینه است	۲۲,۵	بدون هزینه است	۱۱,۸	بدون هزینه است
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

از بچه‌ها پرسیده شد «در ماه چقدر خرج این بازی‌ها و برنامه‌هایی که می‌گیری همیشه؟». در ۱۱,۸ درصد هیچ هزینه‌ای پرداخت نمی‌شود. این درصد در شهرهای عمده شانزده درصد بیشتر از باقی شهرها است. ۳۵ درصد بین یک تا دو هزار تومان هزینه می‌کنند، ۲۵ درصد دو تا پنج هزار تومان، ۱۵ درصد ۵ تا ۱۰ هزار تومان و ۱۲,۸ درصد بیش از این میزان هزینه می‌کنند.

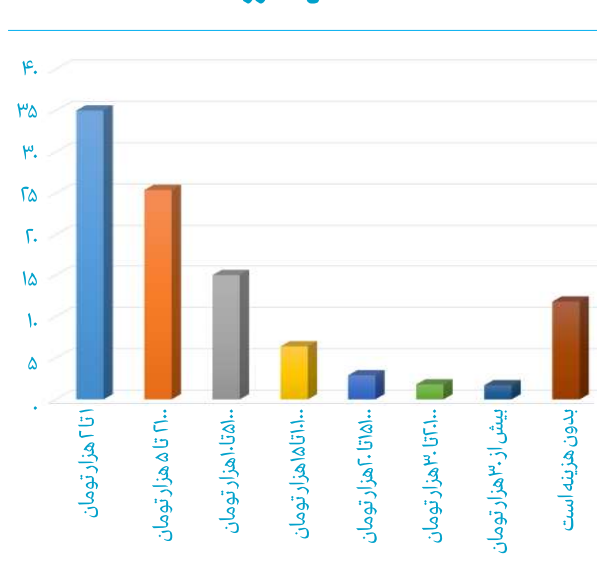
شهرهای عمده



باقی شهرها



کل کشور



نمودار شماره ۱-۲۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب هزینه بازی‌های کودک

هزینه بازی فرزندان والدین دانشگاهی بیشتر است.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۳۵,۱	۳۳,۳	۳۵,۸	۱ تا ۲ هزار تومان	هزینه بازیها
۲۵,۴	۲۱,۱	۲۷,۱	۲۱۰۰ تا ۵ هزار تومان	
۲۷,۷	۳۶,۴	۲۴,۱	بیش از پنج هزار تومان	
۱۱,۹	۹,۲	۱۳,۰	هزینه ای نمی کند	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۱۳,۵۰۴			مقدار خی دو	
۰,۱۳۱			ضریب کرامر	
۰,۰۰۴			سطح معناداری	

۱-۲۴. روش شارژ



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	روش شارژ	درصد	روش شارژ	درصد	روش شارژ
۲۲,۷	اینترنتی میخرم	۲۳,۷	اینترنتی میخرم	۲۳,۱	اینترنتی میخرم
۵۹,۵	کارت شارژ میخرم	۴۹,۱	کارت شارژ میخرم	۵۶	کارت شارژ میخرم
۱۷,۷	با کدهای دستوری مثلا *۷۲#	۲۷,۲	با کدهای دستوری مثلا *۷۲#	۲۱	با کدهای دستوری مثلا *۷۲#
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

از بچه ها در مورد نحوه شارژ سیم کارت پرسیده شد. به صورت تقریبی در نیمی از موارد، کارت شارژ خریداری می شود. یک چهارم اینترنتی میخرند و یک چهارم از کدهای دستوری استفاده می کنند. میزان خریداری کارت شارژ در باقی شهرها ده درصد بیشتر است و میزان استفاده از کدهای دستوری در شهرهای عمده، ده درصد بیشتر است. سن و تحصیلات والدین ارتباط معناداری با نحوه شارژ سیم کارت ندارد.

جدول شماره ۱-۲۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب روش شارژ سیم کارت

نمودار شماره ۱-۲۴. نمایش پاسخگویان بر حسب روش شارژ



جدول شماره ۱-۲۵. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب منبع اینترنت

۱-۲۵. منبع اینترنت



بقای شهرها	
درصد	منبع اینترنت
۳۸,۴	فقط به اینترنت خونه وصل میشم
۵۶,۷	از اینترنت گوشی وصل میشم
۴,۹	هر دو
۱۰۰	جمع

شهرهای عمده	
درصد	منبع اینترنت
۴۴,۳	فقط به اینترنت خونه وصل میشم
۵۳,۷	از اینترنت گوشی وصل میشم
۲	هر دو
۱۰۰	جمع

کل کشور	
درصد	منبع اینترنت
۴۰,۵	فقط به اینترنت خونه وصل میشم
۵۵,۶	از اینترنت گوشی وصل میشم
۳,۹	هر دو
۱۰۰	جمع

از بچه‌ها در مورد منبع اینترنت پرسیده شد. ۵۵ درصد از اینترنت گوشی استفاده می‌کنند، ۴۰ درصد به اینترنت منزل وصل میشوند و چهار درصد نیز از هر دو روشها استفاده می‌کنند. استفاده از اینترنت منزل در شهرهای عمده شش درصد بیشتر از باقی شهرها است.

نمودار شماره ۱-۲۵. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب منبع اینترنت



با افزایش سن والدین ، از میزان استفاده از اینترنت گوشی کاسته می شود و بر میزان استفاده از اینترنت منزل افزوده می شود.

کل نمونه	گروه های سنی				
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۴,۷	۵,۵	۴۳,۰	۲۸,۴	فقط به اینترنت خونه وصل میشم	اینترنت رو از کجا میاری؟
۵۵,۴	۴۲,۷	۵۴,۷	۶۶,۰	از اینترنت گوشی استفاده میکنم	
۳,۹	۶,۸	۲,۲	۵,۷	هر دو	
۱,۰	۱,۰	۱,۰	۱,۰	جمع	
۱۹,۵۷۹				مقدار خی دو	
۰,۱۳۲				ضریب کرامر	
۰,۰۰۱				سطح معناداری	

فرزندان والدین دانشگاهی به میزان بیشتری از اینترنت منزل استفاده می کنند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۴,۷	۵۴,۰	۳۴,۰	فقط به اینترنت خونه وصل میشم	اینترنت رو از کجا میاری؟
۵۵,۴	۴۲,۳	۶۲,۰	از اینترنت گوشی استفاده میکنم	
۳,۹	۳,۷	۴,۰	هر دو	
۱,۰	۱,۰	۱,۰	جمع	
۲۱,۰۵۱			مقدار خی دو	
۰,۱۹۳			ضریب کرامر	
۰,۰۰۰			سطح معناداری	

۱-۲۶. نگرانی‌های استفاده از وسایل الکترونیکی (موبایل یا تبلت)



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نگرانی	درصد	نگرانی	درصد	نگرانی
۵۰٫۷	ممکنه برای سلامتی اش مضر باشد (اشعه داشته باشد، چشماش ضعیف شود)	۵۵٫۵	ممکنه برای سلامتی اش مضر باشد (اشعه داشته باشد، چشماش ضعیف شود)	۵۲٫۴	ممکنه برای سلامتی اش مضر باشد (اشعه داشته باشد، چشماش ضعیف شود)
۵۲٫۲	از درسش باز می‌مونه	۵۵٫۵	از درسش باز می‌مونه	۵۳٫۳	از درسش باز می‌مونه
۲۱٫۹	اعتیاد آورده	۲۳٫۵	اعتیاد آورده	۲۲٫۵	اعتیاد آورده
۲۰٫۱	منزوی می‌شود و مهارت‌های اجتماعی رو یاد نمی‌گیرد	۲۴٫۸	منزوی می‌شود و مهارت‌های اجتماعی رو یاد نمی‌گیرد	۲۱٫۸	منزوی می‌شود و مهارت‌های اجتماعی رو یاد نمی‌گیرد
۱۱٫۳	بازی های خشن داره	۱۳٫۹	بازی های خشن داره	۱۲٫۲	بازی های خشن داره
۱۶٫۹	ممکنه با غریبه‌هایی تماس بگیره که مشکل آفرین باشه	۱۷٫۷	ممکنه با غریبه‌هایی تماس بگیره که مشکل آفرین باشه	۱۷٫۲	ممکنه با غریبه‌هایی تماس بگیره که مشکل آفرین باشه
۱۴	نگرانی ای ندارم	۱۲٫۶	نگرانی ای ندارم	۱۳٫۵	نگرانی ای ندارم

نیمی از پاسخگویان از زینهای استفاده از وسایل الکترونیکی برای سلامتی بچه‌ها و همچنین احتمال بازماندن بچه‌ها از درسشان نگران هستند. سایر موارد درصدهای پایینتری داشته است و تنها ۱۳٫۵ درصد از افراد اظهار کردند که نگرانی ای ندارند.

جدول شماره ۱-۲۶. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نگرانی‌های استفاده از وسایل الکترونیکی



نمودار شماره ۱-۲۶. نمایش پاسخگویان بر حسب نگرانی‌های استفاده از وسایل الکترونیکی

مادرها بیشتر از پدرها نگران درس فرزندان شان هستند.

کل نمونه	نسبت پاسخگو با کودک			
	مادر	پدر		
۴۶,۷	۴۳,۹	۵۵,۶	خیر	از درسش باز می‌مونه
۵۳,۳	۵۶,۱	۴۴,۴	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۸,۶۶۶			مقدار خی دو	
۰,۱۰۰			ضریب فی	
۰,۰۰۳			سطح معناداری	

درصد کسانی که نگرانی ندارند در پدرها بیشتر از مادرها است.

کل نمونه	نسبت پاسخگو با کودک			
	مادر	پدر		
۸۶,۵	۸۷,۹	۸۲,۱	خیر	نگرانی‌ای ندارم
۱۳,۵	۱۲,۱	۱۷,۹	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۴,۴۳۳			مقدار خی دو	
۰,۰۷۲			ضریب فی	
۰,۰۳۵			سطح معناداری	

در خصوص آسیب‌های بازی‌های خشن، والدین دهه شصتی نگرانی بیشتری نسبت به والدین دهه پنجاهی داشته‌اند.

کل نمونه	گروه های سنی			
	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۸۷,۸	۸۹,۴	۸۴,۱	خیر	بازی های خشن داره
۱۲,۲	۱,۶	۱۵,۹	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۳,۹۳۳			مقدار خی دو	
۰,۰۷۵			ضریب فی	
۰,۰۴۷			سطح معناداری	

درخصوص احتمال انزوا و اجتماعی نشدن بچه‌ها در اثر استفاده از وسائل الکترونیکی، والدین دانشگاهی نگرانی بیشتری دارند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۷۸,۰	۷۲,۱	۸۰,۵	خیر	منزوی می‌شه و مهارت‌های اجتماعی رو یاد نمی‌گیره
۲۲,۰	۲۷,۹	۱۹,۵	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۷,۲۲۴			مقدار خی دو	
۰,۰۹۲			ضریب فی	
۰,۰۰۷			سطح معناداری	

۱-۲۷. نگرانی‌های استفاده از اینترنت



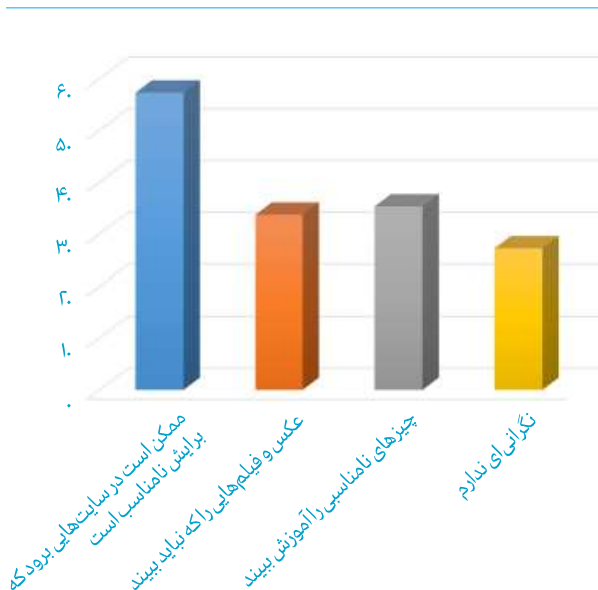
باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نگرانی	درصد	نگرانی	درصد	نگرانی
۵۹	ممکنه تو سایت‌هایی که براش نامناسب باشه بره	۵۴,۳	ممکنه تو سایت‌هایی که براش نامناسب باشه بره	۵۷,۳	ممکنه تو سایت‌هایی که براش نامناسب باشه بره
۳۵,۱	عکس‌ها یا فیلم‌هایی را ببینه که نباید	۳۱,۱	عکس‌ها یا فیلم‌هایی را ببینه که نباید	۳۳,۷	عکس‌ها یا فیلم‌هایی را ببینه که نباید
۳۵,۳	چیزای نامناسبی رو آموزش ببینه	۳۵,۴	چیزای نامناسبی رو آموزش ببینه	۳۵,۳	چیزای نامناسبی رو آموزش ببینه
۲۴,۷	نگرانی ای ندارم	۳۱,۸	نگرانی ای ندارم	۲۷,۲	نگرانی ای ندارم

در ادامه از والدین پرسیده شد که «در مورد اینترنت چی؟ اگر به اینترنت وصل شه دلهره‌ای ندارید؟». نگرانی از رفتن بچه‌ها به سایت‌های نامناسب بیشترین میزان را داشته است و دیدن عکس‌ها و فیلم‌های نامناسب و یادگرفتن چیزهای نامناسب، پس از آن قرار گرفته است. در مجموع میزان نگرانی‌ها در باقی شهرها بیش از شهرهای عمده است.

جدول شماره ۱-۲۷. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نگرانی‌های استفاده از اینترنت



کل کشور



نمودار شماره ۱-۲۷. نمایش پاسخگویان بر حسب نگرانی‌های استفاده از اینترنت

نگرانی از دیدن عکس‌ها و فیلم‌های نامناسب در استفاده از اینترنت توسط فرزندان، در مادرها بیش از پدرها است.

کل نمونه	نسبت پاسخگو با کودک			
	مادر	پدر		
۶۴,۳	۶۴,۴	۷۲,۶	خیر	عکس‌ها یا فیلم‌هایی را ببینید که نباید
۳۳,۷	۳۵,۶	۲۷,۴	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۴,۴۸۶			مقدار خی دو	
۰,۰۷۳			ضریب فی	
۰,۰۳۴			سطح معناداری	

نگرانی از آموزش‌های نامناسب و نیز رفتن بچه‌ها به سایت‌های نامناسب، با افزایش سن والدین کاهش پیدا می‌کند و در مقابل میزان «نگرانی نداشتن» افزایش می‌یابد.

جمع	گروه‌های سنی				
	۲۵ تا ۳۵ سال	۴۴ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال		
۶۴,۳	۶۷,۴	۶۴,۶	۵۷,۰	خیر	چیزای نامناسبی رو آموزش ببینید
۳۵,۷	۳۲,۶	۳۳,۴	۴۳,۰	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۶,۴۶۷				مقدار خی دو	
۰,۰۸۹				ضریب کرامر	
۰,۰۳۹				سطح معناداری	

کل نمونه	گروه های سنی				
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۴۲,۹	۵۲,۱	۴۲,۱	۳۸,۲	خیر	ممکنه تو سایت هایی که براش نامناسب باشه بره
۵۷,۱	۴۷,۹	۵۷,۹	۶۱,۸	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۶,۹۶۸				مقدار خی دو	
۰,۰۹۲				ضریب کرامر	
۰,۰۳۱				سطح معناداری	

کل نمونه	گروه های سنی				
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۷۳,۰	۶۳,۲	۷۳,۰	۷۹,۷	خیر	نگرانی ای ندارم
۲۷,۰	۳۶,۸	۲۷,۰	۲۰,۳	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۱۱,۷۴۲				مقدار خی دو	
۰,۱۲۰				ضریب کرامر	
۰,۰۰۳				سطح معناداری	

۱-۲۸. مواردی از احساس عدم کنترل بر فرزند



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	موارد احساس عدم کنترل	درصد	موارد احساس عدم کنترل	درصد	موارد احساس عدم کنترل
۶۳,۱	نه	۶۵,۴	نه	۶۳,۹	نه
۱۶,۴	بچه‌ام از من بیش‌تر می‌دونه	۱۷,۳	بچه‌ام از من بیش‌تر می‌دونه	۱۶,۸	بچه‌ام از من بیش‌تر می‌دونه
۱۰,۳	نمی‌تونم مستقیم برم بالا سرش	۱۰,۱	نمی‌تونم مستقیم برم بالا سرش	۱۰,۳	نمی‌تونم مستقیم برم بالا سرش
۱۱,۷	اگه با دوستاش باشه، و اینترنت هم داشته باشه من نمی‌تونم کنترلش کنم	۷,۲	اگه با دوستاش باشه، و اینترنت هم داشته باشه من نمی‌تونم کنترلش کنم	۱۰,۱	اگه با دوستاش باشه، و اینترنت هم داشته باشه من نمی‌تونم کنترلش کنم
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

از والدین پرسیده شد که «پیش اومده که فکر کنید نمی‌تونید استفاده از اینترنتِ بچه‌تون رو کنترل کنید؟». و اگر پاسخشان به این پرسش «بله» بود، از علت آن پرسش شد. ۶۳,۹ درصد پاسخ دادند که تا به حال با مشکل عدم کنترل بر فرزندشان در استفاده از اینترنت مواجه نبوده‌اند. ۱۶,۸ درصد علت احساس عدم کنترل را این عنوان کرده‌اند که بچه‌شان بیشتر از آنها میدانند، ۱۰,۳ درصد گفته‌اند که نمی‌توانند مستقیم بالای سر فرزندشان بروند و ۱۰,۱ درصد نیز عدم کنترل خود را در مواقعی ذکر کرده‌اند که فرزندشان با دوستانش باشد و از اینترنت استفاده کند.

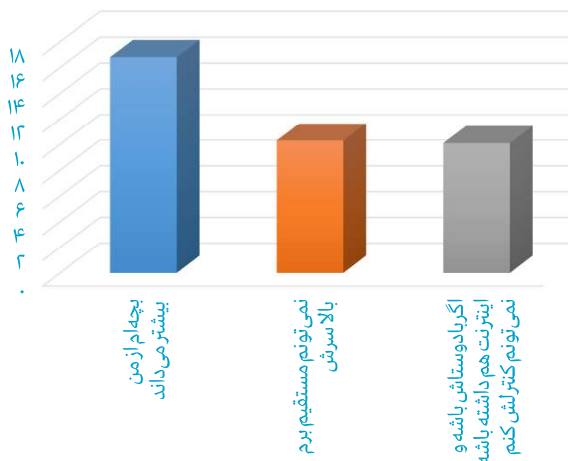
جدول شماره ۱-۲۸. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب احساس عدم کنترل بر فرزند



شهرهای عمده



باقی شهرها



نمودار شماره ۱-۲۸. نمایش پاسخگویان بر حسب احساس عدم کنترل بر فرزند کل کشور

میزان نگرانی والدین از استفاده فرزندشان از اینترنت در زمانی که با دوستانش در حال استفاده از اینترنت است، با افزایش سن والدین کاهش می‌یابد. سایر مشخصه‌های مربوط به والدین، ارتباطی با موارد نگرانی نداشته است.

کل نمونه	گروه های سنی				
	۱۴ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۹۰,۳	۹۷,۱	۸۹,۳	۸۷,۶	خیر	آگه با دوستاش باشه و اینترنت هم داشته باشه من نمی‌تونم کنترلش کنم
۹,۷	۲,۹	۱۰,۷	۱۲,۴	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۷,۲۰۵				مقدار خی دو	
۰,۱۱۲				ضریب کرامر	
۰,۰۲۷				سطح معناداری	

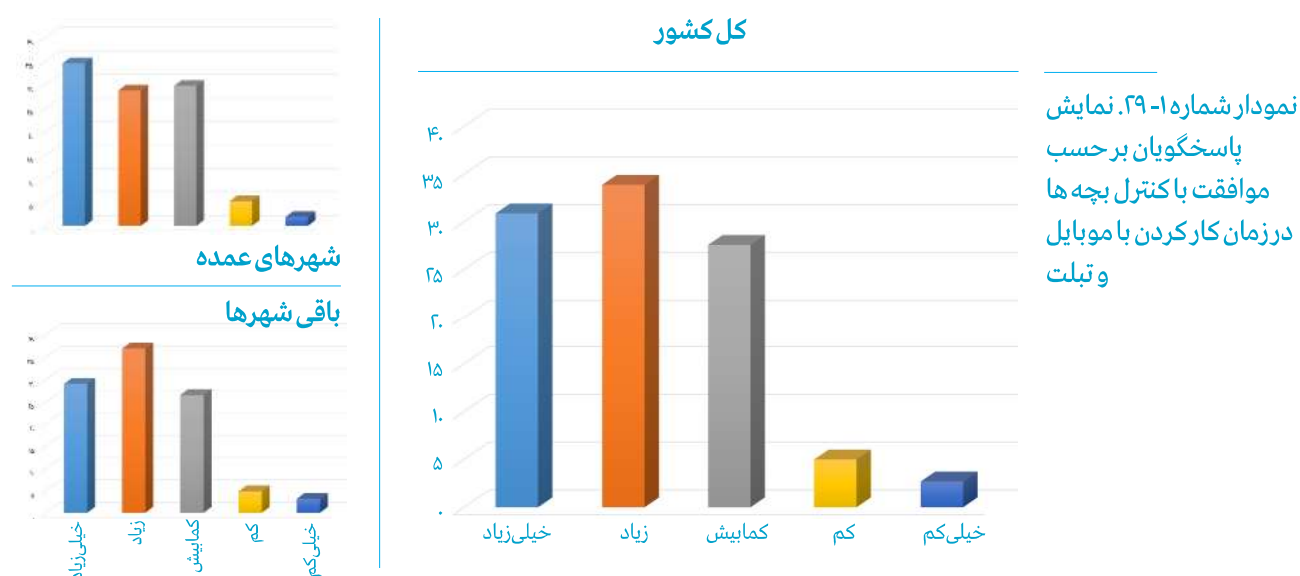
۱-۲۹. میزان موافقت با کنترل بچه‌ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	موافقت با کنترل	درصد	موافقت با کنترل	درصد	موافقت با کنترل
۲۸,۹	خیلی زیاد	۳۴,۵	خیلی زیاد	۳۰,۹	خیلی زیاد
۳۴,۸	زیاد	۲۸,۷	زیاد	۳۳,۹	زیاد
۲۶,۴	کمابیش	۲۹,۷	کمابیش	۲۷,۶	کمابیش
۴,۸	کم	۵,۲	کم	۵	کم
۳,۱	خیلی کم	۱,۹	خیلی کم	۲,۷	خیلی کم
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰,۱	جمع

جدول شماره ۱-۲۹. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب موافقت با کنترل بچه‌ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت

از والدین پرسیده شد «بعضی پدرمادرها فکر میکنند وقتی بچه‌ها با موبایل کار می‌کنن باید کنترلشون کرد. شما چقدر با این جور پدر و مادرها موافقید؟» بیش از شصت درصد از پاسخگویان اظهار کردند که به میزان زیاد و بسیار زیادی موافق کنترل بچه‌ها در زمان کار با موبایل و تبلت هستند.



میزان تمایل به کنترل کردن فرزندان، در مادرها بیش از پدرها است. سایر مشخصه‌های والدین تفاوت معناداری در نتایج ایجاد نمی‌کند.

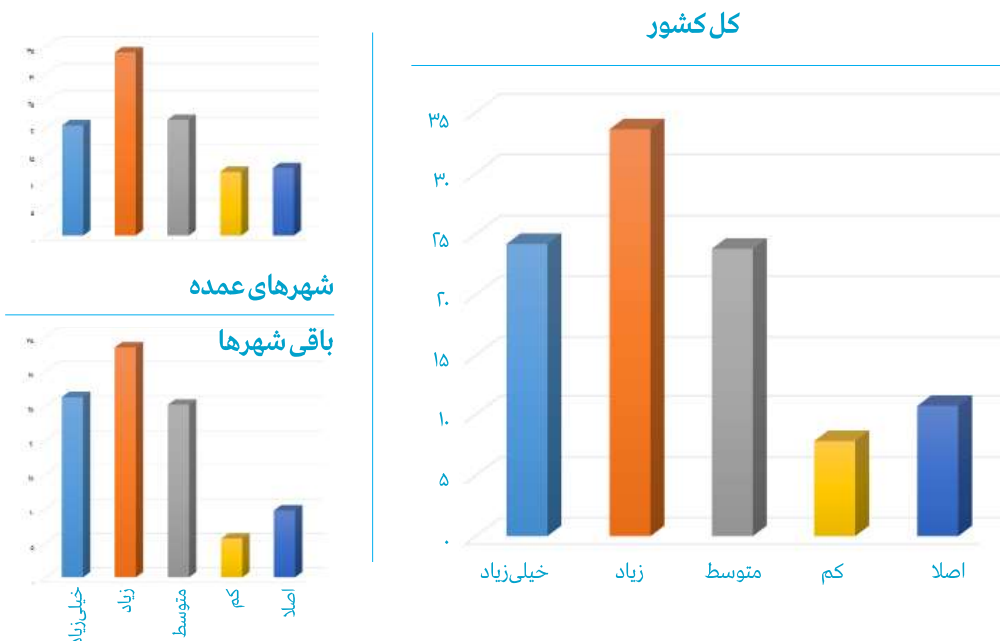
کل نمونه	نسبت پاسخگو با کودک			
	مادر	پدر		
۳۰٫۹	۳۱٫۵	۲۹٫۰	خیلی زیاد	بعضی پدرمادرها فکر می‌کنن وقتی بچه‌ها با موبایل کار می‌کنن باید کنترلشون کرد. شما چقدر با این جور پدر و مادرها موافقید؟
۳۳٫۹	۳۴٫۵	۳۱٫۹	زیاد	
۲۷٫۶	۲۶٫۵	۳۰٫۹	کمابیش	
۵٫۰	۵٫۶	۲٫۹	کم	
۲٫۷	۱٫۸	۵٫۳	خیلی کم	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۱۱٫۳۵۲		مقدار خی دو	
	۰٫۱۱۴		ضریب کرامر	
	۰٫۰۲۳		سطح معناداری	

۳-۱- تأثیر استفاده از سیم کارت کودکان بر رفع نگرانی

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	تأثیر بر رفع نگرانی	درصد	تأثیر بر رفع نگرانی	درصد	تأثیر بر رفع نگرانی
۲۴,۲	خیلی زیاد	۲۰,۴	خیلی زیاد	۲۴,۲	خیلی زیاد
۳۳,۴	زیاد	۳۳,۹	زیاد	۳۳,۶	زیاد
۲۵,۱	متوسط	۲۱,۴	متوسط	۲۳,۷	متوسط
۵,۶	کم	۱۱,۸	کم	۷,۸	کم
۹,۷	اصلا	۱۲,۵	اصلا	۱۰,۷	اصلا
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تأثیر استفاده از سیم کارت کودکان بر رفع نگرانی

از والدین پرسیده شد «اگه سیم کارتی باشه که در اون شما بتونین کنترل کنین که بچه ها باکی تماس تلفنی یا پیامکی داشته باشن، یا اینترنت داشته باشن یا نه چقدر نگرانی شما رورفع می کنه؟». حدود شصت درصد در کل کشور، گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب کرده اند. این درصد در باقی شهرها شش درصد بیش از شهرهای عمده است. ۱۰,۷ درصد گفته اند که استفاده از این سیم کارت، هیچ تأثیری بر نگرانیشان ندارد.



نمودار شماره ۱-۳. نمایش پاسخگویان بر حسب تأثیر استفاده از سیم کارت کودکان بر رفع نگرانی

تأثیر سیم‌کارت مخصوص کودکان بر رفع نگرانی، در مادرها بیش از پدرها است.

کل نمونه	نسبت پاسخگو با کودک			
	مادر	پدر		
۲۴,۲	۲۵,۴	۲۰,۱	خیلی زیاد	اگه سیم‌کارتی باشه که در اون شما بتونین کنترل کنین که بچه‌ها با کی تماس تلفنی یا پیامکی داشته باشند، یا اینترنت داشته باشند یا نه چقدر نگرانی شما رو رفع می‌کنه؟
۳۳,۶	۳۴,۴	۳۰,۹	زیاد	
۲۳,۸	۲۲,۵	۲۷,۹	متوسط	
۷,۸	۸,۴	۵,۹	کم	
۱۰,۷	۹,۳	۱۵,۲	اصلا	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۱۰,۶۴۵		مقدار خی دو	
	۰,۱۱۱		ضریب کرامر	
	۰,۰۳۱		سطح معناداری	

میزان تأثیر سیم‌کارت کودکان بر رفع نگرانی والدین، با افزایش سن والدین کاهش می‌یابد.

کل نمونه	گروه‌های سنی				
	۴۴ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۲۴,۵	۱۹,۲	۲۲,۷	۳۲,۱	خیلی زیاد	اگه سیم‌کارتی باشه که در اون شما بتونین کنترل کنین که بچه‌ها با کی تماس تلفنی یا پیامکی داشته باشند، یا اینترنت داشته باشند یا نه چقدر نگرانی شما رو رفع می‌کنه؟
۳۳,۳	۲۸,۱	۳۴,۸	۳۳,۵	زیاد	
۲۴,۳	۳۲,۹	۲۴,۲	۱۸,۶	متوسط	
۷,۵	۴,۸	۸,۵	۷,۰	کم	
۱۰,۵	۱۵,۱	۹,۸	۸,۸	اصلا	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۲۲,۱۱۰		مقدار خی دو		
	۰,۱۱۵		ضریب کرامر		
	۰,۰۰۵		سطح معناداری		

۱-۳۱. تمایل به تهیه موبایل مخصوص کودکان

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	تمایل به خرید	درصد	تمایل به خرید	درصد	تمایل به خرید
۴۴,۱	حتماً می خرم	۲۹,۵	حتماً می خرم	۳۸,۹	حتماً می خرم
۳۳,۸	شاید بخرم	۳۹,۳	شاید بخرم	۳۵,۸	شاید بخرم
۹,۹	نمی دانم	۸,۸	نمی دانم	۹,۵	نمی دانم
۵	فکر نکنم بخرم	۵,۸	فکر نکنم بخرم	۵,۳	فکر نکنم بخرم
۷,۲	نمی خرم	۱۶,۶	نمی خرم	۱۰,۵	نمی خرم
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۳۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تمایل به تهیه موبایل مخصوص کودکان

در این بخش پرسیده شد «اگه موبایلی هم باشه که علاوه بر سیم کارتی گفتیم، اشعه مضر نداشته باشه و یک سری برنامه های آموزشی سالانه مخصوص کودکان داشته باشه چقدر ممکنه این موبایل رو بخرید؟». نزدیک به چهل درصد از والدین گفتند که موبایل مخصوص کودکان را حتماً خریداری می کنند. این درصد در باقی شهرها چهارده درصد بیش از شهرهای عمده است. ۳۵,۸ درصد گفتند که شاید بخرند. در اینجا درصد والدین در شهرهای عمده پنج درصد بیش از باقی شهرها است. ویژگیهای والدین از قبیل سن، تحصیلات و نسبت با فرزند (پدر یا مادر بودن) تفاوت معناداری در نتایج ایجاد نمی کند.



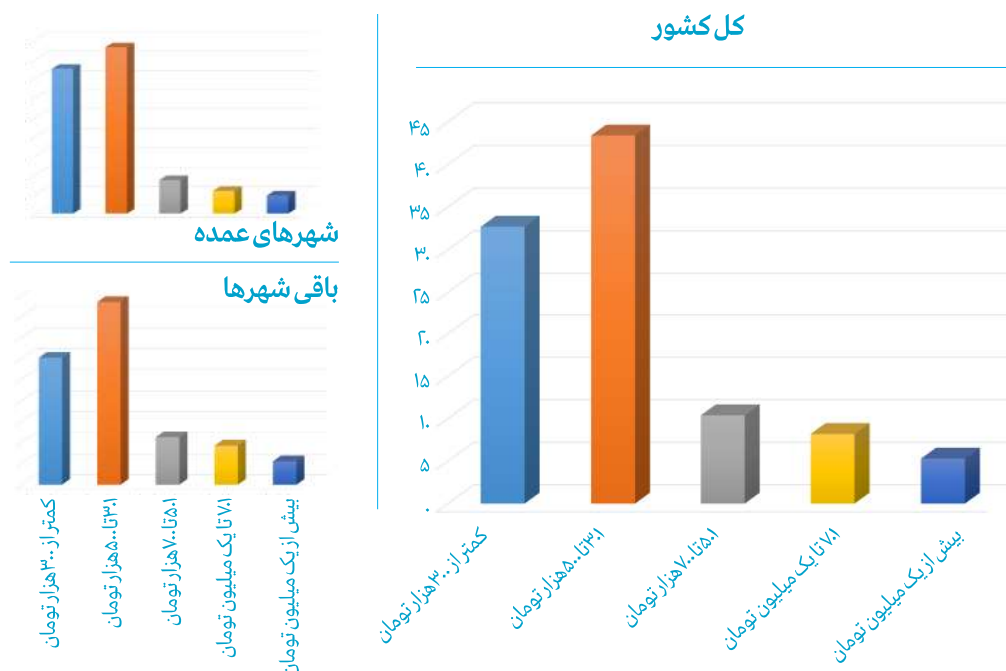
نمودار شماره ۱-۳۱. نمایش پاسخگویان بر حسب تمایل به تهیه موبایل مخصوص کودکان

۱-۳۲. میزان هزینه برای تهیه موبایل مخصوص کودکان

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	قیمتی که حاضرند بپردازند	درصد	قیمتی که حاضرند بپردازند	درصد	قیمتی که حاضرند بپردازند
۳,۲	کمتر از ۳۰۰ هزار تومان	۳۷,۵	کمتر از ۳۰۰ هزار تومان	۳۲,۷	کمتر از ۳۰۰ هزار تومان
۴۳,۵	۳۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان	۴۳,۱	۳۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان	۴۳,۴	۳۰۱ تا ۵۰۰ هزار تومان
۱۱,۳	۵۰۱ تا ۷۰۰ هزار تومان	۸,۷	۵۰۱ تا ۷۰۰ هزار تومان	۱۰,۴	۵۰۱ تا ۷۰۰ هزار تومان
۹,۳	۷۰۱ تا یک میلیون تومان	۵,۹	۷۰۱ تا یک میلیون تومان	۸,۲	۷۰۱ تا یک میلیون تومان
۵,۶	بیش از یک میلیون تومان	۴,۷	بیش از یک میلیون تومان	۵,۳	بیش از یک میلیون تومان
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۳۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان هزینه برای تهیه موبایل مخصوص کودکان

از والدین پرسیده شد «تا چه قدر حاضرید برای همچین موبایلی پول بدید؟». ۳۲,۷ درصد کمتر از سیصد هزار تومان، ۴۳,۴ درصد بین سیصد تا پانصد هزار تومان، ۱۰,۴ درصد پانصد تا هفتصد هزار تومان، ۸,۲ درصد هفتصد هزار تومان تا یک میلیون تومان و ۵,۳ درصد بیش از یک میلیون تومان حاضرند برای تهیه موبایل مخصوص کودکان هزینه کنند. والدین دانشگاهی حاضرند مبلغ بیشتری برای تهیه موبایل مخصوص کودکان بپردازند.



نمودار شماره ۱-۳۲. نمایش پاسخگویان بر حسب میزان هزینه برای تهیه موبایل مخصوص کودکان

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیردانشگاهی		
۳۲,۷	۲۱,۶	۳۷,۳	کمتر از ۳۰۰ هزار تومان	تا چقدر حاضرید برای همچنین موبایلی پول بدهید؟
۴۳,۲	۳۸,۷	۴۵,۱	۳۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان	
۲۴,۱	۳۹,۶	۱۷,۶	۵۰۰ تا ۷۰۰ هزار تومان	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۴۴,۶۴۷			مقدار خی دو	
۰,۲۴۴			ضریب کرامر	
۰,۰۰۰			سطح معناداری	

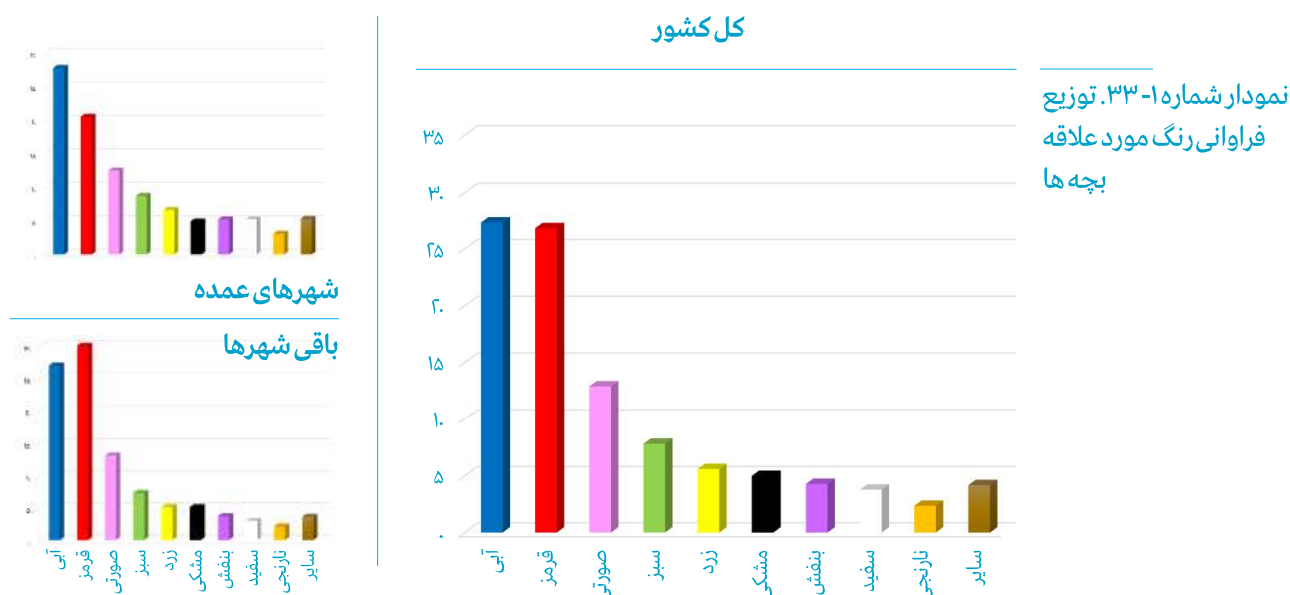
۱-۳۳. رنگ مورد علاقه بچه ها



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	رنگ مورد علاقه	درصد	رنگ مورد علاقه	درصد	رنگ مورد علاقه
۲۷	آبی	۲۷,۸	آبی	۲۷,۳	آبی
۳۰,۱	قرمز	۲۰,۵	قرمز	۲۶,۸	قرمز
۱۳,۱	صورتی	۱۲,۵	صورتی	۱۲,۹	صورتی
۷,۳	سبز	۸,۷	سبز	۷,۸	سبز
۵,۱	زرد	۶,۶	زرد	۵,۶	زرد
۵,۱	مشکی	۴,۹	مشکی	۵	مشکی
۳,۷	بنفش	۵,۲	بنفش	۴,۳	بنفش
۳	سفید	۵,۲	سفید	۳,۸	سفید
۲,۱	نارنجی	۳,۱	نارنجی	۲,۴	نارنجی
۳,۶	سایر	۵,۳	سایر	۴,۲	سایر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۳۳. توزیع فراوانی رنگ مورد علاقه بچه ها

بیشترین رنگ مورد علاقه بچه‌ها در کل کشور آبی است، بهجز در باقی شهرها که بیشترین فراوانی را رنگ قرمز به دست آورده است. رنگ آبی و قرمز در رده‌های اول و دوم قرار گرفته‌اند و پس از آنها، رنگ‌های صورتی و سبز قرار داشته است.

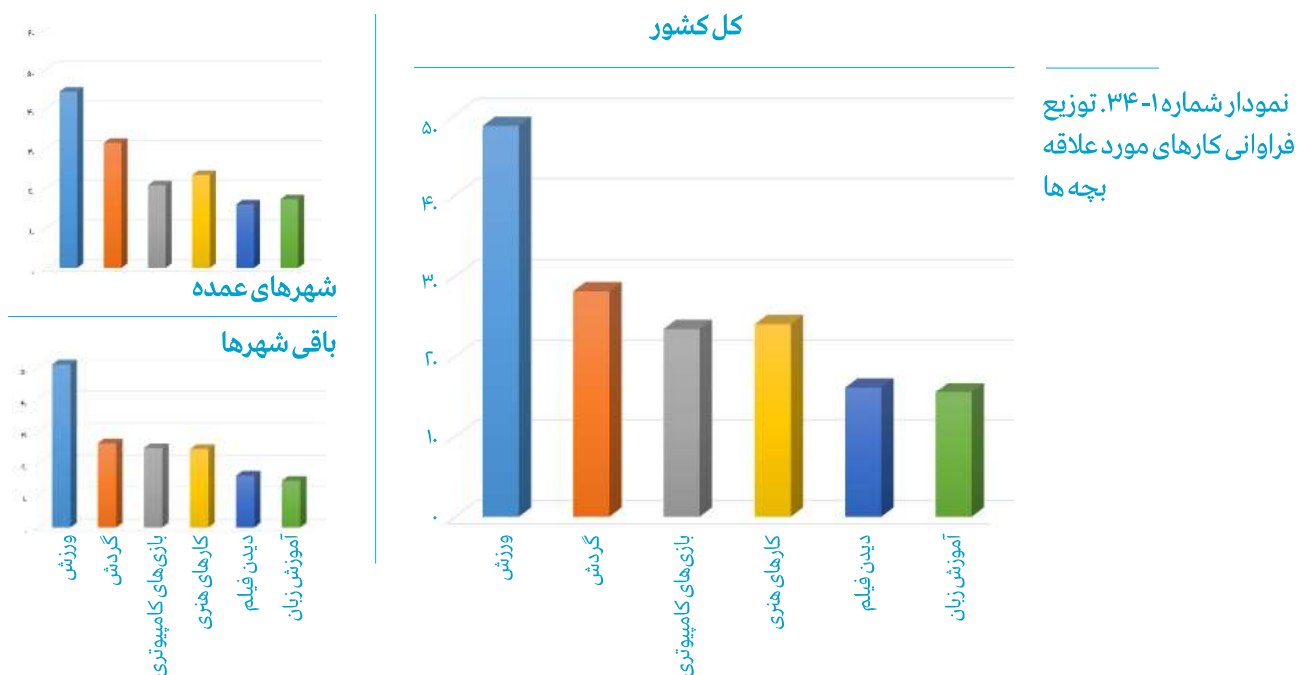


۱-۳۴. کارهای مورد علاقه بچه‌ها

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	کارهای مورد علاقه	درصد	کارهای مورد علاقه	درصد	کارهای مورد علاقه
۵۰,۹	ورزش	۴۴,۳	ورزش	۴۸,۶	ورزش
۲۶,۳	گردش	۳۱,۴	گردش	۲۸,۱	گردش
۲۴,۸	بازی کامپیوتری	۲۰,۷	بازی کامپیوتری	۲۳,۴	بازی کامپیوتری
۲۴,۵	کارهای هنری	۲۳,۳	کارهای هنری	۲۴	کارهای هنری
۱۶,۲	دیدن فیلم	۱۵,۹	دیدن فیلم	۱۶,۱	دیدن فیلم
۱۴,۶	آموزش زبان	۱۷,۲	آموزش زبان	۱۵,۵	آموزش زبان

جدول شماره ۱-۳۴. توزیع فراوانی کارهای مورد علاقه بچه‌ها

از بچه‌ها پرسیده شد که «چه کارهایی رو بیشتر دوست داری انجام بدی؟». ۴۸,۶ درصد ورزش را انتخاب کردند. این درصد در شهرهای عمده ۴۴,۳ درصد و در باقی شهرها ۵۰,۹ درصد بوده است. گردش، کارهای هنری، بازی کامپیوتری، دیدن فیلم و یادگیری زبان در مراتب بعدی قرار گرفته است.



فرزندان والدین دانشگاهی علاقه بیشتری به گردش، یادگیری زبان و بازی‌های کامپیوتری دارند.

سطح معناداری	ضریب فی	مقدار خی دو	جمع پاسخ‌های «بله»	وضعیت تحصیلات		روشها
				دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۰,۰۰۱	۰,۱۱۴	۱۱,۱۲۴	۲۸,۱	۳۶,۰	۲۴,۸	گردش
۰,۰۰۱	۰,۱۰۹	۱۰,۲۶۷	۱۵,۶	۲۱,۷	۱۳,۰	آموزش زبان
۰,۰۳۷	۰,۰۷۱	۴,۳۵۲	۲۳,۴	۲۸,۱	۲۱,۵	بازی کامپیوتری

۱-۳۵. محتوای مناسب برای بچه‌ها



جدول شماره ۱-۳۵. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محتوای مناسب برای بچه‌ها

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	محتوای مناسب	درصد	محتوای مناسب	درصد	محتوای مناسب
۶۳	مطالب آموزشی مرتبط با مدرسه	۵۵,۳	مطالب آموزشی مرتبط با مدرسه	۶۰,۳	مطالب آموزشی مرتبط با مدرسه
۴۹,۸	بازی های فکری	۴۸,۵	بازی های فکری	۴۹,۴	بازی های فکری
۳۶,۴	مطالب آموزشی در باره مهارت‌های ارتباطی	۳۲,۷	مطالب آموزشی در باره مهارت‌های ارتباطی	۳۵,۱	مطالب آموزشی در باره مهارت‌های ارتباطی
۱۸,۳	ویدیو های مناسب سن	۱۷,۲	ویدیو های مناسب سن	۱۷,۹	ویدیو های مناسب سن
۱۴,۷	برنامه‌های ارتباط با سایر دانش آموزان	۱۸,۴	برنامه‌های ارتباط با سایر دانش آموزان	۱۶	برنامه‌های ارتباط با سایر دانش آموزان
۱۱,۲	موسیقی های مناسب	۱۷,۵	موسیقی های مناسب	۱۳,۵	موسیقی های مناسب

از والدین پرسیده شد که «فکر می‌کنید چه جور چیزایی برای بچه‌ها مناسبه که بتونن با موبایل ازش استفاده کنن؟». مطالب آموزشی مرتبط با مدرسه در جایگاه اول قرار گرفت. پس از آن بازی‌های فکری، مطالب آموزشی درباره مهارت‌های ارتباطی، ویدئوهای مناسب سن، برنامه‌های ارتباط با سایر دانش‌آموزان و در آخر موسیقی‌های مناسب قرار گرفت.



نمودار شماره ۱-۳۵. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محتوای مناسب برای بچه‌ها

والدین دهه چهلی بیشتر اعتقاد به مناسب بودن موسیقی به عنوان محتوای موبایل کودکان دارند. کمترین اعتقاد به این موضوع نیز در والدین دهه شصتی وجود دارد.

کل نمونه	گروه های سنی				
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۸۴,۴	۸۱,۵	۸۴,۸	۹۳,۵	خیر	موسیقی های مناسب
۱۳,۶	۱۸,۵	۱۵,۲	۶,۵	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۱۳,۱۵۴				مقدار خی دو	
۰,۱۲۵				ضریب کرامر	
۰,۰۰۱				سطح معناداری	

والدین دهه پنجاهی بیشتر اعتقاد به مناسب بودن بازی های فکری به عنوان محتوای موبایل کودکان دارند. کمترین اعتقاد به این موضوع نیز در والدین دهه چهلی وجود دارد.

کل نمونه	گروه های سنی				
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۵۰,۷	۶۰,۳	۴۵,۷	۵۵,۱	خیر	بازی های فکری
۴۹,۳	۳۹,۷	۵۴,۳	۴۴,۹	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۱۱,۷۹۳				مقدار خی دو	
۰,۱۱۹				ضریب کرامر	
۰,۰۰۳				سطح معناداری	

والدین دانشگاهی اعتقاد بیشتری به مناسب بودن موسیقی، مطالب آموزشی مرتبط با مهارت‌های ارتباطی و ویدئوهای مناسب سن کودکان به عنوان محتوای موبایل آنها دارند.

سطح معناداری	ضریب فی	مقدار خی دو	جمع پاسخ‌های «بله»	وضعیت تحصیلات		روشها
				دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۰,۰۲۷	۰,۰۷۶	۴,۹۰۰	۱۳,۶	۱۷,۶	۱۱,۹	موسیقی های مناسب
۰,۰۱۰	۰,۰۸۸	۶,۵۷۹	۳۵,۱	۴۱,۶	۳۲,۴	مطالب آموزشی در باره ی مهارت های ارتباطی
۰,۰۲۷	۰,۰۷۶	۴,۸۸۱	۱۷,۹	۲۲,۴	۱۶,۰	ویدئو های مناسب سن

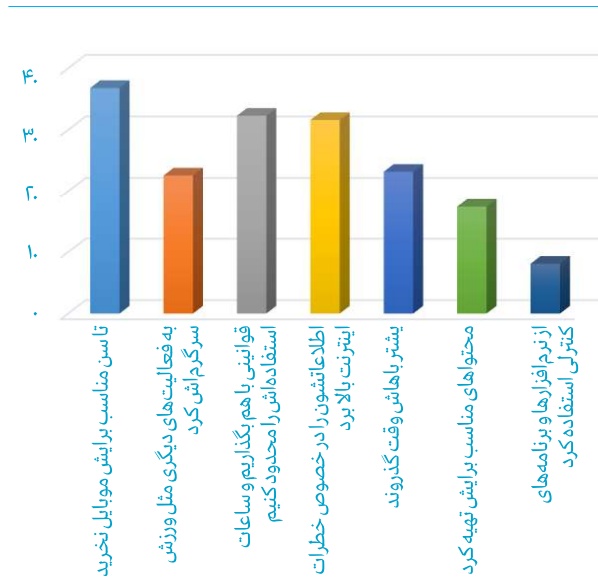
۱-۳۶. روش های کنترل بچه ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	روشهای کنترل	درصد	روشهای کنترل	درصد	روشهای کنترل
۳۰,۹	تا سن مناسب برایش موبایل نخرید	۳۶,۸	تا سن مناسب برایش موبایل نخرید	۳۳	تا سن مناسب برایش موبایل نخرید
۳۰,۶	اطلاعاتشون رو در مورد خطرات اینترنت بالا برد	۳۱,۶	اطلاعاتشون رو در مورد خطرات اینترنت بالا برد	۳۰,۹	اطلاعاتشون رو در مورد خطرات اینترنت بالا برد
۳۴,۹	به فعالیت‌های دیگری مثل ورزش سرگرم کرد	۲۲,۶	به فعالیت‌های دیگری مثل ورزش سرگرم کرد	۳۰,۵	به فعالیت‌های دیگری مثل ورزش سرگرم کرد
۲۸,۴	قوانینی با هم بگذاریم و ساعات استفاده را محدود کنیم	۳۲,۳	قوانینی با هم بگذاریم و ساعات استفاده را محدود کنیم	۲۹,۸	قوانینی با هم بگذاریم و ساعات استفاده را محدود کنیم
۲۴,۸	بیشتر باهاش وقت گذروند	۲۳,۲	بیشتر باهاش وقت گذروند	۲۴,۲	بیشتر باهاش وقت گذروند
۱۶,۴	محتوای مناسب برایش تهیه کرد	۱۷,۴	محتوای مناسب برایش تهیه کرد	۱۶,۷	محتوای مناسب برایش تهیه کرد
۹,۷	از نرم افزارها و برنامه‌های کنترلی استفاده کرد	۸,۱	از نرم افزارها و برنامه‌های کنترلی استفاده کرد	۹,۱	از نرم افزارها و برنامه‌های کنترلی استفاده کرد

از والدین پرسیده شد «به نظرتون چطوری میشه بچه‌ها رو کنترل کرد؟». ۳۳ درصد گفتند که تا سن مناسب برایش موبایل نخرید. ۳۰,۹ درصد به بالا بردن اطلاعات بچه از خطرات اینترنت، ۳۰,۵ درصد به سرگرمی‌ها و ورزش، ۲۹,۸ درصد به قانون گذاشتن و محدود کردن ساعات استفاده، ۲۴,۲ درصد به بیشتر وقت گذراندن با او و ۱۶,۷ درصد به تهیه محتوای مناسب اشاره کرده‌اند. استفاده از نرم افزارها و برنامه‌های کنترلی تنها ۹,۱ درصد فراوانی داشته است.

جدول شماره ۱-۳۶. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب روش‌های کنترل بچه‌ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت

کل کشور



نمودار شماره ۱-۳۶. نمایش پاسخگویان بر حسب روش‌های کنترل بچه‌ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت

شهرهای عمده



باقی شهرها



تا سن مناسب برایش موبایل نخرید
به فعالیت‌های دیگری مثل ورزش سرگرم‌اش کرد
قوانین با هم بگذاریم و ساعات استفاده‌اش را محدود کنیم
اطلاعاتشون را در خصوص خطرات اینترنت بالا برد
بیشتر باهاش وقت گذروند
محتوای مناسب برایش تهیه کرد
از نرم‌افزارها و برنامه‌های کنترلی استفاده کرد

میزان اعتقاد به روش «نخریدن موبایل برای فرزند تا سن مناسب» در شهرهای عمده شش درصد بیش از باقی شهرها است. «سرگرم کردن بچه‌ها به فعالیت‌هایی مانند ورزش» در باقی شهرها، دوازده درصد بیش از شهرهای عمده است. پدرها بیش از مادرها به تهیه محتوای مناسب برای کودکان - به عنوان روش کنترلی - اعتقاد داشته‌اند.

کل نمونه	نسبت پاسخگو با کودک		خیر	محتوای مناسب برای تهیه کرد
	مادر	پدر		
۸۳,۳	۸۴,۸	۷۸,۳		
۱۶,۷	۱۵,۲	۲۱,۷	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۴,۸۷		مقدار خی دو	
	۰,۷۵		ضریب فی	
	۰,۲۷		سطح معناداری	

والدین غیردانشگاهی بیش از والدین دانشگاهی اعتقاد به «نخریدن موبایل برای کودک تا رسیدن به سن مناسب» به‌عنوان روش کنترلی دارند.

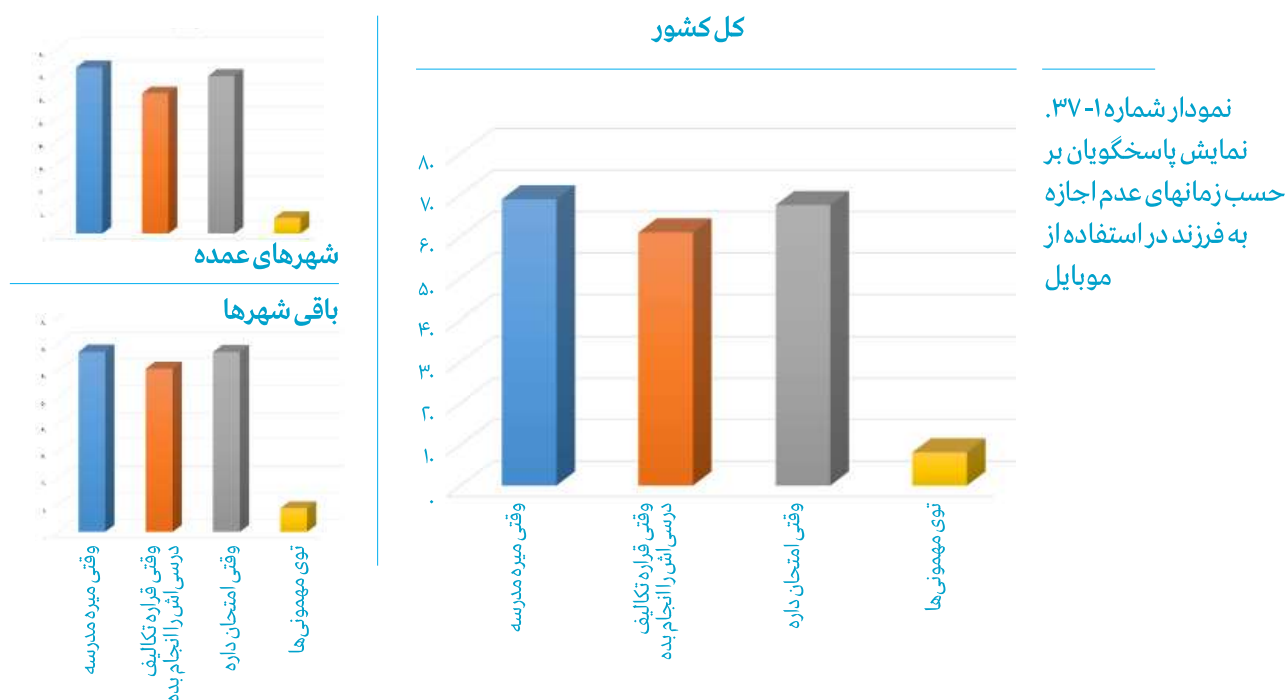
کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۶۷,۱	۷۴,۷	۶۴,۰	خیر	تا سن مناسب برایش موبایل نخرید
۳۲,۹	۲۵,۳	۳۴,۰	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۹,۳۱۰			مقدار خی دو	
۰,۱۰۴			ضریب فی	
۰,۰۰۲			سطح معناداری	

۱-۳۷. زمانهای عدم اجازه به فرزند در استفاده از موبایل

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	زمانهای عدم اجازه	درصد	زمانهای عدم اجازه	درصد	زمانهای عدم اجازه
۶۷,۱	وقتی میره مدرسه	۷۲,۱	وقتی میره مدرسه	۶۸,۹	وقتی میره مدرسه
۶۷	وقتی امتحان داره	۶۸,۵	وقتی امتحان داره	۶۷,۵	وقتی امتحان داره
۶۰,۸	وقتی قراره تکالیف درسی اش رو انجام بده	۶۱	وقتی قراره تکالیف درسی اش رو انجام بده	۶۰,۹	وقتی قراره تکالیف درسی اش رو انجام بده
۸,۸	توی مهمونی‌ها	۶,۸	توی مهمونی‌ها	۸,۱	توی مهمونی‌ها

از والدین پرسیده شد «چه زمان‌هایی به بچه‌ها اجازه استفاده از موبایل نمی‌دید؟». نزدیک به هفتاد درصد از والدین زمان مدرسه رفتن، ۶۷,۵ درصد زمان امتحانات، ۶۰,۹ درصد زمان انجام تکالیف و ۸,۱ درصد زمان مهمانی‌ها را به‌عنوان زمانهای عدم اجازه به فرزند در استفاده از موبایل ذکر کردند.

جدول شماره ۱-۳۷. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب زمانهای عدم اجازه به فرزند در استفاده از موبایل



اجازه ندادن به فرزندان برای استفاده از موبایل در زمان انجام تکالیف درسی، در والدین دانشگاهی بیش از والدین غیردانشگاهی است.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۳۸,۸	۳۲,۷	۴۱,۳	خیر	وقتی قراره تکالیف درسی اش رو انجام بده
۶۱,۲	۶۷,۳	۵۸,۷	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۵,۵۹۵			مقدار خی دو	
۰,۰۸۱			ضریب فی	
۰,۰۱۸			سطح معناداری	

۱-۳۸. روشهای سرگرم کردن بچه‌ها یا آموزش به آنها

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	روش سرگرم کردن	درصد	روش سرگرم کردن	درصد	روش سرگرم کردن
۵۴	از مراکز فروش محصولات فرهنگی CD یا DVD بخریم	۴۶,۱	از مراکز فروش محصولات فرهنگی CD یا DVD بخریم	۵۱,۲	از مراکز فروش محصولات فرهنگی CD یا DVD بخریم
۳۲,۲	استفاده از تلویزیون و ماهواره	۳۱,۹	استفاده از تلویزیون و ماهواره	۳۲,۱	استفاده از تلویزیون و ماهواره
۲۳,۵	از اینترنت دانلود میکنم	۲۵	از اینترنت دانلود میکنم	۲۴	از اینترنت دانلود میکنم
۱۴	استفاده از کانال‌ها و گروه‌های اینترنتی	۱۱,۲	استفاده از کانال‌ها و گروه‌های اینترنتی	۱۳	استفاده از کانال‌ها و گروه‌های اینترنتی
۸,۲	از توی سایت‌های داخلی و خارجی مطلب، بازی ویدیو بگیریم	۶,۲	از توی سایت‌های داخلی و خارجی مطلب، بازی ویدیو بگیریم	۷,۵	از توی سایت‌های داخلی و خارجی مطلب، بازی ویدیو بگیریم

از والدین پرسیده شد «برای این که بچه‌ها رو سرگرم کنیم و یا آموزشی بیرون از مدرسه بهشون بدیم راه‌های مختلفی هست شما کدوم راه رو انتخاب می‌کنید؟». ۵۱,۲ درصد گفتند که از مراکز فروش محصولات فرهنگی، CD یا DVD می‌خرند. ۳۲,۱ درصد استفاده از تلویزیون و ماهواره، ۲۴ درصد دانلود از اینترنت، ۱۳ درصد استفاده از کانال‌ها و گروه‌های اینترنتی و ۷,۵ درصد دریافت مطلب و بازی و ویدئو از سایت‌های اینترنتی را عنوان کردند. استفاده از کانال‌ها و گروه‌های اینترنتی در شهرهای عمده کمی کمتر از باقی شهرها بوده است.

جدول شماره ۱-۳۸. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب روشهای سرگرم کردن بچه‌ها یا آموزش به آنها

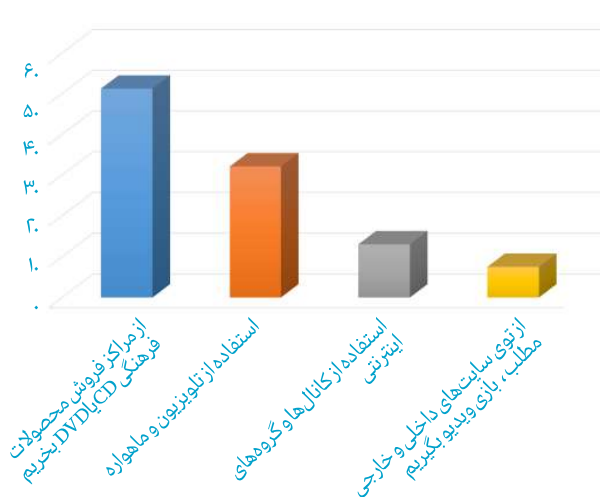
شهرهای عمده



باقی شهرها



کل کشور



نمودار شماره ۱-۳۸. نمایش پاسخگویان بر حسب روشهای سرگرم کردن بچه‌ها یا آموزش به آنها

برای سرگرم کردن بچه‌ها، والدین دانشگاهی به‌طور معناداری بیشتر از روشهای دانلود از اینترنت و استفاده از کانال‌ها و گروه‌های اینترنتی استفاده می‌کنند و در مقابل، والدین غیر دانشگاهی نیز به‌طور معنادار، از روش استفاده از تلویزیون و ماهواره برای سرگرم کردن بچه‌ها بیشتر استفاده می‌کنند.

سطح معناداری	ضریب فی	مقدار خی دو	جمع پاسخ‌های «بله»	وضعیت تحصیلات		روشها
				دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۰,۰۰۲	۰,۱۰۸	۹,۹۰۲	۲۴,۱	۳۱,۲	۲۱,۱	از اینترنت دانلود میکنم
۰,۰۲۶	۰,۰۷۶	۴,۹۲۹	۱۲,۹	۱۶,۸	۱۱,۲	استفاده از کانال‌ها و گروه‌های اینترنتی
۰,۰۴۴	۰,۰۶۹	۴,۰۴۹	۳۲,۲	۲۷,۲	۳۴,۳	استفاده از تلویزیون و ماهواره

۱-۳۹. میزان استفاده از موبایل و تبلت در شبانه روز

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	میزان استفاده از موبایل	درصد	میزان استفاده از موبایل	درصد	میزان استفاده از موبایل
۴۰,۵	یک ساعت و کمتر	۵۰,۸	یک ساعت و کمتر	۴۴,۱	یک ساعت و کمتر
۲۸,۱	دو ساعت	۲۵,۷	دو ساعت	۲۷,۲	دو ساعت
۱۴,۴	سه ساعت	۱۱,۷	سه ساعت	۱۳,۴	سه ساعت
۶,۷	چهار ساعت	۵,۲	چهار ساعت	۶,۱	چهار ساعت
۴,۳	پنج ساعت	۳,۹	پنج ساعت	۴,۲	پنج ساعت
۶,۱	بیشتر از ۶ ساعت	۲,۶	بیشتر از ۶ ساعت	۴,۹	بیشتر از شش ساعت
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۳۹. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از موبایل و تبلت در شبانه روز

نمودار شماره ۱-۳۹. نمایش پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از موبایل و تبلت در شبانه روز

در این بخش از والدین پرسیده شده است که «سر جمع بچه تون در روز چند ساعت با موبایل سرو کار داره؟». همچنانکه یافته‌های به دست آمده نشان می‌دهد، حدود ۵۵,۶ درصد از پاسخگویان اعلام کرده‌اند که کودکشان یک ساعت در شبانه روزیا کمتر از این میزان، از موبایل استفاده می‌کند. گروه‌های سنی والدین، تفاوتی در نتایج ندارند. همچنین میزان تحصیلات والدین نیز ارتباطی با میزان استفاده بچه‌ها از موبایل و تبلت در شبانه‌روز ندارد.



۲- متغیرهای جمعیت شناختی

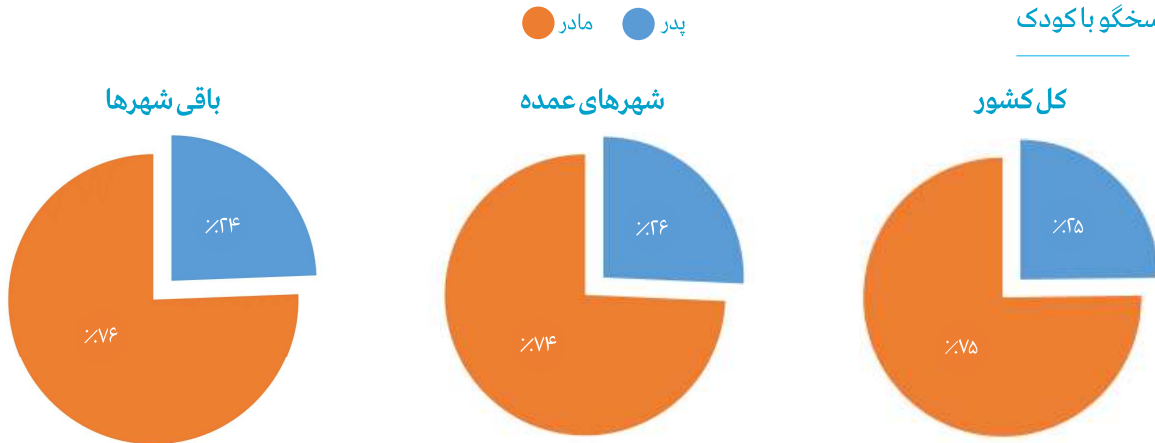
۱-۲. نسبت پاسخگو با کودکی

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
نسبت	درصد	نسبت	درصد	نسبت	درصد
پدر	۲۴,۴	پدر	۲۵,۷	پدر	۲۴,۸
مادر	۷۵,۶	مادر	۷۴,۳	مادر	۷۵,۲
جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰

جدول شماره ۱-۲. توزیع فراوانی افراد بر حسب نسبت پاسخگو با کودکی

حدود یک چهارم نمونه از پدران بوده‌اند.

نمودار شماره ۲-۱. نمایش
پاسخگویان بر حسب
نسبت پاسخگو با کودک



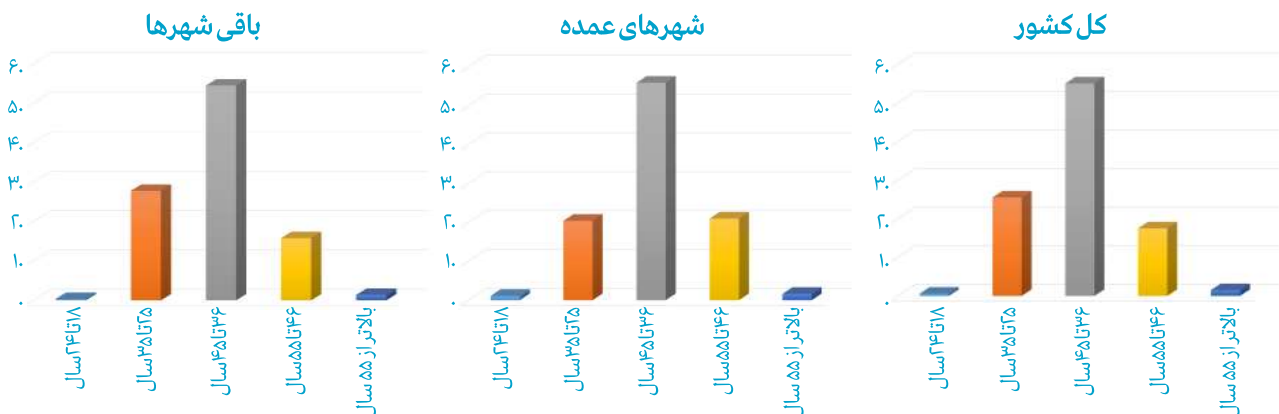
۲-۲. سن پاسخگو (والدین کودک)

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	سن	درصد معتبر	سن	درصد معتبر	سن
۰,۴	۱۸ تا ۲۴ سال	۱,۱	۱۸ تا ۲۴ سال	۰,۶	۱۸ تا ۲۴ سال
۲۷,۸	۲۵ تا ۳۵ سال	۲۰,۴	۲۵ تا ۳۵ سال	۲۵,۵	۲۵ تا ۳۵ سال
۵۴,۵	۳۶ تا ۴۵ سال	۵۵,۹	۳۶ تا ۴۵ سال	۵۵	۳۶ تا ۴۵ سال
۱۵,۸	۴۶ تا ۵۵ سال	۲۱	۴۶ تا ۵۵ سال	۱۷,۵	۴۶ تا ۵۵ سال
۱,۴	بالتر از ۵۵ سال	۱,۶	بالتر از ۵۵ سال	۱,۵	بالتر از ۵۵ سال
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۲-۲. توزیع
فراوانی افراد بر حسب سن
پاسخگو (والدین کودک)

نمودار شماره ۲-۲. نمایش
پاسخگویان بر حسب
توزیع سن پاسخگو
(والدین کودک)

بیشترین فراوانی سن در هر سه گروه شهرها به گروه سنی ۳۶ تا ۴۵ و بعد از آن به ۲۵ تا ۳۵ سال تعلق دارد.

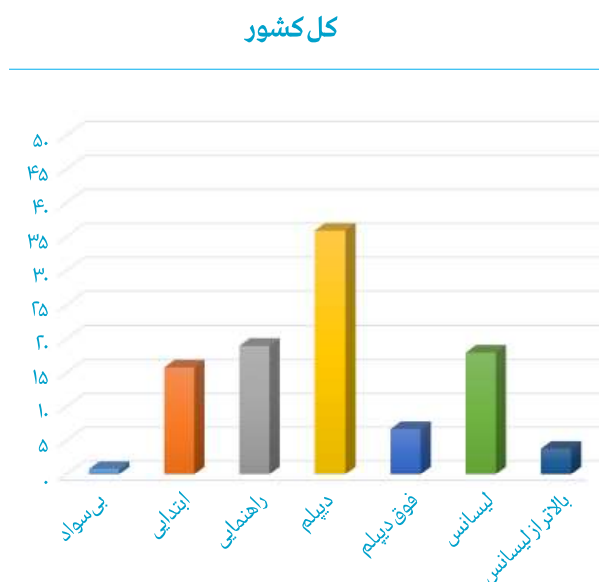


۲-۳. تحصیلات پاسخگو (والدین کودک)

جدول شماره ۲-۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات پاسخگو (والدین کودک)

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	تحصیلات	درصد معتبر	تحصیلات	درصد معتبر	تحصیلات
۰,۵	بی سواد	۱,۳	بی سواد	۰,۸	بی سواد
۱۷,۷	ابتدایی	۱۱,۶	ابتدایی	۱۵,۸	ابتدایی
۱۹,۷	راهنمایی	۱۷,۵	راهنمایی	۱۹	راهنمایی
۳۱,۴	دیپلم	۴۵,۶	دیپلم	۳۵,۹	دیپلم
۷,۲	فوق دیپلم	۵,۷	فوق دیپلم	۶,۷	فوق دیپلم
۱۹,۷	لیسانس	۱۴,۶	لیسانس	۱۸	لیسانس
۳,۹	بالتر از لیسانس	۳,۸	بالتر از لیسانس	۳,۸	بالتر از لیسانس
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

بیشترین فراوانی‌ها متعلق به دسته دیپلمه‌ها است. ۷۴ درصد پاسخگویان شهرهای عمده و ۴۹,۳ درصد پاسخگویان باقی شهرها بدون تحصیلات دانشگاهی هستند.



نمودار شماره ۲-۳. نمایش پاسخگویان بر حسب توزیع میزان تحصیلات پاسخگو (والدین کودک)

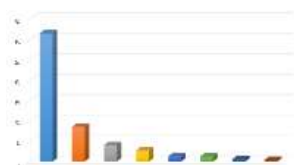
۴-۲. وضعیت فعالیت پاسخگو (والدین کودک)



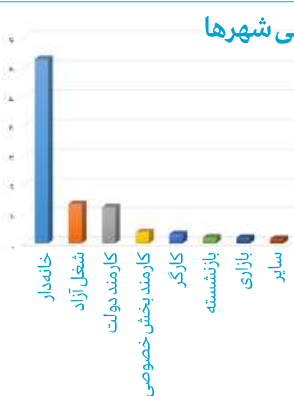
جدول شماره ۴-۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت فعالیت پاسخگو (والدین کودک)

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
فعالیت	درصد معتبر	فعالیت	درصد معتبر	درصد معتبر	فعالیت
خانه دار	۶۲,۶	خانه دار	۶۲,۹	۶۲,۷	خانه دار
شغل آزاد	۱۳,۳	شغل آزاد	۱۶,۹	۱۴,۵	شغل آزاد
کارمند دولت	۱۲,۲	کارمند دولت	۷,۹	۱۰,۸	کارمند دولت
کارمند بخش خصوصی	۳,۷	کارمند بخش خصوصی	۵,۴	۴,۲	کارمند بخش خصوصی
بازنشسته	۳	بازنشسته	۲,۵	۲,۸	بازنشسته
سایر	۱,۹	کارگر	۲,۵	۲	کارگر
کارگر	۱,۸	سایر	۱,۲	۱,۸	سایر
بازاری	۱,۴	بازاری	۰,۸	۱,۲	بازاری
جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	۱۰۰	جمع

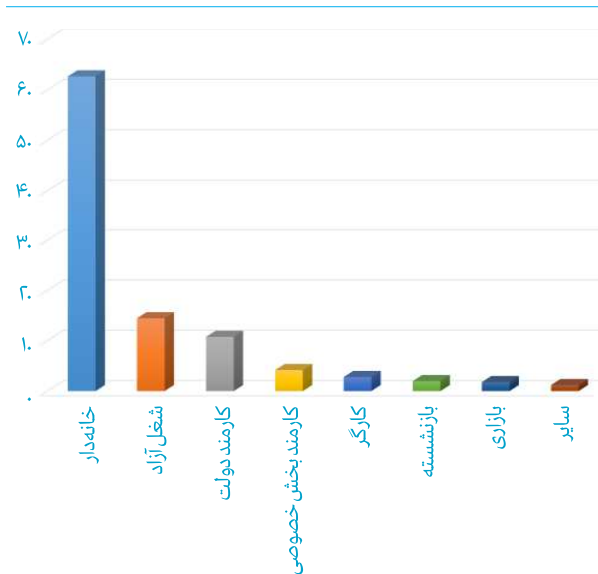
خانه داری، شغل آزاد و کارمندی دولت بالاترین درصدهای فعالیت را به خود اختصاص داده اند. هر یک از این فعالیتها به ترتیب در کل کشور ۶۲,۷، ۱۴,۵ و ۱۰,۸ درصد، در شهرهای عمده ۶۲,۹، ۱۶,۹ و ۷,۹ درصد و در باقی شهرها ۶۲,۶، ۱۳,۳ و ۱۲,۲ درصد فراوانی داشته است.



شهرهای عمده



باقی شهرها



نمودار شماره ۴-۲. نمایش پاسخگویان بر حسب وضعیت فعالیت پاسخگو (والدین کودک)

کل کشور

۵-۲. تعداد فرزندان



جدول شماره ۵-۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تعداد فرزندان

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	تعداد فرزندان	درصد معتبر	تعداد فرزندان	درصد معتبر	تعداد فرزندان
۱۱,۶	یک فرزند	۱۶,۸	یک فرزند	۱۳,۳	یک فرزند
۴۶,۴	دو فرزند	۵۳,۲	دو فرزند	۴۸,۶	دو فرزند
۲۴,۷	سه فرزند	۲۳	سه فرزند	۲۴,۱	سه فرزند
۱۰	چهار فرزند	۴,۹	چهار فرزند	۸,۳	چهار فرزند
۷,۳	پنج فرزند و بیشتر	۲,۲	پنج فرزند و بیشتر	۵,۶	پنج فرزند و بیشتر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

بیش از شصت درصد خانواده‌ها یک یا دو فرزند دارند و خانواده‌های دارای سه فرزند و بیشتر، بیش از سی درصد از جمعیت مورد مطالعه در هر سه گروه را به خود اختصاص داده‌اند.

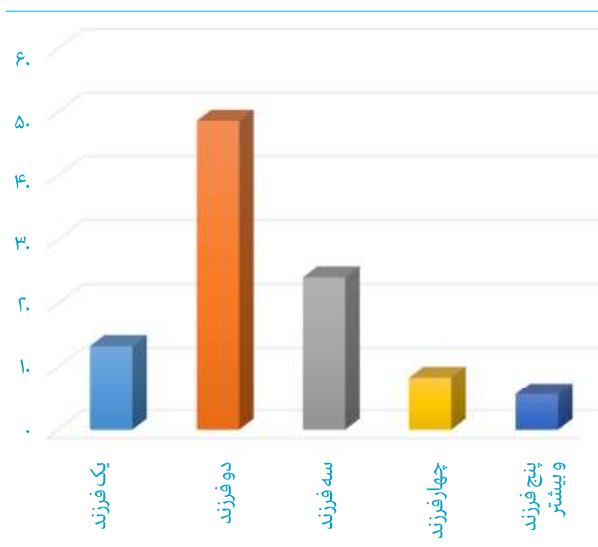
شهرهای عمده



باقی شهرها



کل کشور



نمودار شماره ۵-۲. نمایش پاسخگویان بر حسب تعداد فرزندان

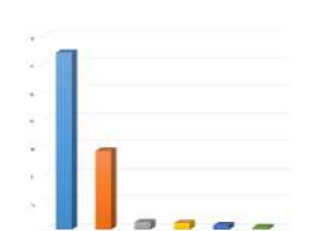
۲-۶. قومیت



جدول شماره ۲-۶. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب قومیت

سایر شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	قومیت	درصد معتبر	قومیت	درصد معتبر	قومیت
۴۹,۹	فارس	۶۴	فارس	۵۴,۴	فارس
۱۸,۸	ترک	۲۸,۵	ترک	۲۱,۹	ترک
۱۱,۶	کرد	۲,۷	کرد	۸,۷	کرد
۹,۵	لر	۲,۴	لر	۷,۲	لر
۲,۵	گیلک	۱,۶	گیلک	۲,۲	گیلک
۳,۱	عرب	۰,۸	عرب	۲,۱	عرب
۴,۴	سایر	۰	سایر	۳,۵	سایر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

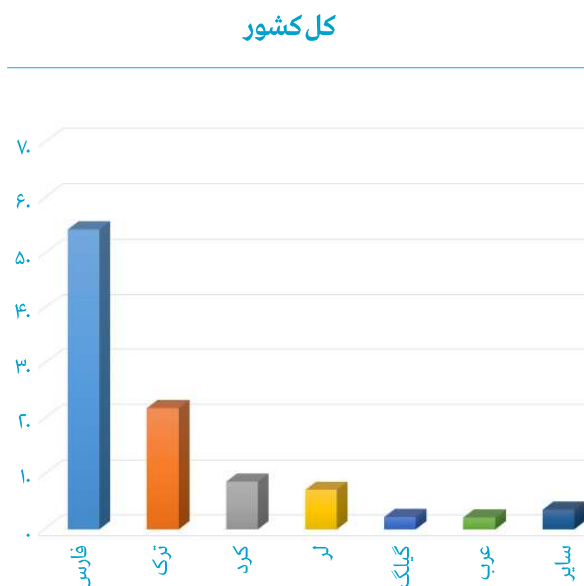
بیشترین درصد پاسخگویان در هر سه یافته، فارس و ترک بوده است.



شهرهای عمده



باقی شهرها



نمودار شماره ۲-۶. نمایش پاسخگویان بر حسب قومیت

**گزارش مقایسه‌ای
رفتارهای مصرفی
نوجوانان ۱۵ تا ۱۷ سال**



۱- یافته های پژوهش

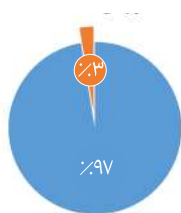
هرجا که پاسخگو امکان انتخاب بیش از یک گزینه را داشته، جمع جدول نیامده است.

۱-۱. استفاده از موبایل

جدول شماره ۱-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده از موبایل

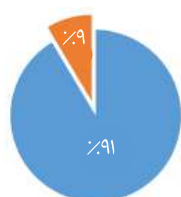
باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده
۹۱,۴	بلی	۹۷,۴	بلی	۹۳,۳	بلی
۸,۶	خیر	۲,۶	خیر	۶,۷	خیر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

در این بخش پرسیده شد «موبایل یا تبلت داری؟». در مجموع ۹۳,۳ درصد از افراد در این بازه سنی، موبایل یا تبلت دارند. این درصد در شهرهای عمده ۹۷,۴ و در باقی شهرها ۹۱,۴ است.



شهرهای عمده

باقی شهرها



کل کشور



بلی
خیر

نمودار شماره ۱-۱. نمایش پاسخگویان بر حسب استفاده از موبایل

فرزندان والدین دانشگاهی به‌طور معناداری بیش از فرزندان والدین غیردانشگاهی، موبایل یا تبلت دارند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات والدین		بله	موبایل یا تبلت داری؟
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۹۳,۳	۹۸,۰	۹۰,۵		
۶,۷	۲,۰	۹,۵	خیر	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۲۴,۷۴۵			مقدار خی دو	
۰,۱۴۵			ضریب فی	
۰,۰۰۰			سطح معناداری	

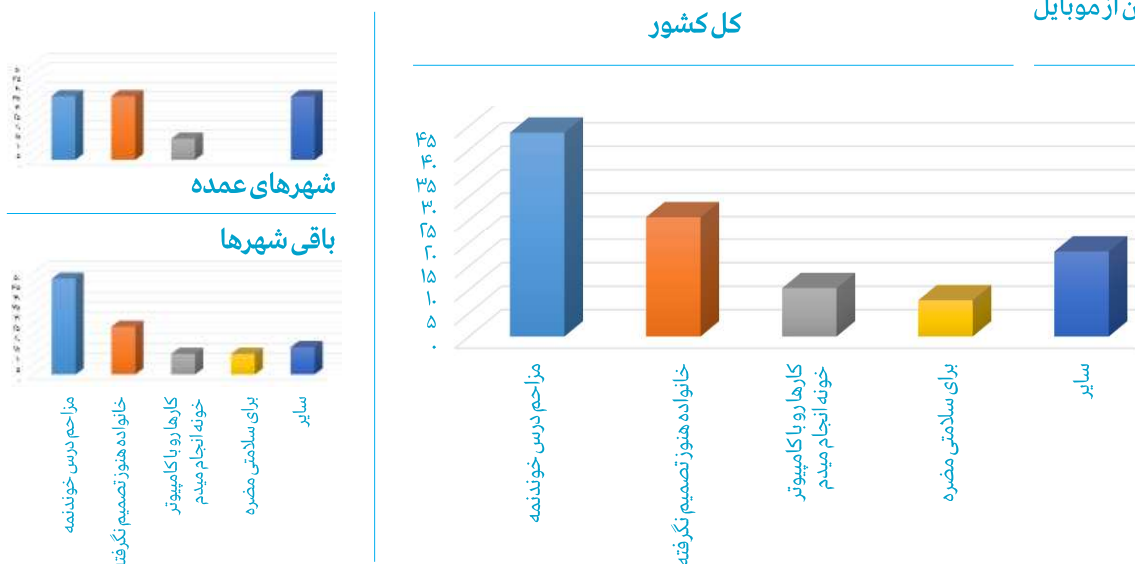
۲-۱. علت عدم استفاده از موبایل

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	استفاده	درصد	استفاده	درصد	استفاده
۴۶,۷	مزاحم درس خوندنمه	۳۳,۳	مزاحم درس خوندنمه	۴۳,۶	مزاحم درس خوندنمه
۲۳,۳	خانواده هنوز تصمیم نگرفته	۳۳,۳	خانواده هنوز تصمیم نگرفته	۲۵,۶	خانواده هنوز تصمیم نگرفته
۱۰	کارها رو با کامپیوتر خونه انجام میدم	۱۱,۱	کارها رو با کامپیوتر خونه انجام میدم	۱۰,۳	کارها رو با کامپیوتر خونه انجام میدم
۱۰	برای سلامتی مضره	-	برای سلامتی مضره	۷,۷	برای سلامتی مضره
۱۳,۳	سایر	۳۳,۳	سایر	۱۸,۱	سایر

جدول شماره ۱-۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب علت استفاده نکردن از موبایل

از کسانی که گفتند از وسایل الکترونیکی مثل موبایل و تبلت استفاده نمی‌کند پرسیده شد که «چرا از موبایل یا تبلت استفاده نمی‌کنی؟» داده‌های جدول فوق نشان می‌دهد که در ۴۳,۶ درصد از پاسخگویان در سطح کل کشور، دلیل موبایل نداشتن، مزاحمت برای درس خواندن بوده است. حدود ۲۵ درصد از این سگمنت نیز گفته‌اند که خانواده‌شان هنوز تصمیم نگرفته است.

نمودار شماره ۱-۲. نمایش پاسخگویان بر حسب علت استفاده نکردن از موبایل



وضعیتی که «تصمیم نگرفتن خانواده» به عنوان علت عدم استفاده از اینترنت عنوان شده است، در فرزندان که پدرشان دهه پنجاهی و مادرشان دهه شصتی بوده، بیشتر بوده است.

کل نمونه	گروه های سنی پدر		خیر	بله
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال		
۷,۶	۹۲,۹	۵۵,۰	خانواده هنوز تصمیم نگرفته	
۲۹,۴	۷,۱	۴۵,۰		
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۵,۶۸۵		مقدار خی دو	
	۰,۴۹		ضریب فی	
	۰,۰۱۷		سطح معناداری	

کل نمونه	گروه های سنی مادر			خیر	بله
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۷۴,۴	۱۰۰	۷۳,۷	۵۰,۰	خانواده هنوز تصمیم نگرفته	
۲۵,۶	-	۲۶,۳	۵۰,۰		
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۶,۵۶۵			مقدار خی دو	
	۰,۴۱۰			ضریب کرامر	
	۰,۰۳۸			سطح معناداری	

۳-۱ مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

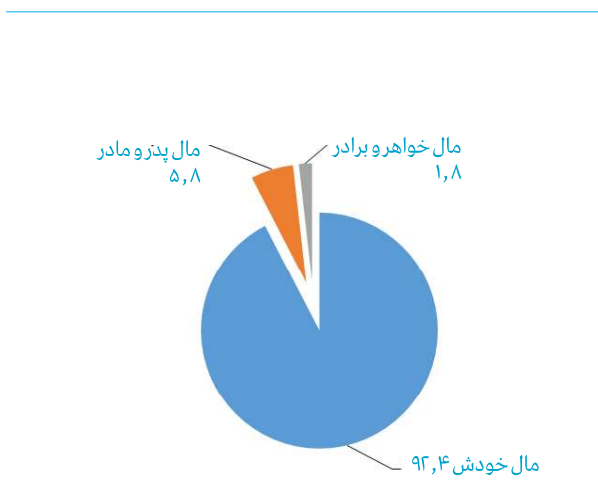
جدول شماره ۱-۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	نوع مالکیت	درصد معتبر	نوع مالکیت	درصد معتبر	نوع مالکیت
۹۱,۸	مال خودش	۹۳,۵	مال خودش	۹۲,۴	مال خودش
۶,۱	مال پدر مادر	۵,۲	مال پدر مادر	۵,۸	مال پدر مادر
۲	مال خواهر و برادر	۱,۴	مال خواهر و برادر	۱,۸	مال خواهر و برادر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

از نوجوانانی در این سگمنت که از موبایل یا تبلت استفاده می‌کنند پرسیده شد که آیا وسیله‌شان مال خودشان است یا خیر؟. داده‌های جدول فوق نشان می‌دهد که در بیش از نود درصد در هر سه گروه، خود نوجوان صاحب دستگاه موبایل است. حدود شش درصد از نوجوانان از موبایل پدر یا مادر استفاده می‌کنند و حدود دو درصد نیز از موبایل خواهر یا برادر استفاده می‌کنند. نتایج در گروه‌های سنی و تحصیلات والدین، تفاوت معناداری ندارد.



کل کشور



نمودار شماره ۱-۳. نمایش پاسخگویان بر حسب مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

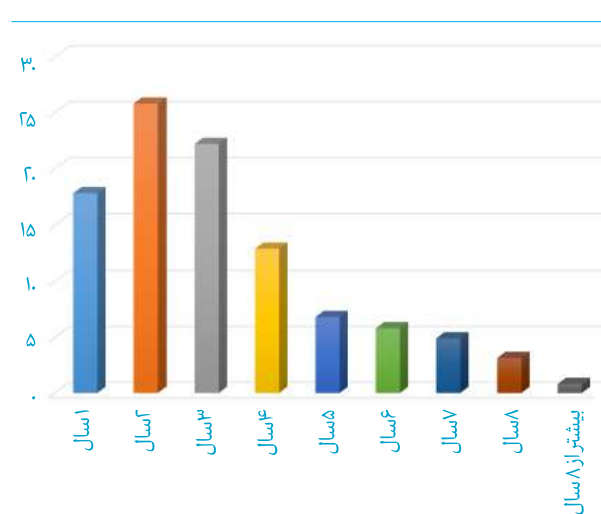
۴-۱. مدت زمان استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت



جدول شماره ۱-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب زمان استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	زمان شروع استفاده	درصد معتبر	زمان شروع استفاده	درصد معتبر	زمان شروع استفاده
۱۸,۹	۱ سال	۱۵,۵	۱ سال	۱۷,۸	۱ سال
۲۷,۱	۲ سال	۲۳,۵	۲ سال	۲۵,۸	۲ سال
۲۰,۵	۳ سال	۲۵,۵	۳ سال	۲۲,۲	۳ سال
۱۲,۳	۴ سال	۱۴,۱	۴ سال	۱۲,۹	۴ سال
۶	۵ سال	۸,۲	۵ سال	۶,۸	۵ سال
۵,۷	۶ سال	۵,۹	۶ سال	۵,۸	۶ سال
۴,۸	۷ سال	۵	۷ سال	۴,۹	۷ سال
۳,۶	۸ سال	۲,۱	۸ سال	۳,۱	۸ سال
۱,۱	بیشتر از ۸ سال	۰,۳	بیشتر از ۸ سال	۰,۸	بیشتر از ۸ سال
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

از کسانی که از موبایل استفاده می‌کنند پرسیده شد «چند وقته موبایل داری؟». بالاترین پاسخ‌ها دو سال است. در شهرهای عمده، بیشترین فراوانی را سه سال داشته که نشان از استفاده زودتر نوجوانان از موبایل دارد. نتایج در گروه‌های سنی و تحصیلات والدین، تفاوت معناداری ندارد.



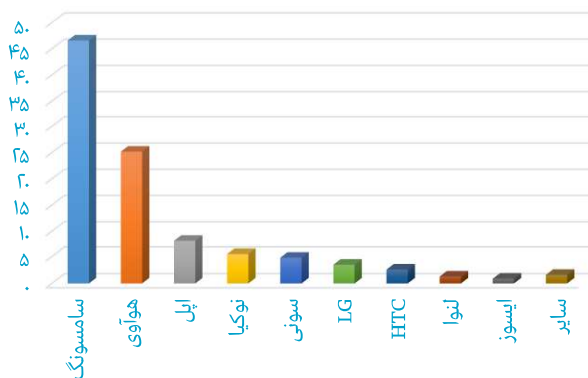
نمودار شماره ۱-۴. نمایش پاسخگویان بر حسب زمان استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت کل کشور

۵-۱. نوع گوشی تلفن همراه

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
نوع گوشی	درصد معتبر	نوع گوشی	درصد معتبر	نوع گوشی	درصد معتبر
سامسونگ	۴۷,۷	سامسونگ	۴۴,۲	سامسونگ	۴۶,۶
هوآوی	۲۳,۴	هوآوی	۲۸,۶	هوآوی	۲۵,۲
اپل	۷,۷	اپل	۹,۱	اپل	۸,۲
نوکیا	۶,۶	نوکیا	۳,۲	نوکیا	۵,۵
سونی	۴,۸	سونی	۴,۷	سونی	۴,۸
LG	۳,۵	LG	۳,۵	LG	۳,۵
HTC	۲,۱	HTC	۳,۵	HTC	۲,۶
لنوا	۱,۷	لنوا	۰,۶	لنوا	۱,۳
ایسوز	۰,۸	ایسوز	۱,۲	ایسوز	۰,۹
سایر	۲,۲	سایر	۱,۲	سایر	۱,۶
جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰

جدول شماره ۵-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع گوشی تلفن همراه

بیشترین استفاده را در بین انواع گوشی‌های تلفن همراه، سامسونگ با ۴۶,۶ درصد داشته است. پس از آن هوآوی با ۲۵,۲ درصد، اپل با ۸,۲ درصد و نوکیا با ۵,۵ درصد قرار گرفته است. استفاده از گوشی هوآوی و اپل در شهرهای عمده بیش از باقی شهرها بوده و استفاده از گوشی‌های سامسونگ و نوکیا، کمتر از باقی شهرها بوده است.



نمودار شماره ۵-۱. نمایش پاسخگویان بر حسب نوع گوشی تلفن همراه

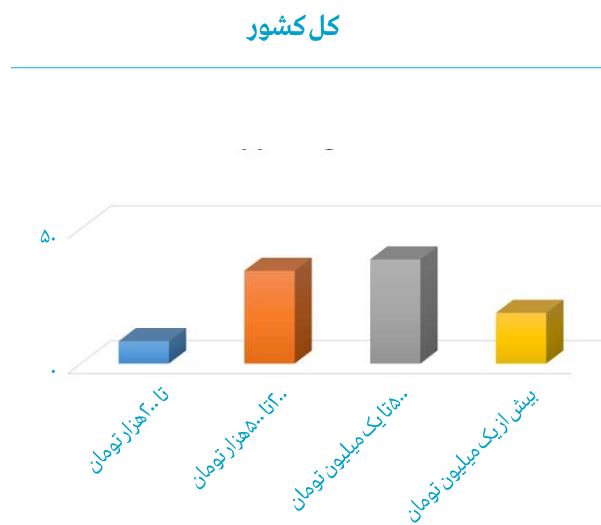
۱-۶. ارزش ریالی گوشی تلفن همراه



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	میزان	درصد	میزان	درصد	میزان
۹,۴	تا ۲۰۰ هزار تومان	۵,۹	تا ۲۰۰ هزار تومان	۸,۲	تا ۲۰۰ هزار تومان
۳۵,۹	۲۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان	۳۱,۹	۲۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان	۳۴,۵	۲۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان
۳۴,۷	۵۰۰ تا یک میلیون تومان	۴۲,۸	۵۰۰ تا یک میلیون تومان	۳۸,۷	۵۰۰ تا یک میلیون تومان
۱۸,۱	بیش از یک میلیون تومان	۱۹,۵	بیش از یک میلیون تومان	۱۸,۶	بیش از یک میلیون تومان
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۶. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب ارزش ریالی گوشی تلفن همراه

جدول فوق میزان ارزش ریالی گوشی تلفن همراهی را نشان می دهد که نوجوان از آن استفاده می کند. بر اساس یافته های جدول فوق، گوشی حدود چهل درصد از پاسخگویان، کم از پانصد هزار تومان قیمت داشته است. حدود بیست درصد از افراد، قیمت گوشی شان بیش از یک میلیون تومان بوده است.



نمودار شماره ۱-۶. نمایش پاسخگویان بر حسب ارزش ریالی گوشی تلفن همراه

مادرهای دهه پنجاهی و پدرهای دهه چهل مبلغ بیشتری برای گوشی تلفن همراه فرزند ۱۵ تا ۱۷ ساله‌شان پرداخته‌اند.

کل نمونه	گروه های سنی مادر				
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۸,۰	۱۲,۲	۷,۲	۶,۵	تا ۲۰ هزار تومان	چقدر خریدی؟
۳۴,۹	۳۶,۵	۳۲,۸	۴۰,۸	۲۰ تا ۵۰ هزار تومان	
۳۸,۷	۳۷,۰	۳۸,۷	۴۰,۸	۵۰ تا یک میلیون تومان	
۱۸,۳	۱۴,۳	۲۱,۴	۱۱,۸	بیش از یک میلیون تومان	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۱۶,۶۹۵				مقدار خی دو	
۰,۰۹۳				ضریب کرامر	
۰,۰۱۰				سطح معناداری	

کل نمونه	گروه های سنی پدر			
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال		
۸,۳	۹,۴	۷,۳	تا ۲۰ هزار تومان	چقدر خریدی؟
۳۳,۴	۲۹,۳	۳۷,۱	۲۰ تا ۵۰ هزار تومان	
۳۹,۶	۳۸,۰	۴۱,۰	۵۰ تا یک میلیون تومان	
۱۸,۶	۲۳,۲	۱۴,۵	بیش از یک میلیون تومان	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۱۴,۷۱۱			مقدار خی دو	
۰,۱۳۰			ضریب کرامر	
۰,۰۰۲			سطح معناداری	

والدین دانشگاهی مبلغ بیشتری برای گوشی تلفن همراه فرزند ۱۵ تا ۱۷ ساله‌شان پرداخته‌اند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات والدین			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۸,۲	۶,۶	۹,۲	تا ۲۰۰ هزار تومان	چقدر خریدی؟
۳۴,۶	۲۵,۱	۴۰,۸	۲۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان	
۳۸,۷	۴۳,۰	۳۵,۸	۵۰۰ تا یک میلیون تومان	
۱۸,۶	۲۵,۳	۱۴,۲	بیش از یک میلیون تومان	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۳۸,۲۶۸			مقدار خی دو	
۰,۱۹۶			ضریب کرامر	
۰,۰۰۰			سطح معناداری	

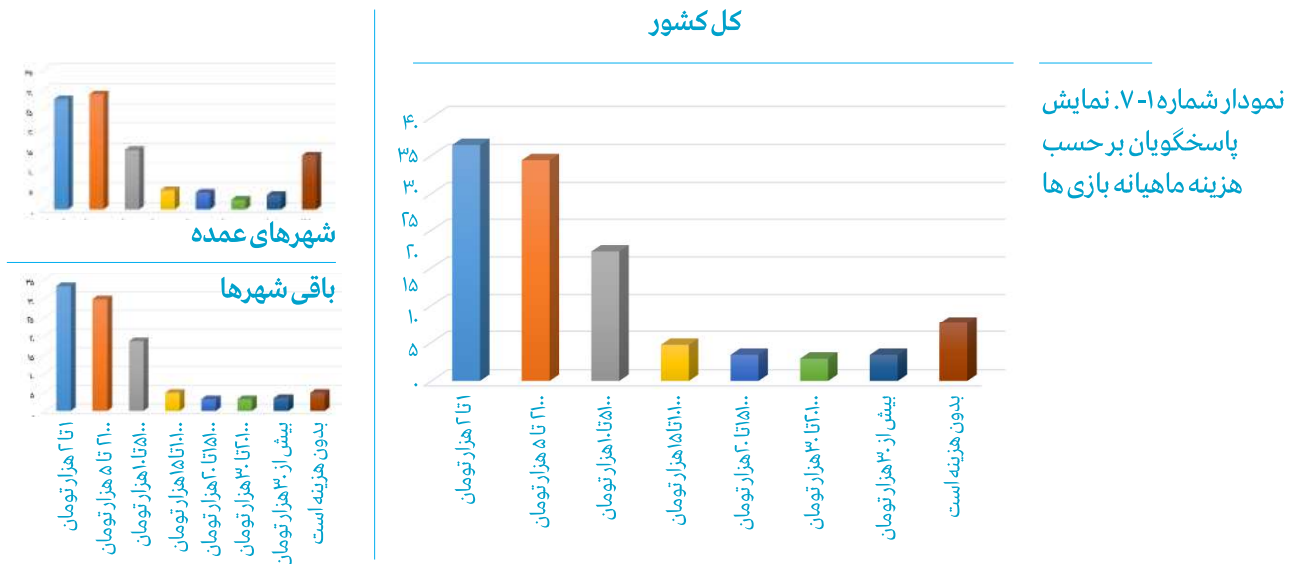
۷-۱. هزینه ماهیانه برای بازی‌ها



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	هزینه‌ی بازی	درصد	هزینه‌ی بازی	درصد	هزینه‌ی بازی
۳۳,۱	۱ تا ۲ هزار تومان	۲۷,۷	۱ تا ۲ هزار تومان	۳۱,۴	۱ تا ۲ هزار تومان
۲۹,۷	۲۰۰ تا ۵ هزار تومان	۲۸,۹	۲۰۰ تا ۵ هزار تومان	۲۹,۴	۲۰۰ تا ۵ هزار تومان
۱۸,۵	۵۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان	۱۴,۹	۵۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان	۱۷,۲	۵۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان
۴,۷	۱۰۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان	۴,۸	۱۰۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان	۴,۷	۱۰۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان
۳	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان	۴,۲	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان	۳,۴	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان
۳	۲۰۱۰۰ تا ۳۰ هزار تومان	۲,۴	۲۰۱۰۰ تا ۳۰ هزار تومان	۲,۹	۲۰۱۰۰ تا ۳۰ هزار تومان
۳,۳	بیش از ۳۰ هزار تومان	۳,۶	بیش از ۳۰ هزار تومان	۳,۴	بیش از ۳۰ هزار تومان
۴,۷	رایگان است	۱۳,۵	رایگان است	۷,۶	رایگان است
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۷. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب هزینه ماهیانه بازی‌ها

پرسیده شد «در ماه چقدر خرج این بازی و برنامه‌هایی که می‌گیری میشه؟». اکثریت افراد با ۳۱,۴ درصد فراوانی، بین یک تا دو هزار تومان در ماه صرف خرید بازی و برنامه می‌کنند. مقدار هزینه ماهیانه در ۲۹,۴ درصد از این سگمنت بین دو تا پنج هزار تومان است، در ۱۷,۲ درصد بین پنج تا ده هزار تومان، در ۴,۷ درصد بین ده تا پانزده هزار تومان و در ۱۷,۳ درصد بیش از پانزده هزار تومان. میزان هزینه برای بازی‌ها در گروه شهرهای عمده بیش از گروه باقی شهرها بوده است.



هزینه ماهیانه بازی‌ها در فرزندان پدرهای دهه پنجاهی بیش از فرزندان پدرهای دهه چهل‌ی است.

کل نمونه	گروه‌های سنی پدر		
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	
۷,۴	۹,۸	۵,۲	رایگان است
۳۲,۱	۳۳,۹	۳۰,۵	۱ تا ۲ هزار تومان
۲۹,۹	۲۸,۲	۳۱,۴	۳ تا ۵ هزار تومان
۳۰,۷	۲۸,۲	۳۲,۸	بیشتر از پنج هزار تومان
۱,۰	۱,۰	۱,۰	جمع
	۹,۴۴۶		مقدار خی دو
	۰,۱۰۳		ضریب کرامر
	۰,۰۲۴		سطح معناداری

۸-۱. نوع سیم کارت



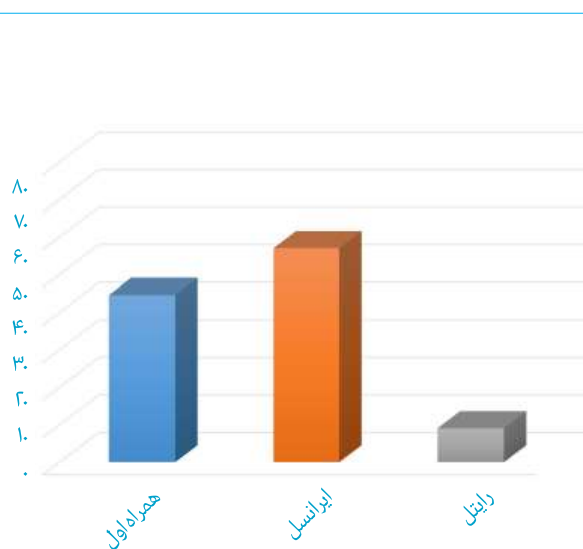
جدول شماره ۸-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع سیم کارت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع سیم کارت	درصد	نوع سیم کارت	درصد	نوع سیم کارت
۴۹,۸	همراه اول	۳۴,۲	همراه اول	۴۴,۶	همراه اول
۵۵,۳	ایرانسل	۶۰,۵	ایرانسل	۵۷	ایرانسل
۸,۱	رایتل	۱۰,۹	رایتل	۹,۱	رایتل

در سؤال دیگری از پاسخگویان در خصوص نوع سیم کارت پرسیده شد. بر اساس یافته‌های جدول فوق می‌توان دریافت که بیشترین نوع سیم کارت ایرانسل بوده است.



کل کشور



نمودار شماره ۸-۱. نمایش پاسخگویان بر حسب نوع سیم کارت

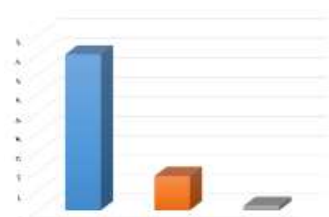
۹-۱. داشتن موبایل یا تبلت یا هر دو



جدول شماره ۹-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب داشتن موبایل یا تبلت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع سیم کارت	درصد	نوع سیم کارت	درصد	نوع سیم کارت
۸۳,۵	فقط موبایل داره	۸۰,۱	فقط موبایل داره	۸۲,۳	فقط موبایل داره
۱۲	موبایل و تبلت داره	۱۷,۵	موبایل و تبلت داره	۱۳,۹	موبایل و تبلت داره
۴,۵	فقط تبلت داره	۲,۳	فقط تبلت داره	۳,۸	فقط تبلت داره
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

در این بخش از نوجوانان پرسیده شد «فقط موبایل داری یا تبلت هم داری؟». در ۳,۸ درصد فقط تبلت دارند، ۱۳,۹ درصد هم موبایل و هم تبلت دارند و ۸۲,۳ درصد نیز فقط موبایل دارند. فراوانی کسانی که موبایل و تبلت دارند در شهرهای عمده بیشتر از باقی شهرها است.

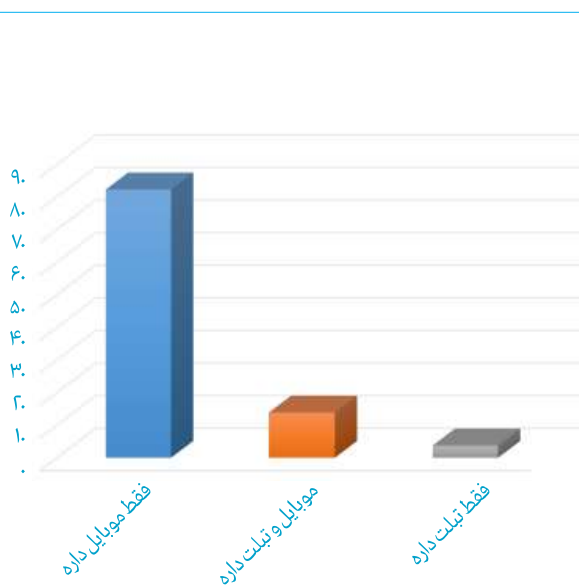


شهرهای عمده



باقی شهرها

کل کشور



نمودار شماره ۹-۱. نمایش پاسخگویان بر حسب داشتن موبایل یا تبلت

فراوانی کسانی که فقط موبایل دارند در فرزندان والدین غیردانشگاهی، و فراوانی کسانی که علاوه بر موبایل، تبلت هم دارند، در فرزندان والدین دانشگاهی بیشتر است.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات والدین		فقط موبایل داره	فقط موبایل داری یا تبلت هم داری؟
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۸۲,۳	۷۵,۶	۸۶,۷	فقط موبایل داره	
۱۳,۹	۱۹,۶	۱۰,۲	تبلت هم داره	
۳,۸	۴,۸	۳,۱	فقط تبلت داره	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۲۰,۶۸۳			مقدار خی دو	
۰,۱۴۳			ضریب کرامر	
۰,۰۰۰			سطح معناداری	

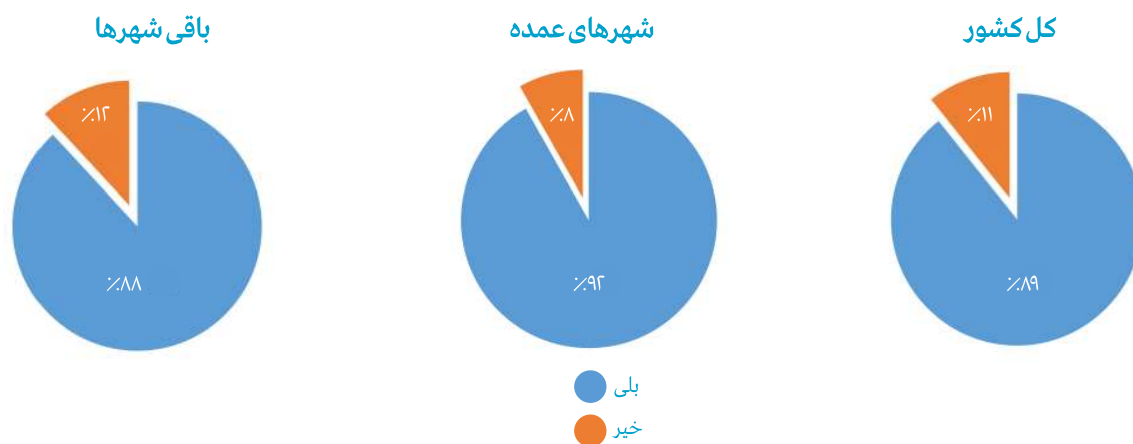
۱-۱. استفاده از اینترنت



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده
۸۸,۱	بلی	۹۱,۸	بلی	۸۹,۳	بلی
۱۱,۹	خیر	۸,۲	خیر	۱۰,۷	خیر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۱۰. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده از اینترنت

در این بخش پرسیده شد که «آیا از اینترنت هم استفاده می‌کنی؟». بنا بر یافته‌ها ۸۹,۳ درصد از نوجوانان سن ۱۵ تا ۱۷ سال از اینترنت استفاده می‌کنند. تعداد استفاده کنندگان در شهرهای عمده بیش از باقی شهرها بوده است.



استفاده از اینترنت در فرزندان والدین دانشگاهی بیشتر است.

نمودار شماره ۱۰-۱. نمایش پاسخگویان بر حسب استفاده از اینترنت

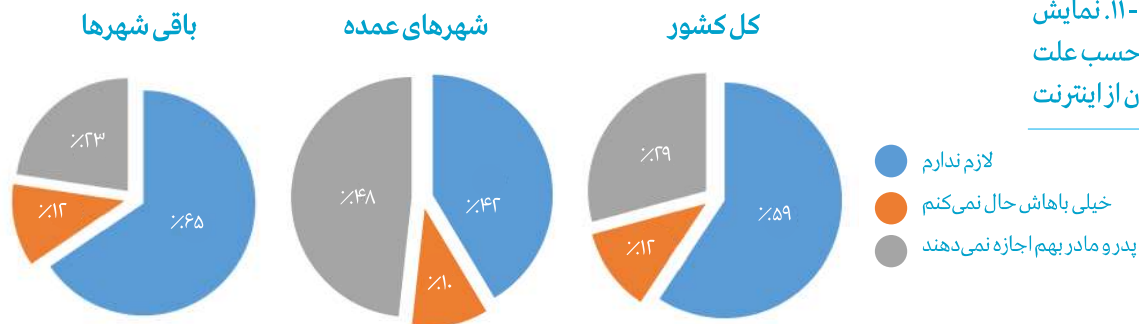
کل نمونه	وضعیت تحصیلات والدین		بله	خیر
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۸۹,۳	۹۳,۰	۸۶,۹		
۱۰,۷	۷,۰	۱۳,۱		
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰		
	۱۰,۳۳۱		مقدار خی دو	
	۰,۰۹۷		ضریب فی	
	۰,۰۰۱		سطح معناداری	

۱۱-۱. علت عدم استفاده از اینترنت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده	درصد فراوانی	استفاده
۶۵,۵	لازم ندارم	۴۲,۹	لازم ندارم	۵۹,۸	لازم ندارم
۱۱,۹	خیلی باهوش حال نمیکنم	۱۰,۷	خیلی باهوش حال نمیکنم	۱۱,۶	خیلی باهوش حال نمیکنم
۲۲,۶	پدر و مادر اجازه نمی‌دهند	۵,۰	پدر و مادر اجازه نمی‌دهند	۲۹,۵	پدر و مادر اجازه نمی‌دهند

جدول شماره ۱۱-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب علت استفاده نکردن از اینترنت

از کسانی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند پرسیده شد «چرا از اینترنت استفاده نمی‌کنی؟». در حدود شصت درصد گفته‌اند که نیازی به اینترنت ندارند. در شهرهای عمده این درصد به حدود چهل می‌رسد یعنی نیاز به اینترنت بیشتر احساس می‌شود و در مقابل، درصد فراوانی کسانی که گفته‌اند پدر و مادرشان اجازه استفاده از اینترنت را نمی‌دهند از ۳۰ به ۵۰ می‌رسد. به بیان دیگر در شهرهای عمده محدودیت بیشتری اعمال می‌شود. نتایج، تفاوت معناداری در گروه‌های سنی و تحصیلی والدین نوجوانان ندارد.



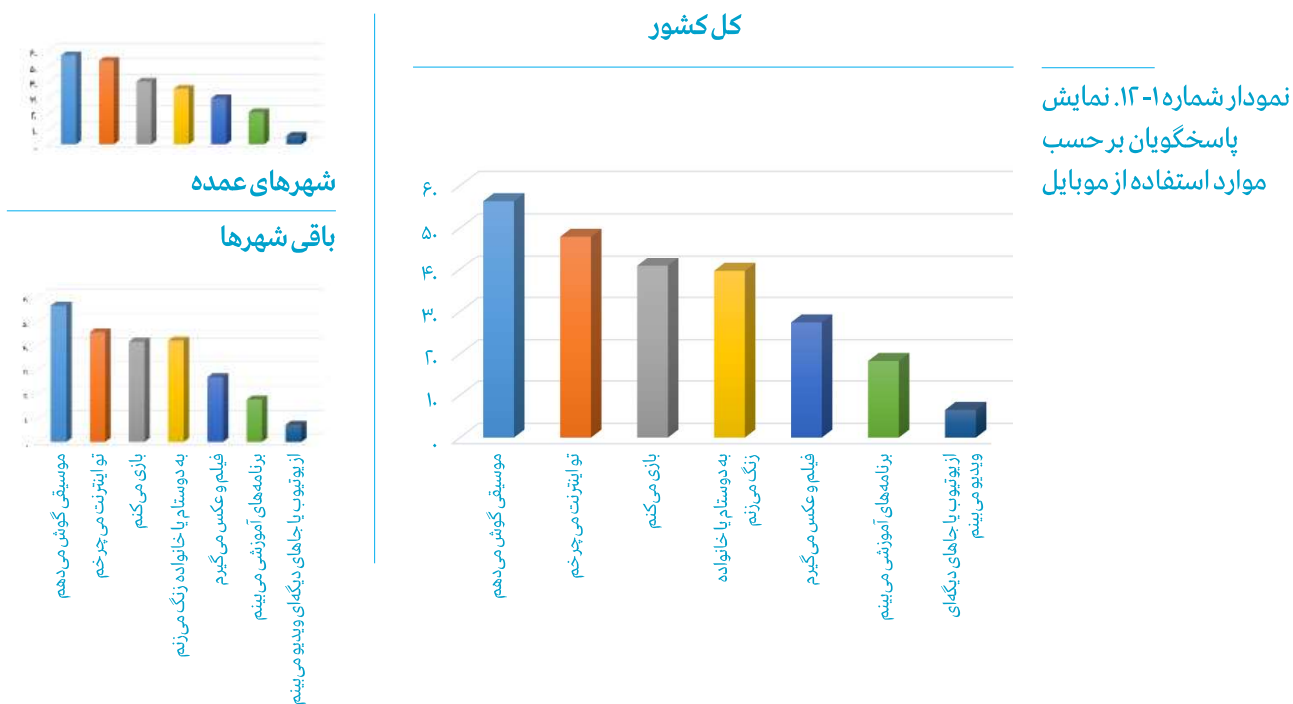
نمودار شماره ۱-۱۱. نمایش پاسخگویان بر حسب علت استفاده نکردن از اینترنت

۱-۱۲. انواع استفاده از موبایل

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	موارد استفاده	درصد	موارد استفاده	درصد	موارد استفاده
۵۶,۲	موسیقی گوش میدهم	۵۶,۵	موسیقی گوش میدهم	۵۶,۳	موسیقی گوش میدهم
۴۵,۳	تو اینترنت میچرخم	۵۳	تو اینترنت میچرخم	۴۷,۹	تو اینترنت میچرخم
۴۱,۴	بازی می‌کنم	۳۹,۷	بازی می‌کنم	۴۰,۸	بازی می‌کنم
۴۱,۸	به دوستانم یا خانواده زنگ می‌زنم	۳۵,۱	به دوستانم یا خانواده زنگ می‌زنم	۳۹,۶	به دوستانم یا خانواده زنگ می‌زنم
۲۶,۶	فیلم و عکس می‌گیرم	۲۹,۱	فیلم و عکس می‌گیرم	۲۷,۴	فیلم و عکس می‌گیرم
۱۷,۴	برنامه آموزشی می‌بینم	۲۰,۱	برنامه آموزشی می‌بینم	۱۸,۳	برنامه آموزشی می‌بینم
۷	از یوتیوب یا جاهای دیگه ویدیو می‌بینم	۵,۴	از یوتیوب یا جاهای دیگه ویدیو می‌بینم	۶,۵	از یوتیوب یا جاهای دیگه ویدیو می‌بینم

جدول شماره ۱-۱۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب موارد استفاده از موبایل

در این سوال از پاسخگویان پرسیده شد که «از موبایل بیشتر چه استفاده‌هایی می‌کنی؟» بر اساس داده‌های جدول فوق، بیشترین مورد استفاده گوش دادن به موسیقی و تو اینترنت چرخیدن است و بازی کردن بعد از آن قرار گرفته است. این سه عنصر در طراحی محصول برای این سگمنت بسیار مهم هستند.



میزان استفاده از موبایل برای بازی کردن، تماشای برنامه‌های آموزشی و دریافت ویدئو از یوتیوب و جاهای مشابه، در فرزندان والدین دانشگاهی بیشتر است.

سطح معناداری	ضریب فی	مقدار خی دو	جمع پاسخ‌های «بله»	وضعیت تحصیلات		روشها
				دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۰,۰۲	۰,۰۷	۵,۴۲۷	۱۸,۳	۲۱,۷	۱۶,۱	برنامه‌های آموزشی می‌بینم
۰,۰۱۳	۰,۰۷۵	۶,۲۳۸	۶,۵	۸,۸	۵,۰	از یوتیوب یا جاهای دیگه‌ای ویدیو می‌بینم
۰,۰۳۹	۰,۰۶۲	۴,۲۵۳	۴۰,۸	۴۴,۶	۳۸,۳	بازی می‌کنم

۱-۱۳. بازی های محبوب و مورد علاقه

جدول شماره ۱-۱۳. توزیع فراوانی برحسب بازی های محبوب و مورد علاقه

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	قیمتی که حاضرند بپردازند	درصد	قیمتی که حاضرند بپردازند	درصد	قیمتی که حاضرند بپردازند
۲۴,۴	هیجانی بزن بزن و تیراندازی	۳۰,۳	هیجانی بزن بزن و تیراندازی	۲۶,۴	هیجانی بزن بزن و تیراندازی
۱۹,۸	استراتژی مثل کلش او کلنز	۲۲,۳	استراتژی مثل کلش او کلنز	۲۰,۶	استراتژی مثل کلش او کلنز
۲۱,۶	بازی های معمایی	۱۷,۹	بازی های معمایی	۲۰,۴	بازی های معمایی
۱۹,۸	ماشین بازی	۱۸,۲	ماشین بازی	۱۹,۳	ماشین بازی
۱۸	ورزشی مثل فوتبال و...	۱۸,۷	ورزشی مثل فوتبال و...	۱۸,۲	ورزشی مثل فوتبال و...
۱۲,۳	ماجراجویی	۱۱	ماجراجویی	۱۱,۹	ماجراجویی
۸,۳	امتیازی	۹,۴	امتیازی	۸,۷	امتیازی
۷,۸	جورچین	۸,۵	جورچین	۸	جورچین
۷,۳	سرگرمی مثل تخته نرد و...	۴,۷	سرگرمی مثل تخته نرد و...	۶,۵	سرگرمی مثل تخته نرد و...
۳,۷	شبهه سازی	۴,۷	شبهه سازی	۴,۱	شبهه سازی

بیشترین بازی مورد علاقه بچه ها به گفته خودشان، هیجانی و بزن بزن بوده و پس از آن استراتژی مثل کلش او کلنز، بازی های معمایی، ماشین بازی، ورزشی مثل فوتبال، ماجراجویی و امتیازی قرار داشته است. بازی های هیجانی و بزن بزن و استراتژی در شهرهای عمده درصد های بالاتری نسبت به باقی شهرها داشته است.

نمودار شماره ۱-۱۳. نمایش فراوانی برحسب بازی های محبوب و مورد علاقه



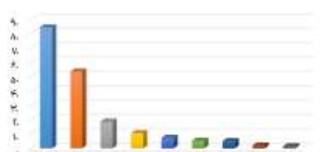
۱-۱۴. شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده



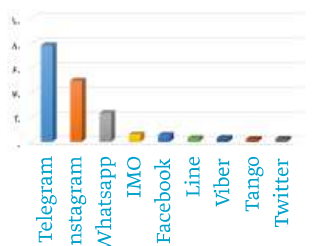
جدول شماره ۱-۱۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	موارد استفاده	درصد	موارد استفاده	درصد	موارد استفاده
۷۸,۳	Telegram	۸۴,۵	Telegram	۸۰,۴	Telegram
۴۹,۵	Instagram	۵۳,۶	Instagram	۵۰,۹	Instagram
۲۳,۱	Whatsapp	۱۸,۸	Whatsapp	۲۱,۶	Whatsapp
۵,۷	IMO	۱۰,۷	IMO	۷,۴	IMO
۵,۳	Facebook	۷,۴	Facebook	۶	Facebook
۲,۶	Line	۵,۴	Line	۳,۶	Line
۲,۸	Viber	۵,۱	Viber	۳,۶	Viber
۲	Tango	۲,۱	Tango	۲	Tango
۲,۲	Twitter	۱,۵	Twitter	۱,۹	Twitter

در زمینه برنامه‌ها و شبکه‌های اجتماعی پرسیده شد «از چه برنامه‌ها یا نرم‌افزارهایی استفاده می‌کنی؟». تلگرام با هشتاد درصد در صدر قرار گرفته است. میزان استفاده از تلگرام در شهرهای عمده بیش از باقی شهرها بوده است. پس از تلگرام، اینستاگرام، واتس‌آپ، ایمو و فیسبوک قرار داشته‌اند.

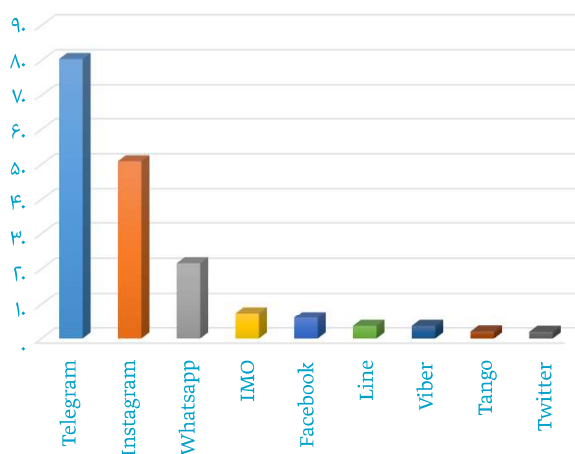


شهرهای عمده



باقی شهرها

کل کشور



نمودار شماره ۱-۱۴. نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده

استفاده از واتس اپ در فرزندان پدراهای دهه چهلوی بیش از فرزندان پدراهای دهه پنجاهی بوده است.

کل نمونه	گروه های سنی پدر			
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال		
۷۹,۴	۷۶,۴	۸۲,۰	خیر	واتس اپ
۲,۶	۲۳,۶	۱۸,۰	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۴,۱۸۰			مقدار خی دو	
۰,۰۷۰			ضریب فی	
۰,۰۴۱			سطح معناداری	

استفاده از اینستاگرام در فرزندان والدین دانشگاهی بیشتر است.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات والدین			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۴۹,۲	۴۴,۷	۵۲,۳	خیر	اینستاگرام
۵۰,۸	۵۵,۳	۴۷,۷	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۵,۵۹۲			مقدار خی دو	
۰,۰۷۶			ضریب فی	
۰,۰۱۸			سطح معناداری	

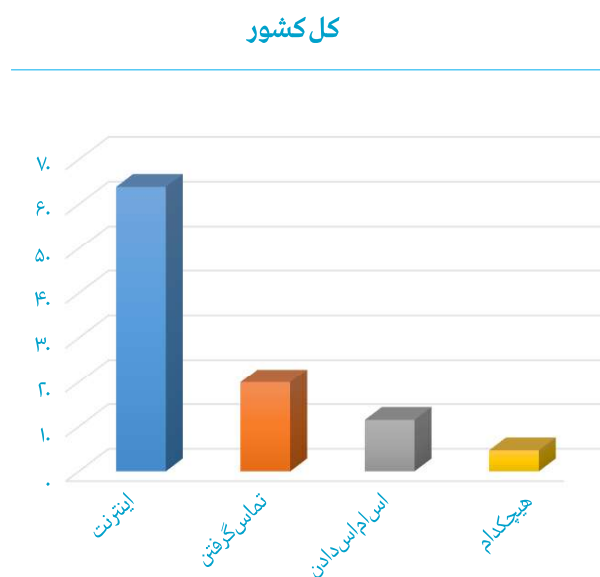
۱-۱۵. تمایل به تماس، اس‌ام‌اس، اینترنت



جدول شماره ۱-۱۵. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تمایل به تماس، اس‌مس، اینترنت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	استفاده	درصد	استفاده	درصد	استفاده
۶۳,۳	اینترنت	۶۵,۱	اینترنت	۶۳,۹	اینترنت
۲۱,۴	تماس گرفتن	۱۷,۳	تماس گرفتن	۲۰	تماس گرفتن
۹,۹	اس‌ام‌اس دادن	۱۴,۵	اس‌ام‌اس دادن	۱۱,۵	اس‌ام‌اس دادن
۵,۵	هیچکدام	۳,۱	هیچکدام	۴,۶	هیچکدام
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

در این بخش پرسیده شد که «بیشتر کدامیک از موارد را استفاده می‌کنی؟». از بین موارد مطرح شده، در ۶۳,۹ درصد اینترنت انتخاب شده است. این درصد در شهرهای عمده بیشتر و در باقی شهرها کمتر است. در ۲۰ درصد تماس گرفتن، ۱۱,۵ درصد اس‌ام‌اس دادن و ۴,۶ درصد گزینه هیچکدام انتخاب شده است.



نمودار شماره ۱-۱۵. نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب تمایل به تماس، اس‌ام‌اس، اینترنت

میزان استفاده از موبایل برای تماس گرفتن در فرزندان والدین غیردانشگاهی بیشتر بوده و میزان استفاده از موبایل برای اینترنت در فرزندان والدین دانشگاهی بیشتر بوده است.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات والدین			
	دانشگاهی	غیردانشگاهی		
۱۹,۹	۱۶,۴	۲۲,۲	تماس گرفتن	کدوم یک از موارد زیر را بیشتر استفاده می کنی؟
۱۱,۵	۱۰,۵	۱۲,۱	اس ام اس دادن	
۶۳,۹	۶۹,۶	۶۰,۲	اینترنت	
۴,۷	۳,۴	۵,۵	هیچکدام	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۱۰,۲۶۱		مقدار خی دو	
	۰,۱۰۰		ضریب کرامر	
	۰,۰۱۶		سطح معناداری	

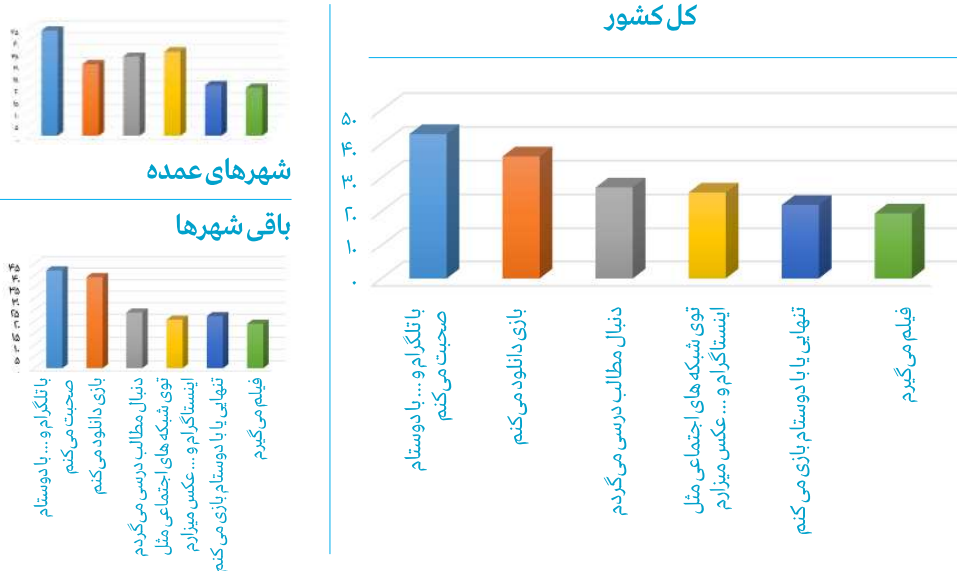
۱-۱۴. نوع کاربرد اینترنت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع کاربرد	درصد	نوع کاربرد	درصد	نوع کاربرد
۴۲,۲	با تلگرام با دوستان صحبت میکنم	۴۴,۲	با تلگرام با دوستان صحبت میکنم	۴۲,۹	با تلگرام با دوستان صحبت میکنم
۳۹,۳	بازی دانلود میکنم	۳۰,۱	بازی دانلود میکنم	۳۶,۳	بازی دانلود میکنم
۲۳,۹	دنبال مطالب درسی میگردم	۳۳,۴	دنبال مطالب درسی میگردم	۲۷,۱	دنبال مطالب درسی میگردم
۲۰,۸	در شبکه های اجتماعی مثل اینستاگرام عکس میگذارم	۳۵,۴	در شبکه های اجتماعی مثل اینستاگرام عکس میگذارم	۲۵,۶	در شبکه های اجتماعی مثل اینستاگرام عکس میگذارم
۲۲,۳	خودم یا با دوستانم بازی میکنم	۲۱,۳	خودم یا با دوستانم بازی میکنم	۲۱,۹	خودم یا با دوستانم بازی میکنم
۱۹	فیلم میگیرم	۲۰,۲	فیلم میگیرم	۱۹,۴	فیلم میگیرم

جدول شماره ۱-۱۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع کاربرد اینترنت

در این بخش از بچه‌ها پرسیده شده است که «وقتی در اینترنت هستی چکار می‌کنی؟». ۴۲,۹ درصد از تلگرام استفاده می‌کنند، ۳۶,۳ درصد بازی دانلود می‌کنند، ۲۷,۱ درصد دنبال مطالب درسی می‌گردند، ۲۷,۱ درصد در شبکه‌های اجتماعی عکس می‌گذارند، ۲۱,۹ درصد بازی می‌کنند و ۱۹,۴ درصد فیلم می‌گیرند. میزان استفاده از تلگرام در شهرهای عمده و دانلود بازی در باقی شهرها بیشتر بوده است.

نمودار شماره ۱-۱۶. نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع کاربرد اینترنت



دانلود بازی در بچه‌ها با افزایش سن والدین کاهش می‌یابد.

کل نمونه	گروه های سنی مادر				
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۶۳,۶	۷۳,۷	۶۳,۱	۵۴,۷	خیر	بازی دانلود می‌کنم
۳۶,۴	۲۶,۳	۳۶,۹	۴۵,۳	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۱۵,۶۱۷			مقدار خی دو	
	۰,۱۲۲			ضریب کرامر	
	۰,۰۰۰			سطح معناداری	

کل نمونه	گروه های سنی پدر			
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال		
۶۲,۹	۶۷,۵	۵۸,۹	خیر	بازی دانلود میکنم
۳۷,۱	۳۲,۵	۴۱,۱	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۷,۴۸۴			مقدار خی دو	
۰,۰۸۹			ضریب فی	
۰,۰۰۶			سطح معناداری	

دانلود بازی، عکس گذاشتن در شبکه های اجتماعی و استفاده درسی، در فرزندان والدین دانشگاهی بیشتر است.

سطح معناداری	ضریب فی	مقدار خی دو	جمع پاسخ های «بله»	وضعیت تحصیلات		روشها
				دانشگاهی	غیر دانشگاهی	
۰,۰۰۰	۰,۱۳۴	۱۹,۵۲۴	۳۶,۳	۱۴۴,۳	۳۱,۱	بازی دانلود میکنم
۰,۰۰۱	۰,۰۹۹	۱۰,۶۶۸	۲۵,۶	۳۱,۰	۲۲,۲	توی شبکه های اجتماعی مثل اینستا گرام و... عکس میزارم
۰,۰۰۴	۰,۰۸۷	۸,۳۲۹	۲۷,۱	۳۱,۹	۲۴,۰	دنبال مطالب درسی میگردم

۱۷-۱. چگونگی تهیه برنامه یا بازی

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	محل تهیه	درصد	محل تهیه	درصد	محل تهیه
۶۳,۸	بازار	۵۶,۶	بازار	۶۱,۳	بازار
۳۵,۳	اینترنت	۳۶,۳	اینترنت	۳۵,۶	اینترنت
۵,۱	اپ استور	۹,۱	اپ استور	۶,۴	اپ استور
۲	پلی استور	۳,۶	پلی استور	۲,۵	پلی استور
۱,۳	ایران اپز	۲,۷	ایران اپز	۱,۸	ایران اپز
۱,۳	مای کت هپ	۰,۸	مای کت هپ	۱,۱	مای کت هپ
۰,۶	اول مارکت	۱,۴	اول مارکت	۰,۸	اول مارکت
۰,۳	مای اپز	۰,۸	مای اپز	۰,۵	مای اپز

جدول شماره ۱-۱۷. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محل تهیه برنامه یا بازی

پرسیده شد «بازی‌ها یا برنامه‌ها را از کجا می‌گیری؟». حدود شصت درصد گفتند که از بازار برنامه یا بازی تهیه می‌کنند. تهیه از بازار در شهرهای عمده کمتر و در باقی شهرها بیشتر بوده است. خرید از اینترنت ۳۵,۶ درصد فراوانی داشته است. نتایج ارتباط معناداری با سن و تحصیلات والدین ندارد.

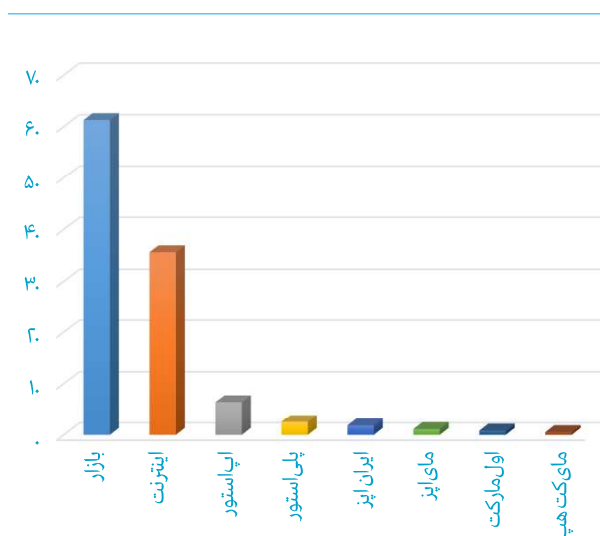


شهرهای عمده



باقی شهرها

کل کشور



نمودار شماره ۱-۱۷. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محل تهیه برنامه یا بازی

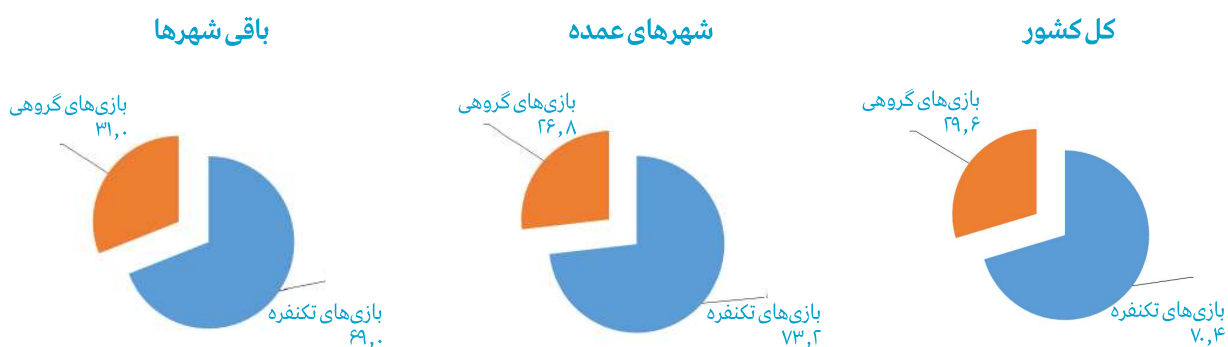
۱۸-۱. بازی های تک نفره و گروهی

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع بازی	درصد	نوع بازی	درصد	نوع بازی
۶۹	بازی های تکنفره	۷۳,۲	بازی های تکنفره	۷۰,۴	بازی های تکنفره
۳۱	بازی های گروهی	۲۶,۸	بازی های گروهی	۲۹,۶	بازی های گروهی
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱۸-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بازی های تک نفره و گروهی

نمودار شماره ۱۸-۱. نمایش پاسخگویان بر حسب بازی های تک نفره و گروهی یافته های به دست آمده از جدول فوق بیانگر آن است که هفتاد درصد از کسانی که بازی می کنند، از بازی های فردی استفاده می کنند و بازی های گروهی حدود سی درصد فراوانی داشته است.

نمودار شماره ۱۸-۱. نمایش پاسخگویان بر حسب بازی های تک نفره و گروهی



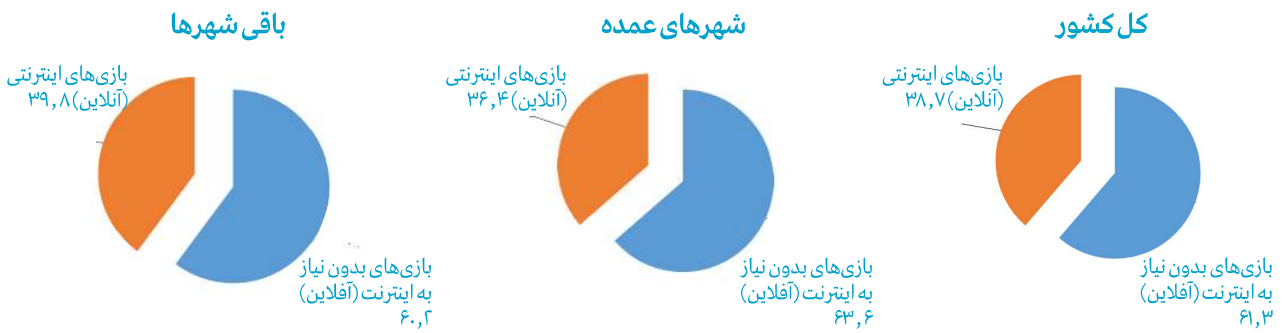
۱۹-۱. بازی های آفلاین و آنلاین

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع بازی	درصد	نوع بازی	درصد	نوع بازی
۶۰,۲	بازی هایی بدون نیاز به اینترنت (آفلاین)	۶۳,۶	بازی هایی بدون نیاز به اینترنت (آفلاین)	۶۱,۳	بازی هایی بدون نیاز به اینترنت (آفلاین)
۳۹,۸	بازی های اینترنتی (آنلاین)	۳۶,۴	بازی های اینترنتی (آنلاین)	۳۸,۷	بازی های اینترنتی (آنلاین)
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱۹-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بازی های آفلاین و آنلاین

نمودار شماره ۱-۱۹. نمایش پاسخگویان بر حسب بازی‌های آفلاین و آنلاین

اکثریت پاسخگویان (۶۱,۳ درصد) از بازی‌های آفلاین استفاده می‌کنند. استفاده از بازی‌های آفلاین در شهرهای عمده و سایر شهرها تفاوت چندانی نداشته است.



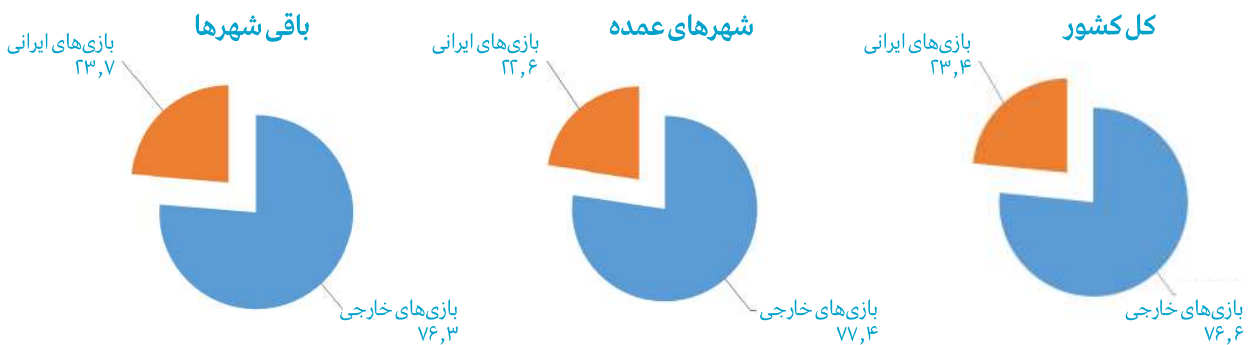
۲.۰-۱. بازی‌های خارجی و ایرانی

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع بازی	درصد	نوع بازی	درصد	نوع بازی
۷۶,۳	بازی‌های خارجی	۷۷,۴	بازی‌های خارجی	۷۶,۶	بازی‌های خارجی
۲۳,۷	بازی‌های ایرانی	۲۲,۶	بازی‌های ایرانی	۲۳,۴	بازی‌های ایرانی
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۲۰. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بازی‌های خارجی و ایرانی

در حدود سه چهارم از بازی‌هایی که استفاده می‌شود خارجی است و سهم بازی‌های ایرانی حدود یک چهارم است.

نمودار شماره ۱-۲۰. نمایش پاسخگویان بر حسب بازی‌های خارجی و ایرانی

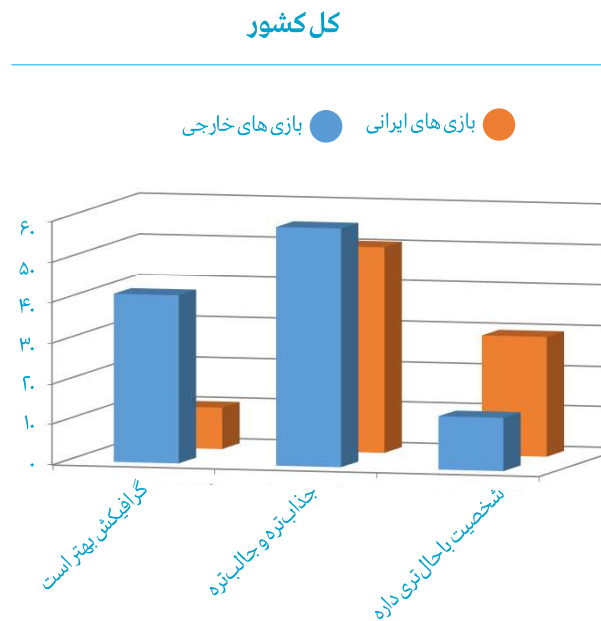


۲۱-۱. چرایی استفاده

جدول شماره ۱-۲۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب چرایی استفاده از بازی های ایرانی و خارجی

درصد			دلایل	
کل کشور	شهرهای عمده	باقی شهرها		
۴۱,۳	۴۶	۳۹	گرافیک اش بهتر است	بازی های خارجی
۵۸,۸	۵۸,۹	۵۸,۸	جذاب تره و جالب تره	
۱۳	۱۲,۱	۱۳,۵	شخصیت باحال تری داره	
۱,۱	۱۱,۴	۹,۶	گرافیک اش بهتر است	بازی های ایرانی
۵,۷	۵,۰	۵,۱	جذاب تره و جالب تره	
۲۹,۵	۲۴,۳	۳۱,۸	شخصیت باحال تری داره	

در حدود شصت درصد از کسانی از بازی های خارجی استفاده می کنند به عامل جذابیت، چهل درصد به گرافیک بهتر اشاره کرده اند. این درصدها در بازی های ایرانی کاهش می یابد و عامل شخصیت ها برجسته و مهم می شود به طوریکه حدود سی درصد از استفاده کنندگان از بازی های ایرانی، عامل شخصیت های باحال تر را دلیل توجه شان به بازی های ایرانی ذکر کرده اند. در شهرهای عمده به عامل گرافیک توجه بیشتری می شود.



نمودار شماره ۱-۲۱. نمایش فراوانی پاسخگویان بر حسب چرایی استفاده از بازی های ایرانی و خارجی

۱-۲۲. عوامل مؤثر بر خرید برنامه یا بازی برای فرزند

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	عوامل مؤثر	درصد	عوامل مؤثر	درصد	عوامل مؤثر
۴۴,۸	خودم اصرار کنم	۵۴,۹	خودم اصرار کنم	۴۸,۲	خودم اصرار کنم
۳۴,۱	معلم بگه	۲۴,۱	معلم بگه	۳۰,۸	معلم بگه
۸,۸	بچه‌های دیگه داشته باشن	۱۰,۱	بچه‌های دیگه داشته باشن	۹,۲	بچه‌های دیگه داشته باشن
۸,۴	پدر و مادرهای دیگه خریده باشن	۵,۹	پدر و مادرهای دیگه خریده باشن	۷,۵	پدر و مادرهای دیگه خریده باشن
۴,۱	توی ماهواره یا تلویزیون تبلیغ کنن	۱,۱	توی ماهواره یا تلویزیون تبلیغ کنن	۳,۱	توی ماهواره یا تلویزیون تبلیغ کنن

جدول شماره ۱-۲۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب عوامل مؤثر بر خرید برنامه یا بازی

از بچه‌ها پرسیده شد «اگه پول نداشته باشی خانواده در چه صورتی ممکنه به بازی یا برنامه‌ای را که می‌خواهی برات بگیره؟». نزدیک به نیمی از ایشان گفته‌اند اگر خودشان اصرار کنند پدر و مادر خریداری می‌کنند. سی درصد گفته‌اند در صورتی که معلمشان بگوید. ده درصد هم گفته‌اند اگر پدر و مادرشان ببینند که بقیه بچه‌ها آن بازی یا برنامه را دارند، آنرا خریداری می‌کنند. موارد دیگر درصدهای پایینتری داشته است و کمترین تأثیر را تبلیغات تلویزیون یا ماهواره داشته است.



نمودار شماره ۱-۲۲. نمایش پاسخگویان بر حسب عوامل مؤثر بر خرید برنامه یا بازی

توجه خانواده به توصیه معلم برای خرید برنامه یا بازی، با افزایش سن مادران بچه‌ها کاهش می‌یابد.

کل نمونه	گروه های سنی مادر			معلم بگه	
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۶۹,۰	۷۵,۹	۶۸,۹	۶۲,۰	خیر	
۳۱,۰	۲۴,۱	۳۱,۱	۳۸,۰	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۸,۶۵۰			مقدار خی دو	
	۰,۰۹۲			ضریب کرامر	
	۰,۰۱۳			سطح معناداری	

۱-۲۳. هزینه شارژ تلفن



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	هزینه ی بازی	درصد	هزینه ی بازی	درصد	هزینه ی بازی
۳	تا ۵ هزار تومان	۲۷,۵	تا ۵ هزار تومان	۲۹,۲	تا ۵ هزار تومان
۲۸,۸	۵۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان	۳,۵	۵۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان	۲۹,۳	۵۱۰۰ تا ۱۰ هزار تومان
۱۷,۷	۱۰۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان	۱۸,۲	۱۰۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان	۱۷,۹	۱۰۱۰۰ تا ۱۵ هزار تومان
۹,۱	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان	۹,۸	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان	۹,۳	۱۵۱۰۰ تا ۲۰ هزار تومان
۷,۳	۲۰۱۰۰ تا ۳۰ هزار تومان	۷,۳	۲۰۱۰۰ تا ۳۰ هزار تومان	۷,۳	۲۰۱۰۰ تا ۳۰ هزار تومان
۷,۱	بیشتر از ۳۰ هزار تومان	۶,۷	بیشتر از ۳۰ هزار تومان	۷	بیشتر از ۳۰ هزار تومان
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۲۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب هزینه شارژ تلفن

در اینجا از بچه‌ها پرسیده شد «هزینه شارژ ماهیانه تلفن ات چقدر می‌شه؟». در حدود سی درصد، ماهیانه تا پنج هزار تومان شارژ می‌کنند. سی درصد تا ده هزار تومان، حدود پانزده درصد تا پانزده هزار تومان و حدود ده درصد تا بیست هزار تومان. حدود پانزده درصد نیز بیش از بیست هزار تومان در ماه شارژ می‌کنند. هزینه ماهیانه شارژ تلفن در شهرهای عمده اندکی بیشتر از باقی شهرها بوده و با سایر مشخصه‌های مربوط به والدین بچه‌ها ارتباط معناداری نداشته است.

نمودار شماره ۱-۲۳.
نمایش پاسخگویان بر
حسب هزینه شارژ تلفن

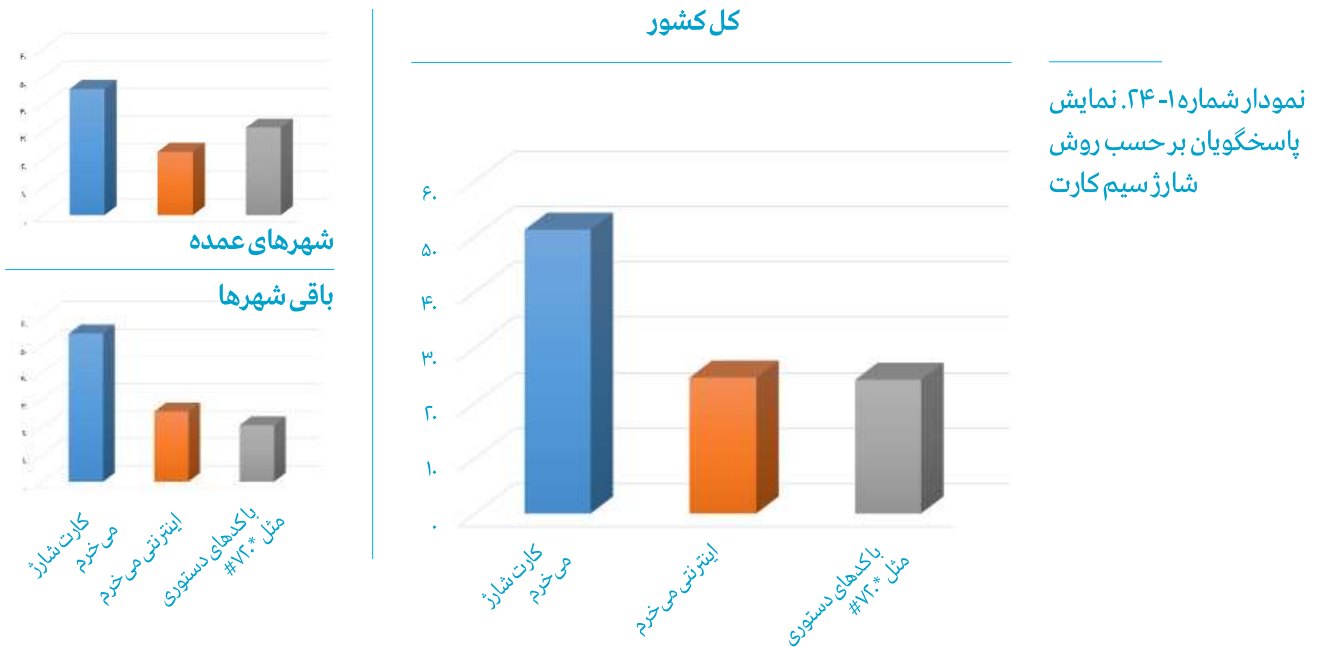


۱-۲۴. روش شارژ

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	روش شارژ	درصد	روش شارژ	درصد	روش شارژ
۵۴	کارت شارژ میخرم	۴۵,۶	کارت شارژ میخرم	۵۱,۲	کارت شارژ میخرم
۲۵,۵	اینترنتی میخرم	۲۲,۸	اینترنتی میخرم	۲۴,۶	اینترنتی میخرم
۲۰,۵	با کدهای دستوری مثلا *۷۲#	۳۱,۶	با کدهای دستوری مثلا *۷۲#	۲۴,۲	با کدهای دستوری مثلا *۷۲#
۱۰	جمع	۱۰	جمع	۱۰	جمع

جدول شماره ۱-۲۴. توزیع
فراوانی پاسخگویان بر
حسب روش شارژ سیم
کارت

از کسانی که از اینترنت گوشی استفاده می‌کردند در مورد نحوه شارژ سیم‌کارت پرسیده شد. نیمی از بچه‌ها کارت شارژ می‌خرند، یک چهارم اینترنتی شارژ می‌کنند و یک چهارم نیز با کدهای دستوری. در شهرهای عمده استفاده از کدهای دستوری بیشتر بوده است و در باقی شهرها، استفاده از کارت شارژ بیشتر بوده است.



شارژ اینترنتی در فرزندان پدراهای دهه چهل بیشتر بوده و شارژ توسط کارت شارژ در فرزندان پدراهای دهه پنجاه بیشتر بوده است.

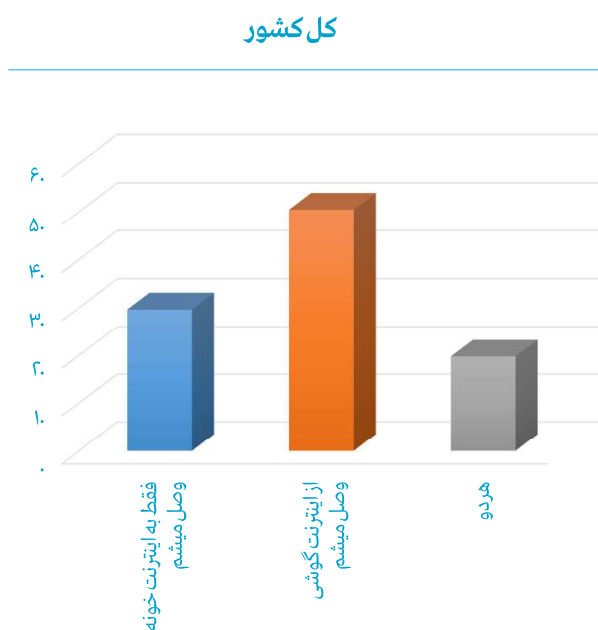
کل نمونه	گروه های سنی پدر			[در صورت استفاده از اینترنت گوشی] {چطوری شارژ می کنی؟}
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال		
۲۵,۰	۳,۱	۲,۹	اینترنتی می خرم	
۵۰,۸	۴۷,۷	۵۳,۴	کارت شارژ می خرم	
۲۴,۲	۲۲,۳	۲۵,۷	با کدهای دستوری مثل *۷۲#	
۱,۰	۱,۰	۱,۰	جمع	
	۶,۳۲۲		مقدار خی دو	
	۰,۱۰۶		ضریب کرامر	
	۰,۰۴۲		سطح معناداری	

۱-۲۵. منبع اینترنت

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	قیمتی که حاضرند بپردازند	درصد	قیمتی که حاضرند بپردازند	درصد	قیمتی که حاضرند بپردازند
۲۸	فقط به اینترنت خونه وصل میشم	۳۲,۹	فقط به اینترنت خونه وصل میشم	۲۹,۷	فقط به اینترنت خونه وصل میشم
۵۰,۵	از اینترنت گوشی وصل میشم	۵۰,۵	از اینترنت گوشی وصل میشم	۵۰,۵	از اینترنت گوشی وصل میشم
۲۱,۵	هر دو	۱۶,۶	هر دو	۱۹,۸	هر دو
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۲۵. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب منبع اینترنت

از بچه‌ها پرسیده شد «اینترنت رو از کجا میاری؟». نیمی از پاسخگویان از اینترنت گوشی استفاده می‌کنند، سی درصد به اینترنت منزل وصل میشوند و بیست درصد هم به هر دو شکل استفاده می‌کنند. کسانی که به هر دو شکل استفاده می‌کنند در شهرهای عمده فراوانی کمتری (شانزده درصد) دارند.



نمودار شماره ۱-۲۵. نمایش پاسخگویان بر حسب منبع اینترنت

فرزندان والدین دانشگاهی به میزان بیشتری از اینترنت منزل استفاده می کنند و در مقابل، فرزندان والدین غیر دانشگاهی به میزان بیشتری از اینترنت گوشی استفاده می کنند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات والدین			
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۲۹,۷	۳۸,۳	۲۳,۷	فقط به اینترنت خونه وصل میشم	اینترنت رو از کجا میاری؟
۵۰,۵	۳۴,۶	۶۰,۱	از اینترنت گوشی استفاده میکنم	
۱۹,۸	۲۵,۱	۱۶,۲	هر دو	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۵۲,۱۱۹			مقدار خی دو	
۰,۲۳۱			ضریب کرامر	
۰,۰۰۰			سطح معناداری	

۱-۲۶. نگرانی های استفاده از وسایل الکترونیکی (موبایل یا تبلت)

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی
۴۸,۹	میگن موبایل دستت باشه درس نمی خونی	۵۴,۸	میگن موبایل دستت باشه درس نمی خونی	۵۰,۹	میگن موبایل دستت باشه درس نمی خونی
۴۰,۵	میگن برای سلامتیت مضره	۴۰,۹	میگن برای سلامتیت مضره	۴۰,۶	میگن برای سلامتیت مضره
۲۱	از رفتن توی شبکه های اجتماعی و اینترنت میترسن	۲۴,۳	از رفتن توی شبکه های اجتماعی و اینترنت میترسن	۲۲,۱	از رفتن توی شبکه های اجتماعی و اینترنت میترسن
۱۶,۳	میترسن با کسی دوست شم	۲۴	میترسن با کسی دوست شم	۱۸,۹	میترسن با کسی دوست شم
۱۴,۸	نگرانی ای ندارن	۱۶,۱	نگرانی ای ندارن	۱۵,۳	نگرانی ای ندارن

جدول شماره ۱-۲۶. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نگرانی های استفاده از وسایل الکترونیکی

پرسیده شد «این روزها بعضی از پدر و مادرها خیلی دلشون نمیخواد بچه‌هاشون از موبایل استفاده کنن، یه نگرانی‌هایی دارن، پدر و مادر شما چی فکر می‌کنن؟ چه نگرانی‌هایی دارن؟». بیشترین نگرانی با پنجاه درصد در پاسخگویان مربوط به این بوده که اگر بچه‌ها از موبایل استفاده کنند درس‌هایشان را نمیخوانند. پس از آن زیان برای سلامتی با چهل درصد و نگرانی از آسیب‌های فضای مجازی و ارتباط با افراد ناشناس هرکدام تقریباً بیست درصد قرار داشته است. در کل میزان نگرانی‌ها در شهرهای عمده بیش از باقی شهرها بوده است. نتایج این بخش ارتباط معناداری با مشخصه‌های مربوط به والدین نظیر سن و تحصیلات ندارد.

نمودار شماره ۱-۲۶.
نمایش پاسخگویان بر
حسب نگرانی‌های استفاده
از وسایل الکترونیکی

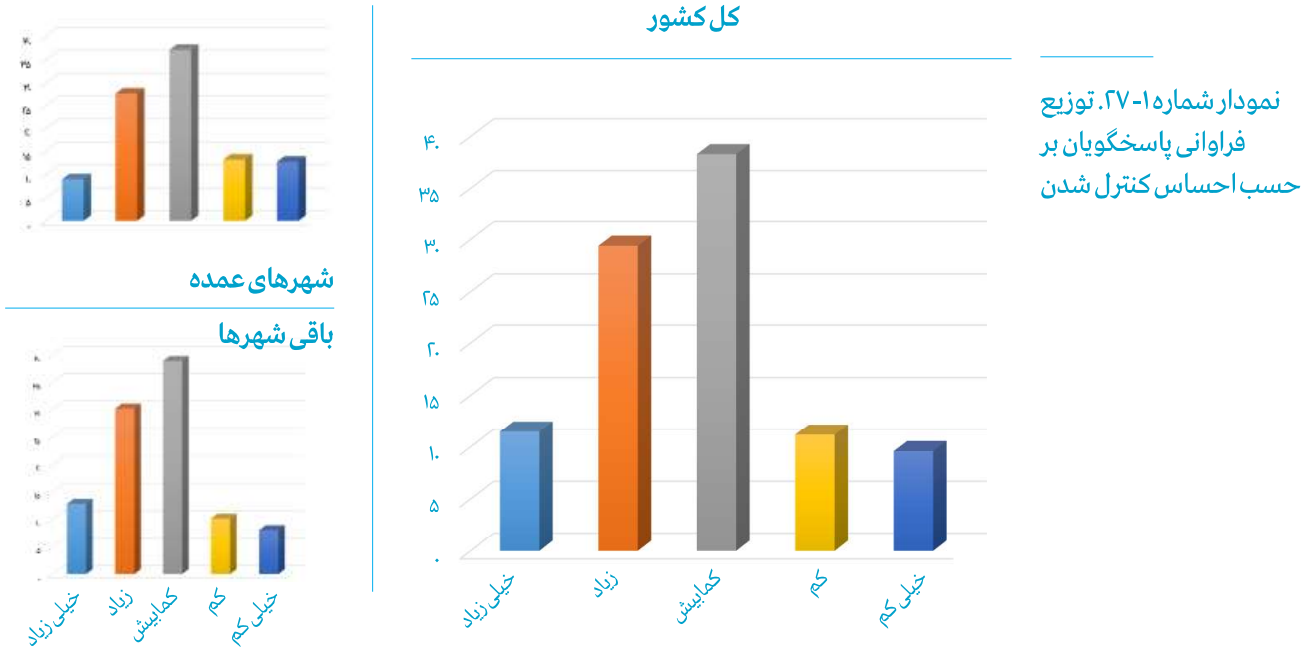


۱-۲۷. احساس کنترل شدن

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی
۱۲٫۸	خیلی زیاد	۹	خیلی زیاد	۱۱٫۵	خیلی زیاد
۳۰٫۲	زیاد	۲۷٫۷	زیاد	۲۹٫۴	زیاد
۳۸٫۹	کم و بیش	۳۷٫۲	کم و بیش	۳۸٫۳	کم و بیش
۱۰٫۱	کم	۱۳٫۳	کم	۱۱٫۲	کم
۸	خیلی کم	۱۲٫۸	خیلی کم	۹٫۶	خیلی کم
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۲۷. توزیع
فراوانی پاسخگویان بر
حسب احساس کنترل
شدن

کنترل کردن والدین اگر به صورت مستقیم و شفاف باشد با احساس کنترل شدن در فرزندان همراه خواهد بود. در ادامه پرسش قبل از بچه‌ها پرسیدیم «فکر می‌کنی چقدر کنترل‌ات می‌کنن؟». در حدود چهل درصد از این سگمنت احساس کنترل شدن توسط پدر و مادر داشته‌اند. این میزان در شهرهای عمده بیشتر و در باقی شهرها کمتر بوده است.



احساس کنترل شدن در فرزندان با افزایش سن والدین کاهش می یابد.

کل نمونه	گروه های سنی مادر				
	۱۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۱۱,۶	۹,۲	۱۱,۳	۱۵,۱	خیلی زیاد	اونوقت فکر می کنی چقدر کنترلات میکنن؟
۲۹,۵	۲۷,۲	۲۸,۱	۳۶,۵	زیاد	
۳۸,۱	۳۴,۵	۴۰,۷	۳۲,۸	کم و بیش	
۱۱,۲	۱۳,۶	۱۱,۰	۹,۴	کم	
۹,۶	۱۵,۵	۸,۸	۶,۲	خیلی کم	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۲۲,۱۷۵			مقدار خی دو	
	۰,۱۰۲			ضریب کرامر	
	۰,۰۰۵			سطح معناداری	

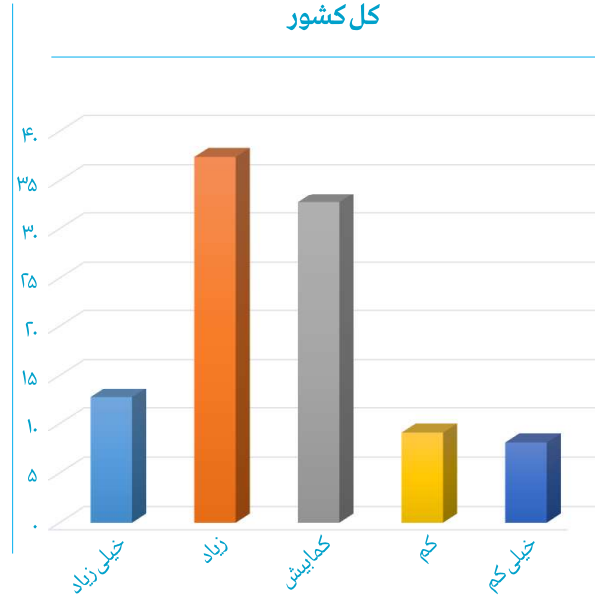
کل نمونه	گروه های سنی پدر			
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال		
۱۱,۳	۸,۸	۱۳,۵	خیلی زیاد	اونوقت فکر می کنی چقدر کنترل ات میکنن؟
۲۹,۱	۲۷,۰	۳۱,۰	زیاد	
۳۸,۸	۳۸,۳	۳۹,۲	کم و بیش	
۱۱,۱	۱۳,۴	۹,۲	کم	
۹,۶	۱۲,۵	۷,۲	خیلی کم	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۱۶,۳۹۶			مقدار خی دو	
۰,۱۳۱			ضریب کرامر	
۰,۰۰۳			سطح معناداری	

۱-۲۸. موفقیت والدین در کنترل

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی
۱۳,۹	خیلی زیاد	۱۰,۵	خیلی زیاد	۱۲,۷	خیلی زیاد
۳۸,۴	زیاد	۳۵,۵	زیاد	۳۷,۴	زیاد
۳۳,۵	کم و بیش	۳۱,۱	کم و بیش	۳۲,۷	کم و بیش
۸,۱	کم	۱۰,۹	کم	۹,۱	کم
۶,۲	خیلی کم	۱۲	خیلی کم	۸,۱	خیلی کم
۱۰۰,۱	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

جدول شماره ۱-۲۸. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب موفقیت والدین در کنترل

پرسیده شد «به نظرت تو کارشون هم موفقند؟ منظورم اینه که تونستن کنترل کنن؟». در حدود نیمی از پاسخها، والدین در کنترل فرزندان در استفاده از موبایل موفق بوده‌اند. این میزان در شهرهای عمده کمتر و در باقی شهرها بیشتر بوده است.



نمودار شماره ۱-۲۸. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب موفقیت والدین در کنترل

اعتقاد بچه‌ها به موفقیت والدین در کنترل ایشان، در فرزندان مادرهای دهه چهل بیشتر از دو گروه دیگر است.

کل نمونه	گروه های سنی مادر				
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۱۳,۰	۹,۸	۱۴,۲	۱۲,۰	خیلی زیاد	به نظرت تو کارشون هم موفقند؟ منظورم اینه که تونستن کنترل کنن؟
۳۷,۴	۳۵,۳	۳۷,۳	۳۹,۸	زیاد	
۳۲,۶	۲۸,۴	۳۳,۶	۳۳,۵	کم و بیش	
۹,۰	۱۲,۷	۷,۸	۸,۹	کم	
۸,۱	۱۳,۷	۷,۰	۵,۸	خیلی کم	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۱۸,۸۰۴			مقدار خی دو	
	۰,۰۹۵			ضریب کرامر	
	۰,۰۱۶			سطح معناداری	

۱-۲۹. کاربردی بودن برنامه‌های آموزشی



جدول شماره ۱-۲۹. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب اعتقاد به کاربردی بودن برنامه‌های آموزشی

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی	درصد	نوع نگرانی
۱۱,۶	خیلی زیاد	۱۴,۲	خیلی زیاد	۱۲,۴	خیلی زیاد
۴۱,۹	زیاد	۴۳,۸	زیاد	۴۲,۶	زیاد
۱۹,۸	نمی‌دونم	۱۷,۳	نمی‌دونم	۱۹	نمی‌دونم
۲۰,۹	کم	۱۹,۵	کم	۲۰,۴	کم
۵,۸	اصلا	۵,۲	اصلا	۵,۶	اصلا
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

در ادامه از بچه‌ها پرسیده شده که «به نظرت برنامه‌های آموزشی‌ای که میشه دانلود کرد چقدر به درد می‌خورن؟» بیش از نیمی از پاسخگویان در این سگمنت، برنامه‌های آموزشی را مفید و کاربردی میدانند که این میزان در شهرهای عمده بیشتر است.



کل کشور



جدول شماره ۱-۲۹. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب اعتقاد به کاربردی بودن برنامه‌های آموزشی

اعتقاد بچه‌ها به مفید بودن برنامه‌های آموزشی اینترنت، در فرزندان پدراهای دهه پنجاه بیشتر از فرزندان پدراهای دهه چهل بوده است.

کل نمونه	گروه های سنی پدر			
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال		
۱۲,۱	۱۱,۳	۱۲,۸	خیلی زیاد	به نظرت برنامه‌های آموزشی که همیشه داندود کرد چقدر به درد میخورن؟
۴۲,۵	۳۹,۹	۴۴,۸	زیاد	
۱۹,۳	۲۲,۷	۱۶,۴	نمی دونم	
۲۰,۸	۱۹,۳	۲۲,۱	کم	
۵,۳	۶,۸	۳,۹	اصلا	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۱۱,۱۴۹			مقدار خی دو	
۰,۱۰۸			ضریب کرامر	
۰,۰۲۵			سطح معناداری	

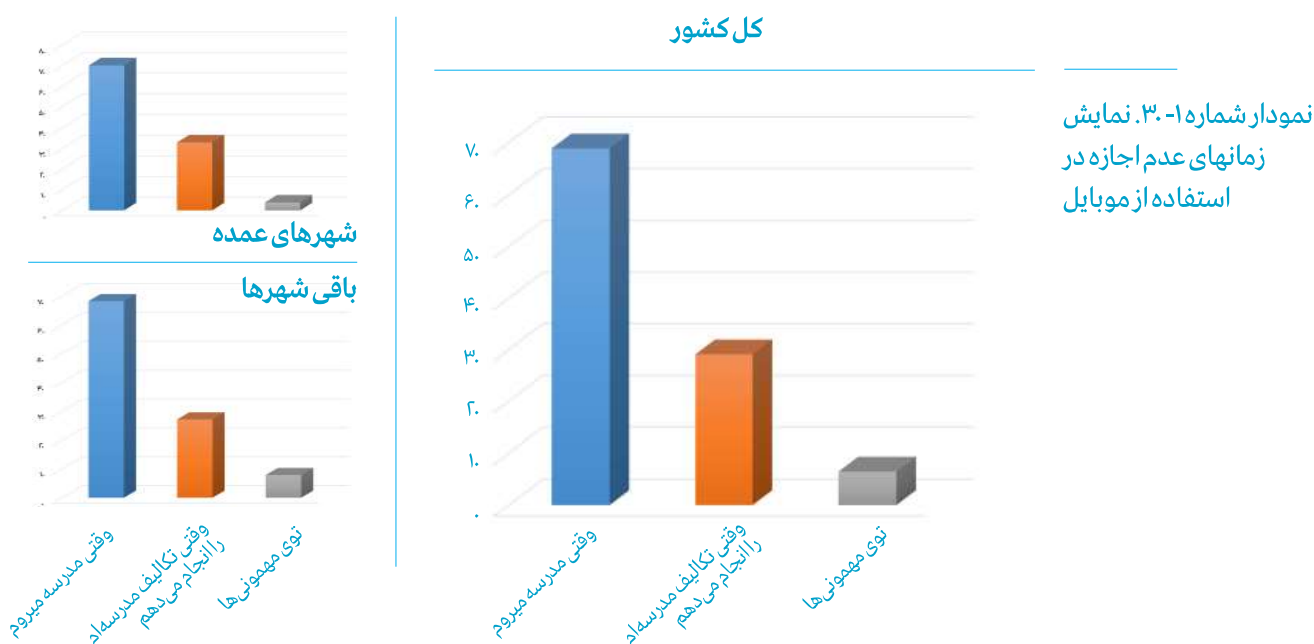
۳-۱. زمانهای عدم اجازه در استفاده از موبایل



باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	زمانهای عدم اجازه	درصد	زمانهای عدم اجازه	درصد	زمانهای عدم اجازه
۶۸,۳	وقتی مدرسه میرم	۷۰,۱	وقتی مدرسه میرم	۶۸,۹	وقتی مدرسه میرم
۲۷,۲	وقتی تکالیف مدرسه ام را انجام می دم	۳۲,۹	وقتی تکالیف مدرسه ام را انجام می دم	۲۹,۱	وقتی تکالیف مدرسه ام را انجام می دم
۷,۹	توی مهمونیا	۳,۸	توی مهمونیا	۶,۵	توی مهمونیا

جدول شماره ۱-۳۰. توزیع فراوانی زمانهای عدم اجازه در استفاده از موبایل

در این بخش پرسیده شد که «چه زمانهایی اجازه استفاده از موبایل نداری؟». بیشترین زمان عدم اجازه برای استفاده از موبایل، هنگام مدرسه رفتن بوده که در حدود هفتاد درصد فراوانی داشته است. زمان انجام تکالیف مدرسه با حدود سی درصد، پس از آن قرار گرفته است.



والدین دانشگاهی در زمان انجام تکلیف فرزندشان، کمتر اجازه استفاده از موبایل را میدهند.

کل نمونه	وضعیت تحصیلات والدین		خیر	وقتی تکالیف مدرسه ام را انجام می دم
	دانشگاهی	غیر دانشگاهی		
۷۰,۸	۶۶,۰	۷۴,۰	خیر	وقتی تکالیف مدرسه ام را انجام می دم
۲۹,۲	۳۴,۰	۲۶,۰	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
	۷,۷۹۰		مقدار خی دو	
	۰,۰۸۵		ضریب فی	
	۰,۰۰۵		سطح معناداری	

۱-۳۱. منبع تهیه برنامه ها



جدول شماره ۱-۳۱. توزیع منابع مراجعه برای تهیه برنامه ها

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	منابع تهیه	درصد	منابع تهیه	درصد	منابع تهیه
۴۹,۴	از اینترنت دانلود میکنم	۵۱,۹	از اینترنت دانلود میکنم	۵۰,۲	از اینترنت دانلود میکنم
۲۵,۵	استفاده از کانالها و گروههای اینترنت	۲۴,۵	استفاده از کانالها و گروههای اینترنت	۲۵,۲	استفاده از کانالها و گروههای اینترنت
۱۷,۷	از مراکز فروش محصولات فرهنگی CD یا DVD میخرم	۱۴,۸	از مراکز فروش محصولات فرهنگی CD یا DVD میخرم	۱۶,۷	از مراکز فروش محصولات فرهنگی CD یا DVD میخرم
۱۴,۵	استفاده از تلویزیون و ماهواره	۱۴,۶	استفاده از تلویزیون و ماهواره	۱۴,۵	استفاده از تلویزیون و ماهواره
۸	از توی سایت های داخلی و خارجی مطلب، بازی ویدیو میگیرم	۱۰,۲	از توی سایت های داخلی و خارجی مطلب، بازی ویدیو میگیرم	۸,۷	از توی سایت های داخلی و خارجی مطلب، بازی ویدیو میگیرم

در ادامه پرسیده شد «کلاً برنامه هایی رو که دوست داری کجا پیدا می کنی؟». دانلود از اینترنت پنجاه درصد، استفاده از کانالها و گروههای اینترنت ۲۵ درصد، خرید از مراکز فروش محصولات ۱۶,۷ درصد، استفاده از تلویزیون و ماهواره ۱۴,۵ درصد و استفاده از سایتها ۸,۷ درصد فراوانی داشته است. وضعیت شهرهای عمده و باقی شهرها تقریباً نزدیک به هم است.

جدول شماره ۱-۳۱. توزیع منابع مراجعه برای تهیه برنامه ها



استفاده از سایت‌های اینترنتی برای تهیه برنامه‌ها، در فرزندان مادرهای دهه پنجاه بیشتر بوده و در فرزندان مادرهای دهه شصت کمتر بوده است.

کل نمونه	گروه های سنی مادر				
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال	۲۵ تا ۳۵ سال		
۹۱,۳	۹۲,۶	۸۹,۷	۹۵,۳	خیر	از توی سایت‌های داخلی و خارجی مطلب، بازی ویدیو می گیرم
۸,۷	۷,۴	۱۰,۳	۴,۷	بله	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع	
۶,۵۹۱				مقدار خی دو	
۰,۰۷۹				ضریب کرامر	
۰,۰۳۷				سطح معناداری	

استفاده از تلویزیون و ماهواره برای برنامه‌های مورد علاقه، در فرزندان پدرهای دهه پنجاه بیش از فرزندان پدرهای دهه چهل بوده است.

کل نمونه	گروه های سنی پدر				
	۴۶ تا ۵۵ سال	۳۶ تا ۴۵ سال			
۸۶,۰	۸۹,۳	۸۳,۲	خیر	استفاده از تلویزیون و ماهواره	
۱۴,۰	۱۰,۷	۱۶,۸	بله		
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع		
۷,۳۶۲				مقدار خی دو	
۰,۰۸۸				ضریب فی	
۰,۰۰۷				سطح معناداری	

۱-۳۲. میزان استفاده از موبایل در روز



جدول شماره ۱-۳۲. توزیع فراوانی میزان استفاده از موبایل در روز

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد	میزان استفاده	درصد	میزان استفاده	درصد	میزان استفاده
۲۲,۱	یک ساعت و کمتر	۲۳,۲	یک ساعت و کمتر	۲۲,۵	یک ساعت و کمتر
۲۴,۸	دو ساعت	۳۰,۳	دو ساعت	۲۶,۷	دو ساعت
۱۹,۸	سه ساعت	۲۱,۹	سه ساعت	۲۰,۵	سه ساعت
۱۲,۳	چهار ساعت	۱۰,۹	چهار ساعت	۱۱,۹	چهار ساعت
۸,۱	پنج ساعت	۵,۵	پنج ساعت	۷,۲	پنج ساعت
۱۲,۹	بیشتر از ۶ ساعت	۸,۲	بیشتر از ۶ ساعت	۱۱,۳	بیشتر از شش ساعت
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

از کسانی که از موبایل استفاده می‌کنند پرسیده شد «سر جمع تو به روز چند ساعت با موبایل سر و کار داری؟». ۲۲,۵ درصد یک ساعت و کمتر، ۲۴,۷ درصد دو ساعت، ۲۰,۵ درصد سه ساعت، ۱۱,۹ درصد چهار ساعت، ۷,۲ درصد پنج ساعت و ۱۱,۳ درصد بیش از شش ساعت از موبایل استفاده می‌کنند. میزان استفاده در باقی شهرها کمی بیشتر از شهرهای عمده است. نتیجه این بخش، ارتباط معناداری با مشخصه‌های مربوط به والدین از قبیل سن و تحصیلات، ندارد.

نمودار شماره ۱-۳۲. نمایش میزان استفاده از موبایل در روز



۲- متغیرهای جمعیت شناختی

۱-۲. سن پدر پاسخگو

جدول شماره ۱-۲. توزیع فراوانی افراد بر حسب سن پدر

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	سن	درصد معتبر	سن	درصد معتبر	سن
۲,۹	۲۵ تا ۳۵ سال	۲,۷	۲۵ تا ۳۵ سال	۲,۹	۲۵ تا ۳۵ سال
۴۹,۷	۳۶ تا ۴۵ سال	۴۶,۶	۳۶ تا ۴۵ سال	۴۸,۷	۳۶ تا ۴۵ سال
۳۹,۶	۴۶ تا ۵۵ سال	۴۲,۸	۴۶ تا ۵۵ سال	۴۰,۶	۴۶ تا ۵۵ سال
۷,۸	بالاتر از ۵۵ سال	۷,۹	بالاتر از ۵۵ سال	۷,۸	بالاتر از ۵۵ سال
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

نمودار شماره ۱-۲. نمایش پاسخگویان بر حسب سن پدر

بیشترین فراوانی در بازه های سنی برای پدران ، رده سنی ۳۶ تا ۴۵ سال بوده و پس از آن ۴۶ تا ۵۵ سال قرار داشته است.



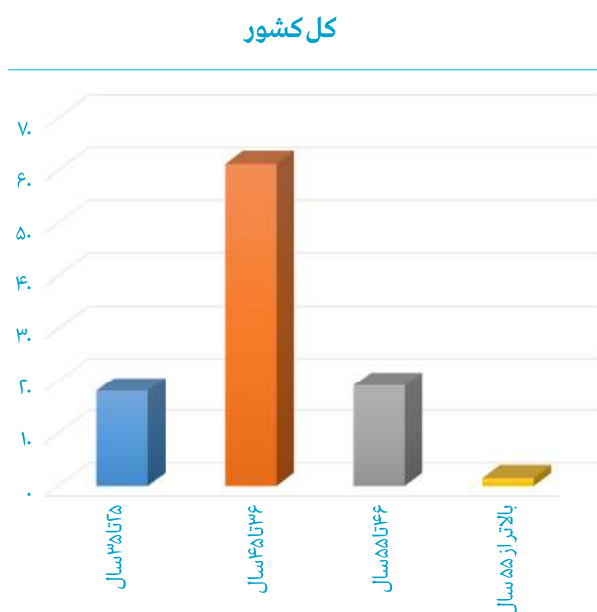
۲-۲. سن مادر پاسخگو



جدول شماره ۲-۲. توزیع فراوانی افراد بر حسب سن مادر

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
سن	درصد معتبر	سن	درصد معتبر	سن	درصد معتبر
۲۵ تا ۳۵ سال	۱۹,۵	۲۵ تا ۳۵ سال	۱۵	۲۵ تا ۳۵ سال	۱۸,۱
۳۶ تا ۴۵ سال	۶۱,۹	۳۶ تا ۴۵ سال	۶۰,۱	۳۶ تا ۴۵ سال	۶۱,۳
۴۶ تا ۵۵ سال	۱۷,۱	۴۶ تا ۵۵ سال	۲۳,۶	۴۶ تا ۵۵ سال	۱۹,۲
بالاتر از ۵۵ سال	۱,۵	بالاتر از ۵۵ سال	۱,۳	بالاتر از ۵۵ سال	۱,۵
جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰

بر اساس داده‌های جدول فوق بیشترین رده سنی مادرها در هر سه گروه شهرها به گروه سنی ۳۶ تا ۴۵ سال تعلق دارد.



نمودار شماره ۲-۲. نمایش پاسخگویان بر حسب توزیع سن مادر

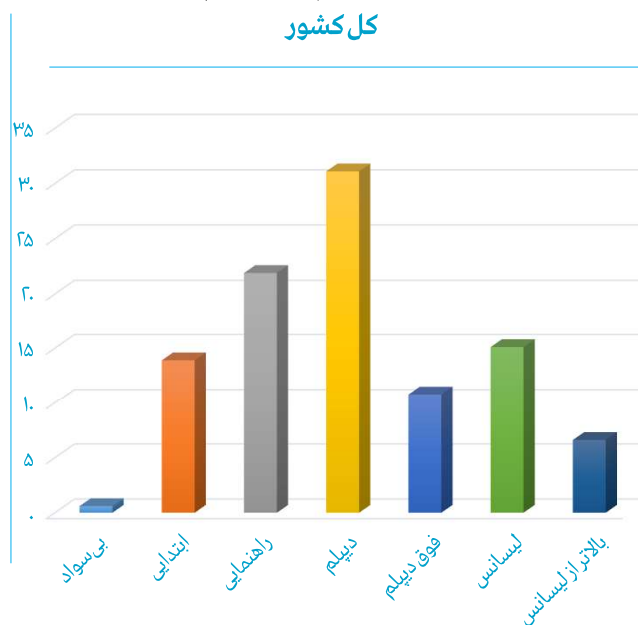
۳-۲. تحصیلات پدر پاسخگو



جدول شماره ۲-۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات پدر

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	تحصیلات	درصد معتبر	تحصیلات	درصد معتبر	تحصیلات
۰,۶	بی سواد	۰,۵	بی سواد	۰,۶	بی سواد
۱۵,۳	ابتدایی	۱۱	ابتدایی	۱۳,۹	ابتدایی
۲۱,۸	راهنمایی	۲۲	راهنمایی	۲۱,۹	راهنمایی
۲۹,۴	دیپلم	۳۴,۶	دیپلم	۳۱,۱	دیپلم
۱۰	فوق دیپلم	۱۲,۳	فوق دیپلم	۱۰,۸	فوق دیپلم
۱۵,۸	لیسانس	۱۳,۷	لیسانس	۱۵,۱	لیسانس
۷	بالتر از لیسانس	۵,۹	بالتر از لیسانس	۶,۶	بالتر از لیسانس
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

بر اساس جدول فوق، بیشترین تعداد فراوانی متعلق به دسته دیپلمه‌ها است. یافته‌ها حاکی از آن است که از میان پدران در شهرهای عمده ۶۸ درصد بدون تحصیلات دانشگاهی هستند. این رقم در میان پاسخگویان باقی شهرها ۶۷ درصد است.



نمودار شماره ۲-۳. نمایش پاسخگویان بر حسب توزیع میزان تحصیلات پدر

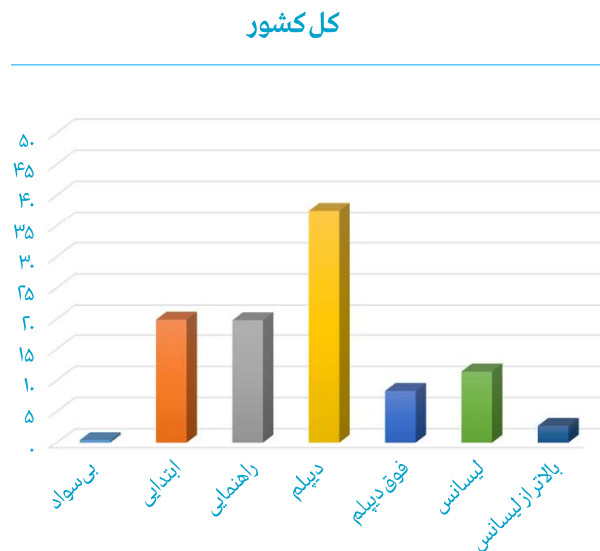
۴-۲. تحصیلات مادر پاسخگو



جدول شماره ۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات مادر

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	تحصیلات	درصد معتبر	تحصیلات	درصد معتبر	تحصیلات
۰,۶	بی سواد		بی سواد	۰,۴	بی سواد
۲۱,۷	ابتدایی	۱۶,۳	ابتدایی	۱۹,۹	ابتدایی
۲۰,۷	راهنمایی	۱۷,۹	راهنمایی	۱۹,۸	راهنمایی
۳۴,۹	دیپلم	۴۲,۹	دیپلم	۳۷,۵	دیپلم
۸,۱	فوق دیپلم	۸,۸	فوق دیپلم	۸,۳	فوق دیپلم
۱۱,۶	لیسانس	۱۰,۹	لیسانس	۱۱,۴	لیسانس
۲,۴	بالتر از لیسانس	۳,۲	بالتر از لیسانس	۲,۷	بالتر از لیسانس
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

بیشترین میزان فراوانی متعلق به دسته دیپلمه‌ها است. یافته‌ها حاکی از آن است که از میان مادران در شهرهای عمده ۷۷ درصد بدون تحصیلات دانشگاهی هستند. این رقم در میان پاسخگویان باقی شهرها ۷۸ درصد است.



نمودار شماره ۲-۴. نمایش پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات مادر

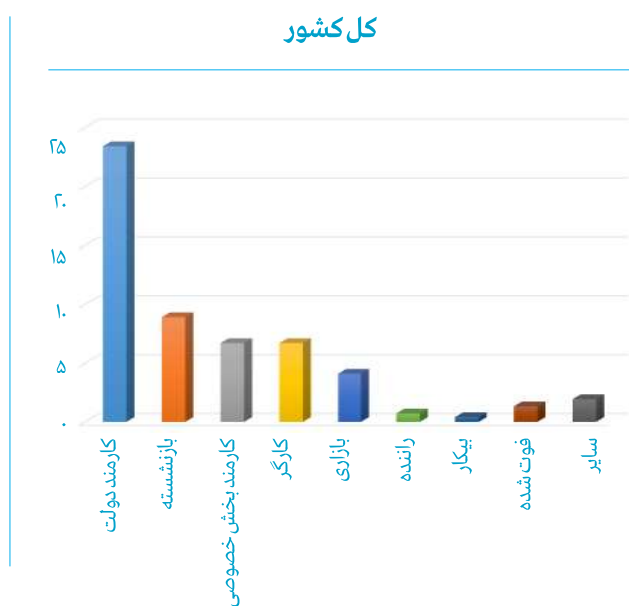
۵-۲. وضعیت فعالیت پدر پاسخگو



جدول شماره ۲-۵. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت فعالیت پدر

باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	فعالیت	درصد معتبر	فعالیت	درصد معتبر	فعالیت
۴۵,۸	شغل آزاد	۴۶,۶	شغل آزاد	۴۶,۱	شغل آزاد
۲۴,۹	کارمند دولت	۲۰,۲	کارمند دولت	۲۳,۴	کارمند دولت
۸,۶	بازنشسته	۹,۵	بازنشسته	۸,۹	بازنشسته
۵,۷	کارمند بخش خصوصی	۹	کارمند بخش خصوصی	۶,۷	کارمند بخش خصوصی
۶,۸	کارگر	۶,۵	کارگر	۶,۷	کارگر
۴	بازاری	۴,۴	بازاری	۴,۱	بازاری
۰,۵	راننده (تمامی اتومبیلها)	۱,۱	راننده (تمامی اتومبیلها)	۰,۷	راننده (تمامی اتومبیلها)
۰,۳	بیکار	۰,۵	بیکار	۰,۴	بیکار
۱,۹	فوت شده	-	فوت شده	۱,۳	فوت شده
۱,۳	سایر	۲,۴	سایر	۱,۹	سایر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

بیشترین فراوانی وضعیت فعالیت پدران، شغل آزاد بوده و پس از آن، کارمند دولت قرار داشته است.



نمودار شماره ۲-۵. نمایش پاسخگویان بر حسب وضعیت فعالیت پدر

۶-۲. وضعیت فعالیت مادر پاسخگو

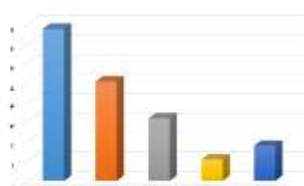


جدول شماره ۶-۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت فعالیت مادر

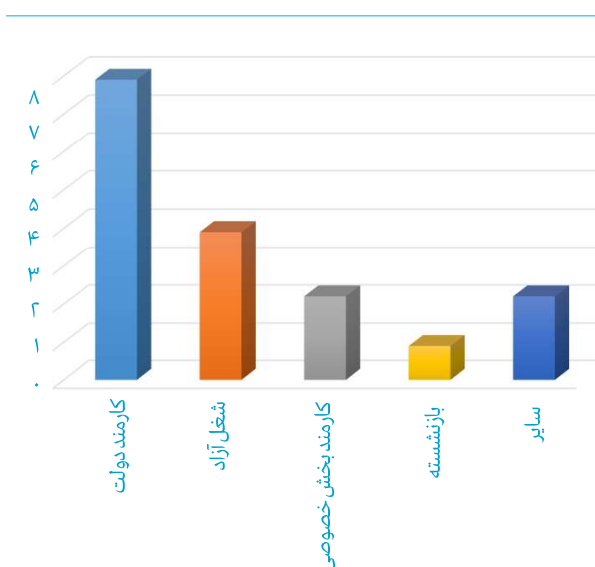
باقی شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
فعالیت	درصد معتبر	فعالیت	درصد معتبر	فعالیت	درصد معتبر
خانه دار	۸۳,۹	خانه دار	۸۱,۲	خانه دار	۸۳
کارمند دولت	۸	کارمند دولت	۷,۸	کارمند دولت	۷,۹
شغل آزاد	۳,۳	شغل آزاد	۵,۱	شغل آزاد	۳,۹
کارمند بخش خصوصی	۱,۸	کارمند بخش خصوصی	۳,۲	کارمند بخش خصوصی	۲,۲
بازنشسته	۰,۹	بازنشسته	۱,۱	بازنشسته	۰,۹
سایر	۲,۱	سایر	۱,۸	سایر	۲,۲
جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰

بیشترین فراوانی وضعیت فعالیت مادران، خانه‌داری بوده و پس از آن، کارمند دولت قرار داشته است.

شهرهای عمده



کل کشور



نمودار شماره ۶-۲. نمایش پاسخگویان بر حسب وضعیت فعالیت مادر

باقی شهرها

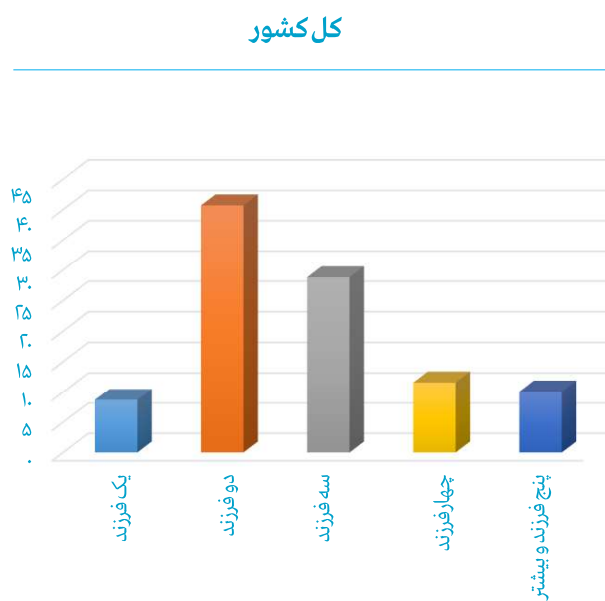


۷-۲. تعداد فرزندان

جدول شماره ۷-۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تعداد فرزندان

شهرهای عمده		شهرهای عمده		کل کشور	
تعداد	درصد معتبر	تعداد	درصد معتبر	تعداد	درصد معتبر
یک فرزند	۶,۶	یک فرزند	۱۲,۹	یک فرزند	۸,۷
دو فرزند	۳۸,۱	دو فرزند	۴۶,۱	دو فرزند	۴۰,۷
سه فرزند	۲۹,۸	سه فرزند	۲۶,۷	سه فرزند	۲۸,۸
چهار فرزند	۱۲,۸	چهار فرزند	۹,۲	چهار فرزند	۱۱,۶
پنج فرزند و بیش تر	۱۲,۷	پنج فرزند و بیش تر	۵,۱	پنج فرزند و بیش تر	۱۰,۱
جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰

در حدود نیمی از خانواده‌ها یک یا دو فرزند دارند. بیشترین فراوانی را گروه دارای دو فرزند داشته است.



نمودار شماره ۷-۲. نمایش پاسخگویان بر حسب تعداد فرزندان

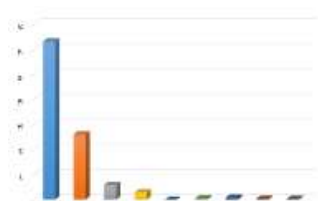
۸-۲. قومیت



جدول شماره ۸-۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب قومیت

سایر شهرها		شهرهای عمده		کل کشور	
درصد معتبر	قوم	درصد معتبر	قوم	درصد معتبر	قوم
۴۹	فارس	۶۳,۳	فارس	۵۳,۶	فارس
۱۸,۸	ترک	۲۶	ترک	۲۱,۱	ترک
۱۲,۲	لر	۵,۹	لر	۱۰,۲	لر
۱۱,۲	کرد	۲,۹	کرد	۸,۵	کرد
۳,۲	مازنی	-	مازنی	۲,۲	مازنی
۲,۷	گیلک	۰,۵	گیلک	۲	گیلک
۱,۱	عرب	۰,۸	عرب	۱	عرب
۰,۸	بلوچ	۰,۳	بلوچ	۰,۶	بلوچ
۱,۱	سایر	۰,۳	سایر	۰,۹	سایر
۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰	جمع

چنانکه مشاهده می شود، در هر سه یافته بیشترین درصد پاسخگویان فارس و پس از آن ترک بوده است.

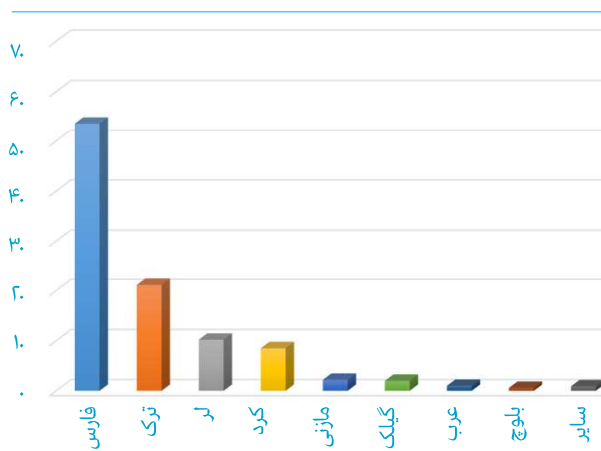


شهرهای عمده



باقی شهرها

کل کشور



نمودار شماره ۸-۲. نمایش پاسخگویان بر حسب قومیت

**مطالعه‌ی کیفی
رفتارهای مصرفی
کودکان در شهر تهران**



مقدمه

ساناز اصفهانی

این گزارش نتیجه تحلیلی جمع‌بندی ۶۰ مصاحبه عمیق انجام شده روی کودکان و نوجوانان ساکن تهران در سه گروه سنی ۶ تا ۱۱ سال / ۱۲ تا ۱۴ سال / ۱۵ تا ۱۸ سال به تفکیک جنسیت است. مناطق مختلف تهران به ۵ ZONE شامل مناطق «شمالی»، «مرکزی»، «شرقی»، «غربی» و «جنوبی و جدید» تقسیم شدند که شرح دقیق منطقه بندی بر اساس مناطق شهرداری در زیر آورده شده است:

مناطق ۱ شامل مناطق شهرداری:

۱، ۳ و فازیک شهرک غرب در منطقه ۲ و بخش شمالی منطقه ۶ (شمال)

مناطق ۲ شامل مناطق شهرداری:

۵، ۲۱، ۲ به جز فازیک شهرک غرب (غرب)

مناطق ۳ شامل مناطق شهرداری:

۱۲، ۱۱، ۱۰، ۹ و بخش جنوبی منطقه ۶ (مرکز)

مناطق ۴ شامل مناطق شهرداری:

۱۷، ۱۴، ۱۶، ۱۵، ۱۹، ۲۰، ۶، ۲۲، ۱۸ (جنوب و جدید)

مناطق ۵ شامل مناطق شهرداری:

۴، ۷، ۸، ۱۳ (شرق)

در نهایت ۳ گروه سنی، ۲ گروه جنسیتی و ۵ گروه منطقه‌ای، ۳۰ سگمنت تحقیق را مشخص کرد. در هر سگمنت دو مصاحبه عمیق انجام شد و از نتیجه این پژوهش ۶۰ مصاحبه عمیق، یک گزارش تحلیلی در هر گروه سنی و یک گزارش جامع تحلیلی استخراج شد.

آنچه در این مستند آورده شده است، گزارش نهایی جمع‌بندی مصاحبه‌های انجام شده در کل سگمنت‌ها است.

هدف از این مصاحبه‌ها پاسخ به ۳۶ پرسش توصیفی و ۵ سوال استنتاجی در مورد سبک زندگی کودکان و نوجوانان تهرانی مرتبط با ابزار و سرویس‌های ارتباط مخابراتی است.

مصاحبه‌ها در طول زمستان سا ۹۵ توسط تیم سه نفره مصاحبه‌گر انجام شد و مدت هر مصاحبه تقریباً سی دقیقه تا یک ساعت بود. در صورت حضور کودک/نوجوان با والدینش یک مصاحبه جداگانه نیز با والدین کودک برای پاسخ دادن به بخش دوم سوالات توصیفی، انجام شد.

روش انتخاب نمونه‌ها به شکل انتخاب رندوم دو نمونه در هر گروه هدف با اعلام در شبکه‌های اجتماعی مختلف، معرفی در شبکه‌های ارتباطی مصاحبه‌گران و ... بوده است.

نمونه‌ها از یک خانواده یا کلاس مشترک انتخاب نشده‌اند و تلاش شده بیشترین میزان پوشش مناطق جغرافیایی در نظر گرفته شود.

پرسش‌های توصیفی

الف) پرسش‌های توصیفی کودکان

۱. بچه از موبایل و تبلت استفاده می‌کند؟ اگر نه چرا؟

عموما کودکان یا تبلت و یا موبایل دارند. در صورتی که کودک هیچ دیوایس الکترونیکی شخصی هم نداشته باشد، حتما گهگاه و یا مرتب از موبایل و تبلت سایر اعضای خانواده برای بازی کردن و دانلود نرم‌افزارها استفاده می‌کند. در موارد معدودی کودکان هم تبلت و هم موبایل داشتند که در این صورت بیشتر از یکی از این دو استفاده می‌کردند. با افزایش سن کودکان اقبال به استفاده از تبلت در مقابل گوشی تلفن همراه کاهش می‌یابد.

به نظر می‌رسد کودکان ابتدا استفاده از تبلت شخصی‌شان را شروع می‌کنند و بعد صاحب گوشی تلفن همراه می‌شوند.

سن استفاده جدی از تلفن همراه تابع سن استفاده از سیم‌کارت به عنوان یک دارایی شخصی و وسیله ارتباطی برای کودک است و تا قبل از آن کودکان تمایل بیشتری به استفاده از تبلت برای بازی کردن دارند و دیوایس الکترونیک وسیله برقراری ارتباط در همه جا و همه وقت نیست.

۲. مال خودش است یا از گوشی دیگران استفاده می‌کند؟ پدر یا مادر / خواهر یا برادر

عموما کودکان تبلت یا گوشی تلفن همراه خودشان را دارند و یا از گوشی و تبلت

خواهر/برادر بزرگ‌ترشان استفاده می‌کنند. در صورتی که کودکان دیوایس شخصی‌شان را نداشته باشند همیشه حداقل برای بازی کردن از موبایل یا تبلت دیگر اعضای خانواده استفاده می‌کنند. به ترتیب فراوانی بیشترین میزان قرض گرفتن و یا شریک شدن از مادر، خواهر یا برادر بزرگ‌تر و پدر بوده است.

۳. از چه زمانی استفاده از موبایل را شروع کرده؟

عموماً کودکان سن شروع استفاده از موبایل را حدود ۵ سالگی اعلام می‌کنند اما والدینشان گزارش می‌کنند که از سنین کوچک‌تر و بدون این‌که آموزش مستقیم دیده باشند توانایی استفاده از دیوایس‌های الکترونیک را داشتند. معمولاً بین سن ۶ تا ۱۰ سالگی صاحب دیوایس شخصی خودشان می‌شوند. در حدود نیمی از موارد اولین دیوایس الکترونیکی کودک، دیوایس قدیمی یکی از والدین یا اعضاء خانواده بوده اما به سرعت با دیوایس نویی که اختصاصاً برای کودک خریداری شده جایگزین شده است.

۴. چه گوشی‌ای دستش است؟

رنج متنوعی از تلفن‌های همراه و تبلت‌ها در مصاحبه شونده‌های مشاهده شد. معمول‌ترین برندهای مورد استفاده هوآوی، ایسوس و سامسونگ است. برندهای معمول در رده بعدی شامل لنوا و ZTE است. کودکان کوچک‌تر علی‌الخصوص در مواردی که هنوز استفاده از سیم‌کارت را شروع نکرده‌اند، استفاده از تبلت را به استفاده از گوشی تلفن همراه ترجیح می‌دهند زیرا این گروه از تبلت به عنوان وسیله بازی استفاده می‌کنند و هنوز دیوایس ارتباطی خود را همیشه و همه‌جا همراه ندارند. اما در مواردی که سیم‌کارت به عنوان یک دارایی ارتباطی شخصی مورد استفاده قرار می‌گیرد، کودکان ترجیح می‌دهند از سیم‌کارت خود در گوشی تلفن همراه استفاده کنند که حمل آن راحت‌تر است. گوشی‌های هوآوی به دلیل قیمت مناسب برای کودکان انتخاب شده و همچنین موبایل‌های این برند امکانات کافی برای پوشش دادن نیازهای کودکان را داراست. (توازن بین قیمت و امکانات) تبلت‌های ایسوس نیز به همین دلیل به صرفه بودن از نظر اقتصادی و دارا بودن

امکانات و کیفیت مناسب است. خریداری دیوایس‌های با برند سامسونگ و آیفون برای کودکان در رده سنی بالاتر از ۱۰ سال و تنها در سگمنت‌های با توانایی اقتصادی بالاتر مشاهده شد.

۵. قیمت تقریبی گوشی‌اش چقدر است؟

عموما قیمت دیوایس‌ها بین سیصد هزار تومان تا یک میلیون و دویست هزار تومان است. قیمت دیوایس‌های مورد استفاده در مناطق مختلف شهر متنوع بود. دیوایس‌های استفاده شده در مناطق مرکزی و شمالی شهر گران‌تر بود و در مناطق شرقی و غربی و جنوبی از دیوایس‌های ارزان‌تر برای استفاده کودکان انتخاب شده بود.

میزان رضایت‌مندی کودکان ارتباطی با گرانی و ارزانی دیوایس‌ها نداشت بلکه بیشتر تابع وضعیت عمومی دیوایس‌های دوستان و همکلاسی‌هایشان بود. مواردی از استفاده از دیوایس‌های ارزان‌تر یا گران‌تر هم مشاهده شد و رنج اعلام شده در بالا شامل معمول‌ترین دیوایس‌ها بود. در این رنج نیز میزان ۵۰۰ تا ۹۰۰ هزار تومان بیشترین عمومیت را داشت.

قیمت دیوایس‌های خریداری شده در گروه‌های مورد بررسی در مناطق شمال و مرکز بالاتر و در مناطق شرق و غرب و جنوب پایین‌تر بود اما تفاوت جدی در قیمت دیوایس‌های دختران و پسران در هر منطقه دیده نشد.

۶. سیم‌کارتش چیه؟ اگر از چند سیم‌کارت استفاده می‌کند ذکر شود

در صورت استفاده از سیم‌کارت والدین و کودکان سیم‌کارت‌های اعتباری ایرانسل را انتخاب می‌کنند.

در مواردی کودکان صاحب سیم‌کارت‌های بلااستفاده والدین می‌شوند که در این صورت سیم‌کارت هدیه ایرانسل و سیم‌کارت‌های قدیمی رایتل بیشترین عمومیت استفاده را دارد. به نظر می‌رسد تعدادی از والدین قبل از ارائه سرویس‌های اینترنت موبایل روی سیم‌کارت‌های ایرانسل و همراه اول‌شان، از سیم‌کارت رایتل به عنوان سیم‌کارت دوم استفاده می‌کردند که حالا دیگر کارکردی برایشان ندارد و حالا این سیم‌کارت‌ها را در اختیار فرزندانشان قرار می‌دهند اما استفاده از سیم‌کارت رایتل در کودکان فقط برای امکان برقراری تماس تلفنی از طرف والدینشان است و به محض

این‌که کودکان کاربر سرویس پایه اینترنت موبایل می‌شوند از رایتل به ایرانسل سوئیچ می‌کنند. دلیل این امر سرعت و کیفیت بالا و قیمت مناسب سرویس‌های اینترنت ایرانسل است و طبق بند ۱۳ این گزارش، تقریباً ۱۰۰٪ کاربری جدی کودکان از سیم‌کارت، استفاده از اینترنت موبایل است. استفاده از سیم‌کارت همراه اول تنها در صورت تمایل نوجوانان به داشتن خط ثابت و در گروه‌های سنی بالای ۱۴ سال دارای ارزش است و دلیل این امر را پرستیژ اجتماعی بالاتر سیم‌کارت همراه اول در مقابل سیم‌کارت ایرانسل عنوان می‌کنند. در گروه‌های سنی پایین‌تر چنین تمایل و نگرشی دیده نشد و حتی در پاسخ به این سوال که آیا در آینده دوست دارند سیم‌کارت همراه اول داشته باشند نیز پاسخ منفی دادند.

۷. فقط موبایل داره یا تبلت هم داره؟

کودکان عموماً یا تبلت و یا موبایل دارند. مواردی که کودکان یا نوجوانان از هر دو دیوایس استفاده می‌کردند دلیل عموماً این بوده که تا قبل از استفاده از سیم‌کارت شخصی، کودکان از تبلت استفاده می‌کردند و از سنی که صاحب سیم‌کارت شخصی شدند و تلفن همراهشان را همه‌جا و همیشه همراه داشتند، احساس نیاز به داشتن گوشی موبایل کردند.

در مواردی که مصاحبه شونده‌ها اعلام کردند که هم تبلت و هم گوشی موبایل دارند، عنوان کردند که بیشتر مواقع از گوشی موبایل‌شان استفاده می‌کنند و از وقتی صاحب موبایل شده‌اند کمتر از تبلت استفاده می‌کنند.

همان‌طور که شرح داده شد اقبال به استفاده از تبلت در گروه‌های سنی پایین‌تر بیشتر از سنین بزرگ‌تر است.

تبلت برای کاربرانی که بیشترین استفاده‌شان بازی کردن بود جذاب بود و گوشی موبایل برای کاربرانی که از برنامه‌های پیام‌رسان و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند مقبولیت بیشتری داشت.

۸. از موبایل بیش‌تر چه استفاده‌هایی می‌کنه؟

کودکان گروه سنی ۶ تا ۱۱ سال عموماً از موبایل و تبلت به عنوان وسیله بازی استفاده می‌کنند. اگر موبایل یا تبلت شخصی خودشان را داشته باشند تعداد زیادی بازی

را نصب می‌کنند و بازی‌ها را تست می‌کنند. نرم‌افزارهای نقاشی و رنگ‌آمیزی و همچنین نرم‌افزارهای ساده میکس صدا و ساختن موزیک‌های ساده و ادیت عکس نیز در این گروه از جذابیت برخوردار است. در صورتی که صاحب سیم‌کارت باشند، از برنامه‌های پیام‌رسان تلگرام و ایمو و لاین نیز استفاده می‌کنند. استفاده از اینستاگرام به طور جدی در این گروه وجود ندارد و در صورتی که اکانت اینستاگرام هم داشته باشند، همچنان کاربر فعال نیستند. در گروه‌های سنی بالاتر از ۱۱ سال با افزایش سن گرایش به استفاده از شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های پیام‌رسان افزایش پیدا می‌کند و کودکان و نوجوانان بیشترین استفاده خود از موبایل را برقراری ارتباط و دریافت محتوای صوتی و تصویری اعلام می‌کنند اما همچنان بازی کردن یکی از جدی‌ترین موارد استفاده همه گروه‌های سنی موضوع پژوهش بوده است. تیپ بازی‌های مقبول و جذاب برای گروه‌های سنی مختلف متفاوت است. همچنین نوع برنامه‌های پیام‌رسان و شبکه‌های اجتماعی در سگمنت‌های مختلف تفاوت است که به تشریح در بندهای بعدی توضیح داده خواهد شد.

۹. از اینترنت هم استفاده می‌کنه؟ اگر نه چرا؟

تقریباً همه کودکانی که دسترسی به دیوایس‌های الکترونیک دارند کاربر اینترنت هستند. اما زمان و نوع کاربری گروه‌های مختلف بسته به شکل دسترسی‌شان متفاوت است.

با یک برآورد غیردقیق، ۲۵ درصد میزان استفاده کودکان و نوجوانان از اینترنت، از طریق اینترنت موبایل تامین می‌شود و ۷۵ درصد از طریق اینترنت وای‌فای. کودکانی که در منزل یا در محل‌های دیگر دسترسی به وای‌فای داشته باشند، حتماً تلاش می‌کنند به جای اینترنت موبایل، از اینترنت وای‌فای استفاده کنند. دلیل این امر کاهش مصرف اینترنت موبایل و جلوگیری از تمام شدن بسته اینترنتی است که از طرف والدین به عنوان مصرف ملموس و قابل اندازه‌گیری آن‌ها برآورد می‌شود. کودکانی که مطلقاً دسترسی به منابع دیگر به جز اینترنت موبایل ندارند، نسبت به دانلود محتوای پر حجم حساس‌تر بوده و تلاش می‌کنند از روش‌های دیگری به محتوای دلخواهشان دسترسی پیدا کنند. آن‌ها معمولاً از دانلود فیلم‌ها و انیمیشن‌های حجیم را یا به صورت CD می‌خرند و یا از والدینشان می‌خواهند تا این

موارد را برایشان دانلود کنند. ارسال محتوا از طریق بلوتوث و یا کپی کردن روی هارد دیسک کمتر مورد استفاده قرار می‌گیرد.

میزان کنترل والدین روی رفتار کاربری کودک در فضای اینترنت رابطه جدی با میزان مصرف دارد. هر چه میزان نظارت والدین روی نحوه کاربری کودک از دیوایس‌های الکترونیک کاهش می‌یابد، میزان مصرف بیشتر می‌شود.

همچنین وضعیت اقتصادی و فرهنگی خانواده از شاخص‌های تاثیرگذار بر مصرف اینترنت است. نکته جالب این جاست که در خانواده‌های با وضعیت اقتصادی و سطح تحصیلات پایین‌تر والدین، کودکان زودتر کاربر شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های پیام‌رسان و از سنین پایین‌تری صاحب سیم‌کارت شخصی می‌شوند اما میزان مصرف اینترنت در این گروه‌ها همچنان پایین‌تر از گروه‌های با وضعیت اقتصادی و سطح تحصیلات والدین بالاتر، باقی می‌ماند.

تقریباً در تمام موارد کاربران اینترنت موبایل، سقف میزان اعتبار ماهانه قابل قبول برای مصرف کودکان در نظر گرفته شده بود. عمومی‌ترین پاسخ به میزان اعتبار مجاز مصرفی ماهانه، ۱۵ هزار تومان بود و کودکان اعلام کردند در صورتی که زودتر از پایان ماه اعتبارشان تمام شود، والدینشان بودجه اضافه‌ای برای خرید مجدد اعتبار به آن‌ها نخواهند داد و همچنین اکثر اراک‌های برای مدیریت سهم اعتبار ماهانه‌شان یافته بودند و اعلام کردند که معمولاً قبل از پایان ماه دچار کمبود اعتبار و بسته اینترنت موبایل نمی‌شوند.

به طور کلی میزان اعتبار سیم‌کارت تلفن همراه مصرفی دختران پایین‌تر از پسران مشاهده شد.

معمول‌ترین پاسخ به میزان مصرف اینترنت موبایل در ماه، ۳G بود. گرایش دختران به خرید بسته‌های روزانه اینترنت موبایل بیشتر از پسران است. دختران به طور معمول تنها در روزهای تعطیل از اینترنت استفاده می‌کنند در حالی که پسران بسته‌های هفتگی یا ماهانه خریداری می‌کنند.

۱. از چه برنامه‌ها یا نرم افزارهایی استفاده می‌کنه؟ شبکه‌های اجتماعی یا پیام‌رسان، Telegram, Line, Tango, whatsapp, imo, viber, Instagram, Facebook, twitter

در گروه سنی ۶ تا ۱۱ سال عموماً کودکان از شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های پیام‌رسان استفاده نمی‌کنند. دلیل این امر عدم مالکیت سیم‌کارت شخصی و اعمال محدودیت و ممنوعیت از طرف والدین است. در گروه سنی ۶ تا ۱۱ سال استفاده از تلگرام، ایمو و لاین معمول تر است. با افزایش سن گرایش به استفاده از برنامه پیام‌رسان لاین کاهش می‌یابد. کودکان عموماً دلیل انتخاب و استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان را میزان رواج آن در بین گروه‌های هم‌سن و سال خود اعلام می‌کنند. با افزایش سن استفاده از برنامه واتساپ افزایش می‌یابد. معمولاً کودکانی که اقوام نزدیکی خارج از کشور دارند و تمایل دارند با آنها تماس صوتی داشته باشند از برنامه واتساپ استفاده می‌کنند. تلگرام در تمام گروه‌های سنی بیشترین مقبولیت را دارد و عدم امکان تماس صوتی نیز از طریق برنامه ایمو پوشش داده می‌شود. اینستاگرام محبوب‌ترین شبکه اجتماعی در بین گروه‌های سنی مورد بررسی است. کودکان ساختن اکانت اینستاگرام را به طور معمول در حدود سن ۱۰ سالگی آغاز می‌کنند و تا حدود ۱۴ سالگی کاربر هر روزه و جدی این شبکه اجتماعی نیستند. در سنین پایین‌تر معمولاً گرایش دارند که عکس‌های دانلودی از موضوعات مورد علاقه‌شان را به اشتراک بگذارند. این موضوعات عموماً به ترتیب شامل موارد زیر است:

- در بین پسران: اتومبیل‌ها، فوتبالیست‌ها، قهرمانان فیلم‌های Supper Heros
 - در بین دختران: هنرپیشه‌های ایرانی و خارجی، کاراکترهای انیمیشن‌ها، باری‌ها، عکس‌های مرتبط با دیزاین و فشن، فوتبالیست‌ها
- از حدود ۱۳ - ۱۴ سالگی نوجوانان عکس‌هایی که خودشان از زندگی روزمره‌شان می‌گیرند را در اینستاگرام به نمایش می‌گذارند و تمایل برای دریافت تایید (Like بیشتر) و افزایش تعداد Follower ها همزمان با شروع تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی معنادار می‌شود.
- گرایش به استفاده از اینستاگرام در بین دختران از سنین پایین‌تر شروع می‌شود (برآورد غیر دقیق حدود ۱۲ سالگی در دختران و ۱۵ سالگی در پسران) اما تمایل به جذب Like و Follower بیشتر در هر دو جنسیت پس از این سن، وجود دارد. کودکان عموماً اعلام کردند که به ندرت از امکان ارسال پیام در اینستاگرام استفاده

می‌کنند اما همه مواردی که روزانه اکانت اینستاگرامشان را چک می‌کردند از قابلیت استفاده از فیس بوک تقریباً در هیچ‌کدام از موارد بررسی این پژوهش مشاهده نشد. مواردی که اعلام کردند اکانت فیس بوک دارند نیز یا به دلیل اعمال فیلترینگ روی این شبکه اجتماعی، در حال حاضر از فیس بوکشان استفاده نمی‌کردند و یا اساساً اکانتشان در سنین پایین توسط یکی از اعضای خانواده یا بزرگ‌ترها ساخته شده بوده و خودشان هیچ‌وقت تمایلی به استفاده از آن نداشتند. بعضی از کودکان نیز اعلام کردند رمز کاربری‌شان را فراموش کرده‌اند.

استفاده از ایمیل هم در بین کودکان و نوجوانان چندان مرسوم نیست و عموماً فایل‌ها را از طریق تلگرام یا سایر برنامه‌های پیام‌رسان برای دیگران ارسال می‌کنند. مشابه فیس بوک عموماً اکانت ایمیل‌شان توسط فرد دیگری برایشان ساخته شده است.

استفاده از بروزرها با افزایش سن، افزایش می‌یابد. کودکان و نوجوانانی که کاربر جدی‌تر اینترنت هستند و دامنه کاربری‌شان از بازی کردن صرف فراتر رفته، عموماً معنای سرچ کردن (جستجو کردن) در اینترنت را می‌فهمند و سرچ کردن را بلدند. اما در گروه‌های سنی زیر ۱۵ سال معمولاً نام Browsers (مرورگرها) و Search Engine (موتورهای جستجوگر) را نمی‌دانند.

۱۱. بچه‌ها بیشتر علاقه مند هستند چه جور کارهایی رو انجام بدن، سرگرمی‌هاشون چیه؟

• تماشای انیمیشن

منابع مهم دسترسی کودکان به انیمیشن عبارتند از شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای نمایش انیمیشن مثل GEM Junior، خریداری DVD از فروشگاه‌ها یا فروشندگان DVD و دانلود.

دانلود یا توسط خود کودکان از طریق بات‌ها و کانال‌های تلگرام انجام می‌شود و یا توسط والدینشان. خرید DVD نیز عموماً با نظارت والدین انجام می‌شود. تماشای انیمیشن بخشی از برنامه تفریحی هرروزه کودکان در این گروه سنی است.

• بازی با موبایل یا تبلت

در صورت دسترسی به تبلت شخصی و اینترنت کودکان بازی‌هایشان را معمولاً به صورت تصادفی و با گشت و گذار در صفحات پیشنهادی استورها دانلود می‌کنند

و در صورتی که از بازی خوششان بیاید تا مدتی به بازی کردن ادامه می دهند. معمولاً در یک زمان، یک یا دو بازی برایشان از همه جذاب تر است و آن قدر بازی می کنند تا خسته شوند و بعد به سراغ بازی های دیگر می روند.

کودکان معمولاً بیشترین زمان را صرف بازی های امتیازی و شبیه سازی آفلاین و انفرادی می کنند. تیپ بازی ها در گروه های سنی مختلف و سگمنت دختران و پسران متفاوت است که متعاقباً تشریح خواهد شد.

• نقاشی کردن و رنگ آمیزی کردن

این بخش سرگرمی معمولاً در سنین زیر ۸ سال عمومیت دارد و بازمانده فعالیت های تفریحی سنین خردسالی است و با افزایش سن گرایش کودکان به نقاشی و رنگ آمیزی کاهش می یابد.

• ورزش

فعالیت های ورزشی به جز دوچرخه سواری در هر دو جنس و فوتبال بازی کردن در بین پسران، معمولاً به صلاح دید و انتخاب والدین صورت می گیرد. ورزش هایی که کودکان به عنوان فعالیت هایشان اعلام کردند عبارتند از شنا، اسکیت، سنگ نوردی، کاراته، والیبال، باله، ژیمناستیک

حدود نیمی از کودکان هیچ فعالیت ورزشی هدفمند و برنامه ریزی شده ای را دنبال نمی کنند و از بین مواردی که ورزش در برنامه زندگی شان قرار دارد نیز عمدتاً فعالیت های ورزشی شان را به عنوان بخشی از برنامه اوقات فراغت تابستانی در نظر می گیرند و در باقی زمان های سال فعالیت منسجم ورزشی ندارند.

استخر رفتن با والدین بویژه پسران با پدران بخشی از برنامه تفریحی برخی از موارد بررسی شده بود و عموماً از آن به عنوان یک برنامه تفریحی بسیار جذاب نام بردند.

• مهمانی رفتن

معاشرت با خانواده و دوستان عموماً همراه با والدین انجام می شود. در برخی موارد کودکان اجازه دارند به تنهایی در منزل اقوام و دوستان خانوادگی که کودکانی هم سن و هم جنس با کودک دارند حاضر شوند اما حتی در سنین بالاتر از ۱۵ سال نیز نظارت و کنترل والدین در رفت و آمد کودکان و نوجوانان شدید است. طبق انتظار نوجوانان پسر از سنین حدود ۱۵ سال اجازه تردد مستقل و تنها در شهر را پیدا می کنند و این سن برای دختران دیرتر است. تقریباً تمام موارد دختران مورد بررسی این پژوهش اعلام کردند که اجازه رفت و آمد تنهایی در شهر و یا همراه با گروه

دوستان هم‌سن و سال‌شان به آن‌ها داده نمی‌شود. در مناطق جنوب و مرکزی شهر پسران امکان بیشتری برای حضور مستقل در فضای شهری دارند و معاشرت و بازی با گروه‌های دوستان هم‌محله‌ای بخشی از برنامه تفریحی آن‌ها است. همچنین در بخش‌های جنوبی و مرکزی شهر معاشرت دختران با دوستان هم‌محله‌ای بیشتر از سایر نقاط شهر بود.

در سایر نقاط شهر، کودکان و نوجوانان تنها در صورت زندگی در شهرک‌ها گروه‌های دوستی هم‌محله‌ای تشکیل می‌دهند. در غیر این صورت حلقه دوستان خود را از بین هم‌کلاسی‌های مدرسه، فرزندان اقوام و دوستان خانوادگی یا هم‌کلاسی‌های کلاس‌های فوق‌برنامه‌شان انتخاب می‌کنند.

• شرکت در برنامه‌های مذهبی عاشورا و تاسوعا بخشی از برنامه‌های تفریحی برخی از کودکان است. شرکت در هیات‌ها برای پسران در تمام گروه‌های سنی و ابسطه به فرهنگ خانوادگی و میزان علاقه پدرانشان به شرکت در محافل مذهبی است.

• کودکان و نوجوانان عموماً میزان علاقه و گرایش خود به موضوعات مذهبی را «متوسط» اعلام می‌کنند. این بدین معناست که خود را مخالف مذهب نمی‌دانند و در عین حال افراط در موضوعات مذهبی را هم نمی‌پسندند. تنها دو نفر از افراد مصاحبه‌شونده اعلام کردند که نماز خواندن را دوست دارند و نمازهای یومیه‌شان را مرتب می‌خوانند. اما تمام کودکان و نوجوانانی که شرکت در برنامه‌های مذهبی عاشورا و تاسوعا را دوست داشتند اعلام کردند که در ایام محرم علاقه‌مند به گوش دادن به نوحه هستند و فایل‌های صوتی نوحه‌های جدید و دلخواهشان را دانلود می‌کنند و با دوستانشان به اشتراک می‌گذارند.

• تماشای فیلم

فیلم‌ها تا رده سنی ۱۵ سال معمولاً توسط والدین انتخاب می‌شود. بیشتر خانواده‌ها تمایل دارند فیلم‌های مناسب برای کودکان را از بین فیلم‌های کم‌دی ایرانی انتخاب کنند. همچنین فیلم‌های فانتزی (موسوم به و مپایری و خون‌آشام‌ها) در بین نوجوانان از محبوبیت بالایی برخوردار است. فیلم‌های تخیلی و Super Heroes در بین همه نوجوانان بویژه پسران و فیلم‌های اتوموبیل‌رانی از طریق تبلیغات دهان به دهان بین گروه‌های هم‌سن و یا از طریق تبلیغات شبکه‌های ماهواره‌ای به کودکان و نوجوانان معرفی می‌شود.

دسته‌ای از فیلم‌ها موسوم به فیلم‌های فانتزی دخترانه نیز با قهرمانی شخصیت‌های

نوجوان مونث مثل سری فیلم‌های Avengers و Hunger Game در بین دختران و پسران محبوبیت دارد اما خانواده‌ها معمولاً به دلیل مسائل فرهنگی دوست ندارند فرزندانشان این فیلم‌ها را ببینند و این در حالی است که والدین و خواهران و برادران بزرگ‌تر این فیلم‌ها را تماشا می‌کنند.

کودکان در سن بالاتر از ۱۵ سال عموماً فیلم‌های مورد علاقه‌شان را خودشان از منابع مختلف تأمین می‌کنند برای گروه‌های سنی کوچک‌تر هم، در صورت دسترسی کودک به تلگرام و حجم اینترنت کافی، کودکان دسترسی بالایی به فیلم‌های عامه‌پسند هالیوودی دارند و حتی در صورتی که اجازه تماشای این فیلم‌ها را نداشته باشند، به صورت مخفیانه و روی دیوایس‌های شخصی‌شان این فیلم‌ها را تماشا می‌کنند.

• گوش دادن به موسیقی

معمول‌ترین ژانر موسیقی به اعلام افراد مصاحبه شونده، رپ فارسی است و بعد از آن موسیقی هیپ هاپ و پاپ ایرانی تولید شده در ایران و خارج از ایران مصاحبه‌شونده‌ها عموماً اعلام کردند تمایل چندانی به شنیدن موسیقی غیر فارسی ندارند و ممکن است چند ژنر موسیقی غیر فارسی داشته باشند. مصاحبه‌شونده‌ها معمولاً نام خواننده‌ها و بندهای تولید کننده موسیقی را نمی‌دانند و تنها اسم چند خواننده بسیار معروف مثل Armin۲AFM، امیرتلوو و ZedBazi را می‌شناسند.

شنیدن موسیقی پاپ قدیمی تر دهه ۶۰ و ۷۰ هم در بین بعضی از افراد وجود دارد. کودکان و نوجوانان معمولاً قطعات موسیقی را با سرچ و از طریق وبسایت‌های دانلود بدون کپی‌رایت موزیک دریافت می‌کنند و یا از طریق بات‌های تلگرام و ارسال از طرف دوستان در تلگرام.

۱۲. آیا والدین در خرید بازی‌ها برای کودکان و نوجوانان نقش دارند؟

کودکان و نوجوانان معمولاً بازی‌های روی تبلت و تلفن همراهشان را خودشان انتخاب و دانلود می‌کنند. دلیل انتخاب عمدتاً بر مبنای بالاترین پیشنهادهای موجود در بازارهای اندرویدی است که به صورت رایگان ارائه می‌شود و اثر دهان به دهان بین سایر کودکان و نوجوانان. با افزایش سن میزان تاثیر دهان به دهان در انتخاب کودکان و نوجوانان افزایش می‌یابد و انتخاب بازی‌ها از حالت رندوم، به همراه

شدن با گروه‌های هم‌سن تغییر می‌کند. در تمام گروه‌های سنی نیز بسته به میزان روحیه جستجوگری کودکان، بازی‌های انتخابی هدفمندتر و متاثرتر از گرایش‌های شخصی کودک می‌شود.

در صورتی که کودک یا نوجوان کاربر کنسول‌های بازی باشد، یا از بازی‌های کامپیوتری هم استفاده کند، باز هم انتخاب بازی‌های دلخواهش با خودش و به ترتیب بر اساس تأثیر دهان به دهان از سایر گروه‌های سنی یا افراد بزرگسال، جستجو در اینترنت در مورد بازی‌های طرفدار روز و خواندن review‌های مرتبط با بازی‌ها است اما به توجه به قیمت بالای این بازی‌ها (بین ۵۰ تا ۱۸۰ هزار تومان برای هر بازی)، خرید بازی توسط والدین و با تأیید آن‌ها صورت می‌گیرد.

۱۳. بچه‌ها از میان تماس / اینترنت / اس ام اس کدام را بیش‌تر استفاده می‌کنند؟

درصد قابل توجهی از کودکان و نوجوانان فقط از سرویس‌های اینترنتی استفاده می‌کنند. تمام گروه‌های سنی موضوع بررسی علاقه‌مند هستند حتی تماس‌های صوتی‌شان را نیز با استفاده از سرویس‌های اینترنتی مثل ایمو و واتساپ انجام دهند و به جز در موارد اضطراری از تماس تلفنی استفاده نمی‌کنند.

برای کاربرانی که همیشه به اینترنت دسترسی دارند ارسال پیام کوتاه تقریباً به صفر رسیده است و برای سایرین نیز تقریباً استفاده‌ای ندارد.

تقریباً اکثر موارد تماس‌های صوتی دریافتی از طرف والدین و اعضای خانواده است. وقتی از کودکان پرسیده می‌شود چه کسانی با شما تماس می‌گیرند، عمدتاً اعلام می‌کنند مادرشان در مواقعی که می‌خواهد بداند کجا هستند و از احوالشان با خبر شود.

استفاده از تماس تلفنی با افزایش سن افزایش می‌یابد اما کودکان و نوجوانان همچنان تمایل دارند در صورت امکان استفاده از تلفن ثابت برای برقراری محدود تماس‌های تلفنی‌شان، تلفن ثابت را جایگزین تلفن همراه خودشان کنند و دلیل این امر این است که ترجیح می‌دهند کل بودجه‌ای که از طرف خانواده برای خرید اعتبار به آن‌ها تخصیص داده می‌شود را صرف خرید بسته‌های اینترنتی کنند.

سرویس‌های پایه مورد استفاده کودکان و نوجوانان به ترتیب عبارتند از: اینترنت - تماس صوتی - پیام کوتاه

برخی از کودکان قبلاً عضو سرویس‌های ارزش افزوده ۲G شده‌اند اما عموماً به

خوبی از این موضوع که عضویت در این سرویس‌ها هزینه مالی به همراه دارد آگاهند و بعد از یک بار عضویت، دیگر عضو سرویس‌ها نمی‌شوند. عموماً دلیل عضویت در سرویس‌ها را «دریافت شارژ رایگان» در متن بالک تبلیغاتی اعلام کردند.

۱۴. سر جمع بچه چند ساعت با موبایل سروکار دارد؟

والدین معمولاً زمان منطقی برای استفاده از موبایل را یک ساعت در روز در طول هفته و ۲ الی ۳ ساعت در روز در ایام تعطیلی اعلام می‌کنند اما کودکان به طور معمول بیشتر از این میزان از دیوایس‌هایشان استفاده می‌کنند. برای گروه کودکانی که دیوایس بدون سیم‌کارت دارند استفاده از موبایل معطوف به بازی است و معمولاً طبق گفته خودشان روزی ۲-۳ ساعت بازی می‌کنند. برای کودکان و نوجوانانی که سیم‌کارت شخصی دارند سر زدن مداوم به گوشی و چک کردن Notificationها و پیام‌های دریافتی جدید به صورت روتین اتفاق می‌افتد لذا برآورد زمانی مشخصی از استفاده از تلفن همراه ندارند.

۱۵. بچه‌ها چه ژانری از بازی‌ها رو دوست دارند یا بازی می‌کنن؟ جورچین/ امتیازی/ ماجراجویی/ شبیه سازی/ استراتژی....؟

گروه سنی ۶ تا ۱۱ سال

در این گروه سنی محبوب‌ترین بازی‌ها از نوع بازی‌ها جورچین، امتیازی و شبیه‌سازی هستند. بازی‌های dress up در بین دختران از محبوبیت بالایی برخوردار است. در بین مصاحبه‌شونده‌های ۱۰ سال به بالا بازی‌های آن‌لاین استراتژیک کم‌کم رواج پیدا می‌کند.

گروه سنی ۱۲ تا ۱۴ سال

بازی‌های ماجراجویی و امتیازی در این گروه سنی بالاترین اقبال را دارد. میزان گرایش به بازی‌های استراتژیک افزایش پیدا می‌کند. دختران علاقه‌مند به بازی‌های ماجراجویی و بازی‌های بالگویی کشف گنج و پیدا کردن قطعات گمشده یک پازل و حل هزارتو‌ها هستند اما پسران موضوع بررسی کمتر علاقه به چنین بازی‌هایی نشان دادند و اعلام کردند که بازی‌های سرعتی‌تر و امتیازی با عبور از موانع را ترجیح می‌دهند و این قبیل بازی‌ها به نظرشان کسل‌کننده می‌رسد.

۱۶. بچه‌ها اینترنت رو از کجا میارن؟ اینترنت گوشی یا وای فای خونه؟

طبق برآورد غیر دقیق از مصاحبه‌های انجام شده، ۲۵ درصد میزان استفاده گروه‌های مصاحبه شونده از اینترنت، از طریق اینترنت موبایل و ۷۵ درصد از طریق وای فای است.

چنان‌که شرح داده شد، کودکان بیشتر تمایل دارند در صورت امکان به اینترنت وای فای متصل شوند و عموماً ترجیح می‌دهند دانهادهای حجیم خود را از طریق اینترنت وای فای انجام دهند.

تنها در مواردی که در خانه و در هیچ محل دیگری امکان دسترسی به وای فای نداشته باشند، ۱۰٪ از اینترنت موبایل استفاده می‌کنند. حتی عموم افراد مصاحبه شونده که کاربر اینترنت بودند اعلام کردند که در مکان‌های مختلف به دنبال اینترنت وای فای رایگان و بدون پسورد می‌گردند و در صورت یافتن چنین منبعی حتی در صورت آتن‌دهی ضعیف و سرعت پایین و قطع و وصل شدن، ترجیح می‌دهند به جای اینترنت موبایلشان از وای فای رایگان استفاده کنند.

۱۷. اگه به اینترنت گوشی وصل می‌شن چطوری شارژ می‌کنن؟

خرید شارژ عموماً از طریق خرید کارت اعتباری انجام می‌شود. در مواردی که خرید شارژ از طریق کد USSD انجام می‌شود، این کار توسط والدین صورت می‌گیرد. خرید کارت شارژ در گروه سنی زیر ۱۵ سال توسط والدین صورت می‌گیرد و معمولاً به مقدار مشخصی در ماه (سقف مجاز استفاده از اعتبار سیم‌کارت که طبق توافق برای کودک در خانواده در نظر گرفته شده است) خریداری می‌شود و در صورتی که زودتر از زمان برآورد شده تمام شود، اعتبار بیشتری در اختیار کودک گذاشته نخواهد شد. برای گروه سنی بالای ۱۵ سال معمولاً خرید کارت شارژ توسط خد نوجوان و از فروشگاه‌ها انجام می‌شود. همچنین در صورتی که نوجوان با خرید اینترنتی آشنا باشد ممکن است با رمز اینترنتی و شماره کارت والدینش (معمولاً مادر) خرید را انجام دهد. موارد مصاحبه شده در گروه سنی ۱۵ تا ۱۸ سال اعلام کردند که وظیفه پرداخت قبضه‌ها و پرداخت‌های اینترنتی و یا حتی کارت به کارت کردن والدینشان را انجام می‌دهند چون این کارها برای والدینشان پیچیده است اما آن‌ها به راحتی دستورات عمل‌های اینترنتی را درک می‌کنند و انجام می‌دهند.

۱۸. وقتی به اینترنت وصل می شن چه کار می کنن؟

طبق آن چه تاکنون در این گزارش شرح داده شد اهم فعالیت های کودکان و نوجوانان در اینترنت معطوف به دانلود اپلیکیشن ها و محتوای صوتی و تصویری مختلف از طریق ابزارهای پیام رسان و یا وبسایت ها است. همچنین چک کردن Notification های اینستاگرام و پیام های جدید رسیده در اپلیکیشن های پیام رسان و کانال های تلگرام. انجام بازی های آن لاین اولویت بعدی بچه ها در زمان اتصال به اینترنت است. جستجوی عکس ها و اطلاعات مرتبط با موضوعات مختلف، علاقه مندی ها و سوالات ابهاماتشان و انجام تکالیف مدرسه نیز موضوع Search های آن ها در اینترنت است.

۱۹. بازی ها و برنامه ها شون رو از کجا می گیرن؟ مای اپز/ بازار/...

به ترتیب بازار، استور اندروید و مای اپز بیشترین میزان استفاده را بین مصاحبه شونده ها داشت. کودکان گروه سنی زیر ۱۰ سال معمولاً به صورت default از استور اندروید موجود روی دیوایس هایشان استفاده می کنند مگر این که شخص دیگری بازار را برایشان نصب کرده باشد اما نوجوانان سنین بزرگ تر معمولاً به عنوان اولین گزینه برای دسترسی مناسب به اپلیکیشن های مورد نیازشان، از بازار استفاده می کنند. همچنین کودکان از سن شروع Search در اینترنت در صورت پیدا نکردن اپلیکیشن ها در بازارهای معمول، apk اپلیکیشن ها را در اینترنت جستجو می کنند. مصاحبه شونده ها اعلام کردند که وجود review به زبان فارسی در یک app store برایشان از اهمیت بالایی برخوردار است.

۲۰. بازی هایی که بچه ها انجام می دن چه جوریه؟ آنلاین/ آفلاین، گروهی / تکی، خارجی/ ایرانی در مورد آخر

همه انواع بازی در تمام گروه های سنی و جنسیتی مشاهده شد. اما عمومیت بازی های آفلاین و انفرادی بیشتر از سایر بازی ها بود. عمده ترین دلایل عدم استفاده از بازی های آن لاین در بین مصاحبه شونده ها، عدم دسترسی به اینترنت پایدار در همه جا و مصرف ترافیک در صورت استفاده از اینترنت

موبایل برای انجام بازی‌های آن‌لاین است. بازی‌های ایرانی و خارجی برای بچه‌ها فرق چندانی ندارد و به نظر می‌رسد راهنمایی‌های بصری موجود در بازی‌ها حتی در صورت عدم توانایی کودکان در خواندن، برای هدایت کاربر و آموزش نحوه بازی کردن کافی باشد. با این حال بچه‌ها اعلام کردند در صورتی که بازی به زبان فارسی باشد و به اندازه بازی‌های خارجی جذاب و جالب باشد، از آن استفاده خواهند کرد. به طور کلی چندان به زبان بازی‌ها حساس نیستند.

۲۱. هزینه‌ی شارژ ماهیانه‌ی تلفن بچه چقدر است؟

گروه سنی کمتر از ۱۵ سال
برای کودکانی که سیم‌کارت شخصی دارند و استفاده کننده از اینترنت موبایل هستند بیشترین پاسخ در بین پسران حدود ۱۰ الی ۱۵ هزار تومان و در بین دختران حدود ۶ الی ۱۲ هزار تومان بود.
با افزایش سن میزان استفاده از شارژ ماهانه تلفن همراه در هر دو جنس افزایش می‌یابد.

گروه سنی بالاتر از ۱۵ سال
نکته جالب در مورد گروه سنی ۱۵ تا ۱۸ ساله این بود که معمولاً میزان مصرف اعتبار ماهانه خود را بیش از مقداری که والدینشان اعلام می‌کردند تخمین می‌زدند. این امر می‌تواند دلایل مختلفی داشته باشد شامل: توجه نکردن به مقدار واقعی هزینه موبایلشان در ماه و یا بلوف زدن به دلیل ارزش اجتماعی مصرف بیشتر اعتبار موبایل در بین گروه هم‌سالان.
به تخمین والدین میزان مصرف اعتبار ماهانه در این گروه سنی در ماه بین ۱۵ الی ۲۰ هزار تومان در بین پسران و حدود ۱۵ هزار تومان در دختران است.

۲۲. چقدر خرج بازی و برنامه‌های بچه در ماه همیشه؟

هیچ‌کدام از سگمنت‌های موضوع بررسی گزارشی از خرید اپلیکیشن‌ها برای استفاده روی موبایل یا تبلت اعلام نکردند. ۱۰۰٪ بازی‌ها و اپلیکیشن‌های دانلود شده توسط افراد از بین اپلیکیشن‌های رایگان است. تنها مواردی که کودکان خرید داخل برنامه‌ای داشتند در ارتباط با GEM های بازی Clash of Clans بود که از طریق

فروشنده‌های GEM آن‌لاین در ایران و توسط کارت بانکی والدینشان خریداری شده بود.

در صورتی که کودکان و نوجوانان از کنسول‌های بازی استفاده کنند هزینه خرید بازی‌ها ماهانه حدود ۳۰ هزار تومان برآورد می‌شود. البته این میزان بسته به شکل کاربری آن‌ها متفاوت است. برخی از کودکان بازی‌هایشان را با هم به اشتراک می‌گذارند و این کار باعث کاهش هزینه‌های خرید بازی می‌شود. قیمت هر بازی کنسول بین ۵۰ تا ۱۸۰ هزار تومان برآورد می‌شود اما خرید بازی به صورت روتین اتفاق نمی‌افتد. استفاده از کنسول‌های بازی بین پسران بسیار بیشتر از دختران موضوع بررسی بود.

ب) سوالات توصیفی والدین

۴۳. والدین چه نگرانی‌هایی در مورد استفاده فرزندانشان از موبایل دارند؟

- مدت زمان زیادی که کودکان به جای انجام فعالیت‌های مفید به بازی کردن با موبایل صرف می‌کنند
- کم تحرکی و آسیب‌های فیزیکی اعم از اضافه وزن، اختلال در روند رشد، ضعیف شدن چشم
- گم شدن و یا دزدیده شدن گوشی تلفن همراه
- امکان آسیب زدن به کودک برای دزدیدن تلفن همراهش
- آزادی عمل بی‌مورد در برقراری ارتباط با دیگران و از کنترل خارج شدن ارتباطات کودک یا نوجوان در صورت استفاده از سیم‌کارت
- امکان سوء استفاده از کودک یا فریب دادن او با استفاده از ارتباط تلفنی
- بسیاری از والدین در گروه‌های سنی زیر ۱۴ سال مشکلی با استفاده کودکانشان از دیوایس‌های الکترونیک ندارند اما اعتقاد دارند کودک تا رسیدن به سن تشخیص برای استفاده از امکانات ارتباطی، نباید سیم‌کارت داشته باشد.
- همان‌طور که شرح داده شد با افزایش سطح تحصیلات والدین و توان اقتصادی خانواده‌ها (به اساس منطقه جغرافیایی محل سکونت خانوار) سن مجاز کودک از نظر والدین برای استفاده از سیم‌کارت شخصی، افزایش پیدا می‌کند.

بیشترین سن مجاز برای استفاده کودکان از سیم‌کارت شخصی در مناطق شمالی و مرکزی شهر تهران مشاهده شد.

۲۴. والدین چه نگرانی‌هایی در مورد استفاده بچه‌هاشون از اینترنت دارند؟

- دسترسی به محتوای مغایر با فرهنگ جامعه و خانواده به دلیل امکان دسترسی به محتوای تولید شده خارج از کشور،
- دسترسی کودک به محتوای نامناسب برای سنش به دلیل امکان آزادانه دسترسی به محتوای مورد استفاده بزرگسالان،
- امکان برقراری ارتباط آزادانه و خارج از کنترل والدین از طریق شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های پیام‌رسان و احتمال سوء استفاده و آسیب توسط افراد خطرناک،
- صرف مدت زمان زیاد در استفاده از اینترنت به دلیل ماهیت جذاب و اعتیاد آور بازی‌ها و یادنگرفتن مهارت‌ها و دانش ضروری که باید در این سنین یاد بگیرد،
- صرف هزینه زیاد و تمام کردن ترافیک اینترنت، به دلیل دانلود محتوا و اپلیکیشن‌های حجیم،
- دور شدن کودک از دنیای واقعی و زندگی روزمره و فرورفتن او در تخیلات و فانتزی غیرواقعی بازی‌ها و فضاهای مجازی،
- عدم رشد کافی مهارت‌های اجتماعی کودک و نوجوان از جمله مهارت گفتگوی رودررو و برقراری ارتباط واقعی با افراد،
- دوست‌یابی و ارتباط با جنس مخالف در سنین نوجوانی و زودتر از سن مجاز،
- بلوغ زودرس،
- مشاهده تصاویر خشن و دسترسی به اخبار ناراحت‌کننده و احتمال آسیب روحی به کودک یا نوجوان،
- احتمال انتشار محتوای محرمانه و خانوادگی به دلیل عدم تشخیص کودک، در فضای اینترنت و افتادن عکس‌ها و فیلم‌های خانوادگی و شخصی به دست افراد سودجو یا پخش شدن در اینترنت و ایجاد دلخوری.

۲۵. نظر والدین در مورد نظارت روی بچه‌ها در مورد استفاده از موبایل چیه؟

اعمال محدودیت زمانی در استفاده از تلفن همراه در ساعت‌های خاصی در روز، دوران امتحانات و یا زمان‌هایی که باید صرف فعالیت‌های خانوادگی و اجتماعی

شود، پایه‌ای‌ترین و عمومی‌ترین شکل اعمال کنترل بر کاربری تلفن همراه توسط والدین است.

همچنین عدم امکان دسترسی به سیم‌کارت شخصی تا سن مشخص و به تشخیص والدین روشی برای کاهش نگرانی‌های والدین درباره استفاده از تلفن همراه است. اما اصولاً والدین اعلام می‌کنند با توجه به ویژگی‌های این زمانه امکان سلب کامل اجازه استفاده از دیوایس‌های الکترونیک برای بچه‌ها وجود ندارد و در صورت محدود کردن بیش از حد آن‌ها، از کودکان هم‌سن و سال‌شان عقب می‌افتند و بخشی از توسعه فکری و مهارت‌های لازم برای زندگی در این دوره زمانی را فراموش خواهند گرفت.

۲۶. والدین چه محدودیت‌هایی در مورد کنترل استفاده از اینترنت دارند؟

از نظر عموم والدین فیلتر اعمال شده بر روی محتوای قابل دسترسی در اینترنت حال حاضر ایران، این مدیا را برای استفاده کودکان مناسب و نسبتاً امن کرده است اما مشکل این جاست که شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های پیام‌رسان این امکان را به کاربران می‌دهند تا هر نوع محتوایی را برای دیگران ارسال کنند و در فضای اینترنت پخش کنند.

برخی از والدین حتی پس از این که سیم‌کارت شخصی در اختیار فرزندانشان قرار می‌دهند موقتاً اجازه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های پیام‌رسان را به آنان نمی‌دهند اما طبق تجربه والدین، در نهایت فرزندانشان همیشه یک قدم جلوتر از آن‌ها هستند و راهی برای متوقف کردن و کنترل کردنشان پیدا نمی‌کنند

۲۷. والدین چه روش‌هایی برای کنترل دارند؟

عموماً روش‌های کنترل والدین محدود به تذکر کلامی، رصد کردن زیر چشمی و گهگاه فعالیت‌های کودک، مرور کردن لیست صفحات باقی مانده در Browser History، چک کردن پیام‌های موجود در پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی و Contact List های فرزندانشان است.

این شیوه‌های کنترلی عموماً منجر به بحث و جدل والدین و فرزندان می‌شود و باعث دلخوری کودکان از نقض حریم خصوصی‌شان.

بعضی والدین اعتقاد دارند زمانی که سیم‌کارت و امکان دسترسی آزادانه به اینترنت به نوجوان داده شد، این اجازه به معنای به رسمیت شمردن قوه تمیز و تشخیص

نوجوان در استفاده از این امکانات است و دیگر نباید کنترل اعمال شود و هدایت نوجوان از طریق دادن اطلاعات و شرح خطرات ممکن انجام شود نه با قوه قهری و نقض حریم خصوصی او. برخی والدین هم خطرات استفاده از اینترنت را به طور کامل نادیده می‌گیرند و هیچ نوع کنترلی بر فعالیت‌های فرزندشان اعمال نمی‌کنند.

۲۸. نظر والدین در مورد استفاده از سیم‌کارت کودک چیه؟

به نظر عموم والدین استفاده از سیم‌کارت کودک تنها در صورتی دارای ارزش افزوده‌ای برای آنان است که بتواند تمام نیازهای فعلی کودک که سبب استفاده یا تمایل به استفاده او از سیم‌کارت می‌شود را پوشش دهد و نگرانی‌های والدین در مورد استفاده از سیم‌کارت معمولی و اینترنت را رفع کند. در غیر این صورت در حالتی که تنها یک دیوایس و سرویس به موارد موجود اضافه کند، عامل هزینه و دردسر است.

همچنین اگر سرویس‌های موجود روی سیم‌کارت و اینترنت کودک به نحوی طراحی شود که علاوه بر سرگرمی، به ارتقاء و رشد کودک کمک کند و در آموزش و توسعه استعدادها و کودک نیز تاثیرگذار باشد، می‌تواند تبدیل به یک ابزار ارتباطی مفید برای این گروه سنی شود.

مثلا در صورتی که کودک بتواند بخشی از یادگیری دروس مدرسه و آموزش‌های فوق برنامه‌اش را روی این سیم‌کارت دریافت کند خیلی خوب و مفید است. همچنین والدین تمایل دارند سرویس‌هایی برای تشخیص استعدادها و توانمندی‌ها و نقاط ضعف و قوت فرزندانشان در اختیارشان قرار گیرد تا بتوانند برآورد درست و دقیقی از وضعیت فرزندشان برای برنامه‌ریزی فعالیت‌های او داشته باشند. اما به طور کلی والدین اعتقاد دارند اینترنت آن قدر برای کودکانشان جذاب است و آن قدر به استفاده از آن عادت کرده‌اند و همه جا در اختیارشان است که بعید می‌دانند چیزی بتواند جایگزین آن شود و رضایت خاطر نسل کودک و نوجوان فعلی را تامین کند.

۲۹. نظر والدین در مورد مواد آموزشی که بچه‌ها امکان استفاده‌ی آن در موبایل را دارند، چیه؟

والدین اعتقاد دارند تنها در صورتی فرزندانشان از محتوا و نرم افزارهای آموزشی روی موبایل و تبلت‌هایشان و حتی روی کامپیوتر استفاده خواهند کرد که این آموزش به شکل بازی‌هایی که دوست دارند و برایشان جالب است و در حال حاضر ساعت‌ها از وقتشان را در روز با این بازی‌ها تلف می‌کنند به آن‌ها ارائه شود و اگر آموزش‌ها به شکل کلاسیک و صرفاً با هدف آموزش ارائه شود برای کودکان جذاب نخواهد بود و کودکان از این موارد استفاده نخواهند کرد.

کما این که بسیاری از والدین سعی کرده‌اند از وقت کودکانشان به شکل هدفمندتری در استفاده از موبایل و اینترنت استفاده کنند و برایشان نرم افزارهای آموزشی نصب کرده‌اند اما کودکان اقبال و توجهی نشان نداده‌اند.

همچنین اگر استفاده از این مواد آموزشی جزئی روتین از برنامه درسی همه بچه‌های کلاس در مدرسه باشد و از طرف معلم الزام شود، کودکان به شکل تکلیف و درکنار سایر تکالیف مدرسه آن را انجام خواهند داد.

۳. بچه‌ها چه زمان‌هایی اجازه‌ی استفاده از موبایل ندارند؟

تقریباً در تمام مدارس همراه بردن تلفن همراه و تبلت حتی بدون سیم‌کارت ممنوع است

برخی والدین تنها در زمان‌هایی که فرزندانشان جدا از آن‌ها هستند اجازه حمل موبایل به کودک می‌دهند.

در مورد سایر کودکان و نوجوانانی که سیم‌کارت شخصی خودشان را دارد به طور معمول در طول ایام امتحانات، زمانی که انتظار می‌رود کودک به انجام تکالیف مدرسه و درس خواندن بپردازد و در زمان‌هایی که از او انتظار می‌رود در یک فعالیت جمعی و خانوادگی شرکت کند، والدین امکان استفاده از تلفن همراه و سایر دیوایس‌های الکترونیک را ممنوع می‌کنند.

همچنین گاهی به عنوان تنبیه امکان استفاده از موبایل از کودکان و نوجوانان گرفته می‌شود که این می‌تواند در مقابل افت تحصیلی، عدم کسب موفقیت تحصیلی مورد انتظار والدین و یا استفاده نامناسب از موبایل و اینترنت باشد. مثلاً در مواردی که کودک هزینه زیادی را با سرویس‌های مخابراتی به خانواده تحمیل می‌کند یا محتوای مغایر با اصول اخلاقی و استانداردهای مجازی که والدین برایش تعریف کرده‌اند استفاده می‌کند و یا حتی دیوایس‌ش را گم و یا خراب می‌کند.

۳۱. والدین بازی‌ها برنامه‌ها رو با چه هدفی برای کودک تهیه می‌کنند؟

به طور کلی نقش والدین در تامین بازی‌ها و برنامه‌ها برای کودکان و نوجوانانشان کم‌رنگ است. کودکان معمولاً خودشان موارد سرگرمی و ارتباطی لازم را برای خودشان پیدا و دانلود می‌کنند.

در اکثر مواردی که والدین سعی می‌کنند فرزندانشان را به استفاده از یک نرم‌افزار یا بازی سوق دهند، اهمیت و ارزش آموزشی آن نرم‌افزار یا بازی را در نظر گرفته‌اند. مثلاً نرم‌افزارهای آموزش زبان، راهنمای حساب و ریاضیات، توسعه استعدادها و مهارت‌ها و خلاقیت کودک. اما عموماً در تشویق فرزندانشان به استفاده از این نرم‌افزارهای آموزشی ناموفق بوده‌اند و کودکان ترجیح داده‌اند بازی‌ها و نرم‌افزارهای جذاب‌تر سرگرم‌کننده را استفاده کنند.

نقش والدین در خریدن نرم‌افزارهای قابل استفاده روی کامپیوتر، بیشتر است و این نرم‌افزارها را نیز با هدف آموزش کودکان و یا تقویت استعدادهایشان تهیه می‌کنند و در برخی موارد چون از دیگران شنیده‌اند که یاد گرفتن یک مهارت خاص برای کودکان خوب است. از مثال‌های ذکر شده در موارد موضوع بررسی می‌توان به نرم‌افزارهای آموزش آفیس (Word, Excel, PowerPoint)، نرم‌افزارهای کمک درسی برای پایه‌های مختلف تحصیلی که توسط شرکت‌های ایرانی تولید شده است و نرم‌افزارهای تست‌زنی برای آماده کردن نوجوانان برای شرکت در کنکور اشاره کرد.

نرم‌افزارهای کمک درسی و تست کنکور معمولاً به پیشنهاد معلمان مدرسه از طریق خود دانش‌آموزان به والدینشان منتقل می‌شود و پس از آن توسط والدین برای فرزندانشان خریداری می‌شود. لذا در این مورد نیز شنیدن از سایرین و توصیه و راهنمایی معلمان مدرسه نقش قابل توجهی دارد.

۳۲. نظر والدین در مورد استفاده از موبایل مخصوص کودک چیه؟

برای گروه سنی ۶ تا ۱۱ سال:

با توجه به این‌که در حال حاضر بیشتر کودکان از دیوایس‌های الکترونیک استفاده می‌کنند، خریداری یک دیوایس دیگر تحت عنوان موبایل کودک برای والدین در صورتی معنادار و قابل توجه است که بخشی از نیازهای آنان که با دیوایس‌های فعلی پوشش داده می‌شود را تامین کند.

از جمله این موارد عبارتند از امکان موقعیت‌یابی فرزندان و امکان محدود کردن Contact List توسط والدین و Block شدن تماس‌هایی که از شماره‌های خارج از این Contact List یا White List ارسال می‌شود.

همچنین والدین اعتقاد دارند قیمت موبایل کودک باید کمتر از موبایل‌های موجود در بازار باشد و به نحوی برای استفاده از کودکان طراحی شده باشد. مثلاً در مقابل خرابی و شکستن مقاوم‌تر باشد چون بیشتر موارد خرابی دیوایس‌های الکترونیک در کودکان مربوط به شکستن صفحه نمایش است.

صفحه نمایش این موبایل باید بزرگ باشد چون کودکان دوست دارند با این دیوایس بازی کنند و عمده دلیلی که در حال حاضر هم به جای موبایل دوست دارند از تبلت استفاده کنند همین است.

این دیوایس باید به نحوی طراحی شود که اساساً امکان اتصال آن به وای‌فای وجود نداشته باشد.

از نظر ظاهری مطابق با خواست و سلیقه کودکان طراحی شده باشد.

گروه سنی بالای ۱۲ سال:

در این سن والدین اعتقاد دارند نمی‌توان نوجوانان را مجبور به استفاده از موبایل مخصوص کرد. آن‌ها به سنی رسیده‌اند که برای هویت بخشی به خودشان و به اقتضای سنشان دوست دارند دیوایس‌های الکترونیک شبیه به افراد بالغ داشته باشند و از این‌که وسایل شخصی‌شان لیبیل بچگانه داشته باشد خوشحال نمی‌شوند. همچنین نمی‌توان امکان استفاده از اینترنت را به طور کامل از آن‌ها گرفت لذا لازم است حتماً دیوایسی داشته باشند که در صورت لزوم به اینترنت معمول هم متصل شود.

۳۳. برای این موبایل تا چه قدر حاضرند پول بدهند؟

با توجه به هزینه‌ای که در حال حاضر برای دیوایس‌های الکترونیک فرزندانشان پرداخت می‌کنند، که طبق توضیح در بندهای قبلی عمدتاً بین ۵۰۰ تا ۹۰۰ هزار تومان است، به نظر می‌رسد مبلغی در همین حدود قابل قبول و قابل تأمین توسط خانواده‌ها باشد.

34. از نظر والدین چه جور چیزهایی برای بچه‌ها مناسبه که بتونن توی موبایل ازش استفاده کنن؟ منظور مواد آموزشی/ سرگرمی و... است.

در حال حاضر بیشترین استفاده کودکان از موبایل/ تبلت و اینترنت به منظور تفریح و سرگرمی است. چنان‌که شرح داده شد تلاش والدین برای هدایت کودکان به استفاده آموزشی از این ابزار و سرویس‌ها هم چندان موفقیت آمیز نبوده است. در ذهن والدین نیز موبایل/ تبلت اسباب بازی و سرگرمی کودک و حتی بزرگسالان است.

در مرتبه بعدی این ابزار و سرویس‌ها برای برقراری ارتباط است. اما همه والدین متفق القول هستند که اگر راهکاری اندیشیده شود که از این وقت زیادی که کودکان در بازی با موبایل/ تبلت صرف می‌کنند استفاده آموزشی نیز شود بسیار مطلوب است. اما چنین نرم‌افزارهای آموزشی حتما باید به شکل بازی طراحی شوند وگرنه هیچ‌کس نمی‌تواند کودک را مجبور به استفاده از آن‌ها بکند. کودک به طور خودکار به سراغ چیزی می‌رود که سرگرم‌کننده باشد.

۳۵. خانواده‌ها مواد سرگرمی رو چطور به دست می‌آورند؟ منظور تلویزیون/ ماهواره، اینترنت و ... است

خانواده‌ها موارد سرگرمی را عموماً از طریق تلویزیون و شبکه‌های ماهواره‌ای دریافت می‌کنند.

همچنین به نظر می‌رسد خریدن DVD فیلم‌ها و کارتونها و همچنین دانلود از طریق تلگرام یا وبسایت‌های دانلود رایگان فیلم‌ها یکی از روش‌های دیگر مورد استفاده از خانواده‌های جوان‌تر است.

اقبال خانواده‌ها به دنبال کردن سریال‌های ایرانی و خارجی بیشتر از دیدن فیلم‌های سینمایی است اما معمولاً ترجیح می‌دهند این سریال‌ها (حتی سریال‌های ایرانی) را در زمان‌هایی که کودکان و نوجوانان در خانه حضور ندارند و یا خواب هستند ببینند.

۳۶. در چه صورتی امکان بیش‌تری هست که بازی یا برنامه‌ای را برای بچه‌شون بخرن؟ اگه بچه‌های دیگه داشته باشن؟ اگه بچه اصرار کنه؟ اگه والدین دیگه بگن؟ اگه معلم یا مدرسه بگه؟

- توصیه معلمان و اولیای مدرسه که یا مستقیماً در جلسات اولیا و مربیان به والدین اعلام می شود و یا از طریق دانش آموزان به والدینشان رسانده می شود.
- محتوای راهنمایی تربیت و آموزش کودکان که در کانال های تلگرام منتشر می شود.
- توصیه سایر والدین که فرزندان هم سن و سال و یا بزرگ تر دارند
- توصیه کارشناسان امر تربیت و آموزش کودکان و نوجوانان در برنامه ها و نشست های تلویزیونی و یا DVD های راهنمایی والدین در تربیت فرزندان
- تبلیغات تلویزیونی و تبلیغات شبکه های ماهواره ای
- خواست خود کودک
- استفاده همه گیر سایر کودکان هم سن و سال اطراف

پرسش های استنتاجی



۱. به نظر شما ARPU یا توان (عادت) خرید سگمنت های مختلف چقدر است؟

توان خرید کلی سگمنت ها حدود ماهی ۱۵ هزار تومان برای دسترسی به اینترنت مخصوص کودک و نوجوان و همچنین امکان برقراری تماس محدود برآورد می شود. در صورت ارائه سرویس های آموزشی الزامی برای کودکان این ARPU تا ماهی ۳۰ هزار تومان می تواند افزایش داده شود. گرچه پرداخت این مبلغ برای خانواده های با توان خرید پایین تر با دشواری همراه است.

با افزایش سن کودکان امکان پذیرش خانواده ها برای پرداخت هزینه بالاتر، افزایش پیدا می کند اما در عین حال تمایل کودکان به استفاده از اینترنت بدون محدودیت نیز افزایش می یابد.

اکثر خانواده ها پرداخت این هزینه را در صورتی معقول و قابل پذیرش می دانند که سایر هزینه های دریافت خدمات ارتباطی و مخابراتی فعلی کودک/نوجوان حذف شود و نگرانی های والدین در مورد استفاده فرزندان از سرویس های طراحی شده برای بزرگسالان نیز برطرف شود.

۲. این سگمنت‌ها مبلغ مد نظر شما را بابت چه چیزی هزینه می‌کند؟ یادگیری، تماس، تفریح و...؟

چنان‌که در مورد بند بالا توضیح داده شد والدین برای تامین نیاز سرگرمی و تفریح کودکانشان حاضرند مبلغی معادل هزینه فعلی سرویس‌های مخابراتی را پرداخت کنند اما در صورت اضافه شدن خدمات آموزشی که به تشخیص والدین و معلمان مدارس دارای ارزش افزوده آموزشی باشد، مبلغی بیشتر را نیز پرداخت خواهند کرد.

اضافه شدن به امکانات کنترلی والدین مثل سرویس‌های موقعیت‌یاب برای کودکان و رصد فعالیت‌های کودک در فضای اینترنت، کنترل زمان دسترسی به اینترنت و کنترل و محدود کردن Contact list از مواردی است که برای والدین حائز اهمیت بالایی است.

۳. این مبلغ را تحت چه شرایطی هزینه می‌کند؟ تشخیص خانواده، توصیه‌ی مدرسه

والدین اعلام کردند در صورتی که در مورد امکانات این سرویس کاملاً توجیه شوند و مطمئن باشند که رضایت خاطر فرزندانشان از استفاده از این سیم‌کارت تامین می‌شود و همچنین اولیای مدرسه و معلمان استفاده از آن را تایید کنند و خدماتی مطابق با برنامه آموزشی کودکان و برای تقویت درسی آن‌ها ارائه شود، این سیم‌کارت را برای کودکانشان تهیه خواهند کرد.

۴. به نظر شما میزان اثرگذاری توصیه‌ی همگنان (اثر دهان به دهان) در سگمنت‌های مختلف چقدر است؟

والدین بویژه مادران گروه هدف طبق توضیحات خودشان برای پیدا کردن موارد آموزشی و نکات و تکنیک‌های تربیتی مناسب برای کودکانشان و انتخاب امکاناتی که در هر سن لازم است در اختیار فرزندانشان قرار دهند به سراغ نظرات کارشناسان امر تربیت و آموزش کودکان می‌روند.

آن‌ها اطلاعات خود را از طریق فیلم‌های راهنمای والدین، مطالعه کتاب‌های راهنمای مادران در تربیت فرزندانشان و برنامه‌های تلویزیونی مصاحبه و گفتگو با کارشناسان

و بیش از همه از طریق جستجو در اینترنت و کانال‌های تلگرام کسب می‌کنند. بارها در خلال گفتگوها اشاره کردند که نرم‌افزار خاصی را برای فرزندشان دانلود کرده‌اند یا کتاب یا مواد آموزشی را برای او تهیه کرده‌اند چون در کانال‌های تلگرام مرتبط با تربیت و آموزش کودکان دیده و خوانده بودند. لذا به نظر می‌رسد که تاثیر شبکه‌های اجتماعی تعاملی بر انتخاب‌های والدین تاثیر بسیار زیادی دارد. مادران در خانواده‌های ایرانی عامل اصلی انتخاب امکانات و سرویس‌های مورد نیاز کودک هستند لذا تاثیر بر مادران و توجیه آن‌ها در سوق دادن یا الزام فرزندشان در استفاده یا عدم استفاده از یک ابزار یا سرویس مهم‌ترین عامل است. خود کودکان در سنین بالاتر از ۱۰ سال اعلام کردند که از اپلیکیشن یا دیوایس استفاده می‌کنند و آن را از والدینشان می‌خواهند به این دلیل که سایر بچه‌ها دارند. لذا تاثیر دهان به دهان در گروه کودک و انتقال خواسته یا نیاز به والدین می‌تواند عامل تاثیرگذار دیگر در استفاده از یک سرویس یا ابزار باشد. والدین بیش از آن‌که از سایر والدین تاثیر پذیری داشته باشند، از توصیه متخصصین یا تبلیغات و توصیه یا تجویز معلمان مدرسه تاثیر می‌پذیرند. لذا خلاصه عوامل تاثیرگذار در انتخاب والدین به شرح زیر است:

- توصیه یا الزام معلمان مدرسه
- توصیه کارشناسان امر آموزش و تربیت کودک به صورت تشریحی و با شرح کامل چرایی این توصیه
- تبلیغات شفاف و تشریحی
- خواست و اصرار کودک

