

## مطالعه رابطه بین ابعاد مختلف استفاده از اینترنت و احساس تجربه شده

مجید موحد

دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز، [mmovahed@rose.shiasu.ac.ir](mailto:mmovahed@rose.shiasu.ac.ir)

روح اله مظفری

کارشناس ارشد جمعیت‌شناسی، دانشگاه شیراز، [mozafari254@gmail.com](mailto:mozafari254@gmail.com)

محبوبه کاووسی

دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی توسعه منطقه‌ای، دانشگاه علامه طباطبائی، [m\\_kavosi2@yahoo.com](mailto:m_kavosi2@yahoo.com)

### چکیده :

هدف این مقاله، مطالعه ابعاد مختلف استفاده از اینترنت روی احساس تجربه شده ناشی از آن است. جامعه آماری این پژوهش همه افراد ۱۵ تا ۳۵ ساله شهر شیراز با حجم نمونه ۴۰۰ نفر می‌باشد. اطلاعات جمع‌آوری شده با استفاده از نرم افزار اسپاس در دو سطح توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل شده‌اند. در بخش آمار استنباطی از رگرسیون لجستیک تک متغیره و چند متغیره استفاده شده است. یافته‌های استنباطی نشان می‌دهند بین استفاده روزمره بالا و استفاده خبری متوسط و بالا و احساس تجربه شده رابطه معناداری وجود دارد. همچنین رگرسیون چند متغیره نشان می‌دهد استفاده خبری متوسط و بالا و استفاده بالا از بعد تفریحی وارد معادله شده‌اند.

**کلید واژه‌ها:** اینترنت، احساس، تجربه، جوانان، ابعاد استفاده.

### مقدمه :

این مقاله نتیجه تحقیقی است که در آن رابطه علی میان ابعاد مختلف استفاده از اینترنت با احساس تجربه شده از اینترنت نشان داده می‌شود. در این مطالعه توسعه‌شتابان کاربرد اینترنت در کشور و به‌ویژه در بین نسل جوان به عنوان یک گزاره مفروض در نظر گرفته شده است. اهمیت روابط اجتماعی و عوامل تاثیر گذار بر آن موجب شکل‌گیری مطالعات بسیاری در این خصوص شده است. شناخت آسیب‌هایی که ممکن است این روابط را تهدید کنند نیز تحقیقات بسیاری را به خود اختصاص داده است. یکی از این آسیب‌ها خطرات محتمل فناوری و به طور خاص رسانه‌ها بر این روابط است (محسنی و همکاران، ۱۳۸۵). ظهور اینترنت به‌مثابه رسانه‌ای قدرتمند در سال‌های اخیر دوباره باب گفتگوهای جدید را در خصوص نقش رسانه‌ها گشوده است. اینترنت به‌مثابه یک رسانه در سال‌های اخیر رشد حیرت‌انگیزی کرده است و نویدها و تهدیدات بسیاری را به همراه داشته است (مک کوایل<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵: ۳۹).

<sup>1</sup> Mcquail

اگر دگرگونی در فنآوری‌های ارتباطی را موجب دگرگونی فرهنگی بدانیم، باید به تأسی از مک لوهان اذعان داریم، فنآوری‌های نوین ارتباطی که تناسبی با فرهنگ پیشین ندارند، عدم تجانسی نسبتاً بادوام آفریده‌اند و این عدم تجانس یا به اصطلاح تأخر فرهنگی موجب پیدایی بحرانی فرهنگی شده است که با دگرگونی‌های اجتماعی بروز پیدا می‌کند (محسنی، ۱۳۸۰: ۴۵). آلن تورن به خوبی این شرایط به ظاهر تناقض‌آمیز انسانی را توصیف کرده است: "ما در سکوت زندگی می‌کنیم، در شلوغی به سر می‌بریم، منزوی هستیم و در دریای خلق گم شده‌ایم" (تورن، ۱۳۸۰: ۱۶۰). همین امر باعث شکل‌گیری منابع جدید هویتی برای فرد می‌شود و او را در یک سردرگمی قرار می‌دهد. اینجاست که بحران هویت کم‌کم بروز پیدا خواهد کرد. جوانی که از نظر هویتی دچار بحران شود به شدت مستعد خواهد بود که دچار آسیب‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی، فردی و روانی شود.

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های اینترنت که در توسعه و گسترش کاربرد آن نقشی اساسی ایفا کرده، چند کاربردی بودن آن است. امروزه اینترنت در طیف وسیعی از فعالیت‌های تجاری، اقتصادی، فرهنگی، تبلیغی، اداری و سازمانی، سیاسی و نظامی، اجتماعی و علمی کاربرد پیدا کرده است. اینترنت وسیله و ابزاری برای مبادله اطلاعات و برقراری ارتباطات در جهان امروز است. بدین ترتیب می‌توان مدعی شد هیچ‌کدام از ابزارهای ارتباطی و اطلاع‌رسانی پیشین چنین آثار گسترده‌ای را در همه شئون حیات فردی و اجتماعی بشر بر جای نگذاشته است. امروزه اینترنت یک وسیله حیاتی برای بسیاری از مردم کشورها به شمار می‌رود و از این طریق اطلاعات ارزشمندی به دست می‌آورند. ولی با وجود این امتیازها و قابلیت‌های فراوان، اینترنت مشکلات جدی بسیاری را ایجاد کرده است (سانوو و راندو<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲).

#### پیشینه تحقیق:

ابراهیم آبادی (۱۳۸۸) در تحقیق خود به مطالعه "الگوی استفاده از اینترنت: محیط یادگیری و بافت فرهنگی و اجتماعی" پرداخته است. نتایج تحقیق نشان داده‌اند که به طور کلی بین میانگین نمرات گروه آزمایش و کنترل در میزان استفاده از اینترنت، تفاوت معنادار است و این متغیر توانسته است تغییرات مربوط به یادگیری را تبیین و پیش‌بینی نماید. به این معنا که استفاده بیش از اندازه و غیر معمول از اینترنت با یادگیری و پیشرفت تحصیلی رابطه معکوس دارد. با ملاحظه داده‌های مربوط به نوع و ابعاد استفاده از اینترنت و مقایسه میانگین گروه‌ها می‌توان گفت، دانش‌آموزان به موازات افزایش بهره‌مندی از اینترنت برای انجام فعالیت‌های علمی و درسی، به تدریج نحوه استفاده خود از رایانه و اینترنت را به نفع فعالیت‌های درسی بهبود می‌بخشند. به نظر می‌رسد کاهش زمان استفاده فراغتی و افزایش استفاده درسی و علمی از شبکه بیش از آنکه به علاقه یا بی‌علاقگی افراد مرتبط باشد، با جو و

<sup>2</sup> Sunwoo & Rando

زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی زندگی، نحوه و میزان حضور یادگیرندگان در شبکه و محتوا و کیفیت محیط یادگیری الکترونیکی (فضای مجازی) ارتباط دارد.

آذرینیا (۱۳۸۳) در مطالعه خود به "بررسی نحوه کاربرد اینترنت نزد جوانان مشهد" پرداخته است. جامعه آماری این پژوهش شامل ۴۰۰ نفر از جوانان ۱۵ تا ۲۵ ساله بوده است. بر اساس نتایج به دست آمده ۴۴/۱ درصد از جوانان ۲۹-۱۵ ساله از اینترنت استفاده می‌کنند که از کل این افراد ۵۷/۷ درصد را مردان و ۴۲/۵ درصد را زنان تشکیل داده‌اند. همچنین ۶۰/۹ درصد از کاربران علاقه بسیار زیاد به اینترنت داشته‌اند، ۳۵/۸ درصد در حد متوسط و ۳/۴ درصد نیز در حد کم و خیلی کم به کار اینترنت علاقه نشان داده‌اند. همچنین میانگین استفاده از اینترنت در ماه ۳۲ ساعت بوده است. ۷۰/۵ درصد از پاسخگویان از ایمیل استفاده می‌کنند و ۷۴/۱ درصد نیز چت می‌کنند.

مشایخ و برجعلی (۱۳۸۲) در مطالعه‌ای با نام "بررسی رابطه احساس تنهایی با نوع استفاده از اینترنت بین دانش‌آموزان دختر و پسر دبیرستانی" منطقه ۸ تهران به این نتایج دست یافتند که بین احساس تنهایی در دانش‌آموزان دختر دبیرستانی و چت کردن با اینترنت رابطه معناداری وجود دارد که این نوع رابطه در مورد دانش‌آموزان پسر تأیید نمی‌شود. همچنین بین احساس تنهایی و استفاده آموزشی از اینترنت رابطه معناداری دیده نمی‌شود.

ویندهام<sup>۳</sup> (۲۰۰۸) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که بیش از یک سوم از مشارکت‌کنندگان گزارش کردند که دستکم یک بار در روز به گپ سرا یا سایر فناوری‌های تعاملی سر می‌زدند و ۵۵ درصد گفتند که هنگام انجام تکالیف مدرسه به صورت برخط با دوستانشان رابطه برقرار می‌کنند. در این پژوهش مشخص شد که دختران بیشتر از پسران ممکن است گپ بزنند. محبوب‌ترین شکل ارتباط، استفاده از پیامک بود و گپ و وب سایت‌های شبکه‌بندی اجتماعی در رده‌های بعدی قرار داشتند. همچنین مشخص شد که بیشتر این نوجوانان در جهان مجازی بسیار بیش از جهان واقعی تمایل دارند که با جنس مخالف رابطه داشته باشند. در نهایت، این پژوهش دریافت که استفاده از فناوری‌های تعاملی تأثیر منفی نیرومندی بر موفقیت تحصیلی دانش‌آموزان دارد.

جکسون<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۰۱) در مطالعه‌ای به این نتایج دست یافتند که در مورد تفاوت جنسی در روانشناسی اینترنت، زنان بیشتر از پست الکترونیکی و مردان بیشتر از وب استفاده می‌کنند، زنان بیشتر اضطراب رایانه‌ای و کمتر کفایت در امور کامپیوتری را احساس می‌کنند و تمایلات کمی به گفتار و کردار یکنواخت رایانه‌ای نشان می‌دهند. همچنین میزان کارایی در امور رایانه‌ای، احساس تنهایی و افسردگی منجر به ایجاد تفاوت در زنان و مردان در نوع استفاده از رایانه شده است. با وجود پیدایش این علائم، زنان و مردان همچنان به استفاده از رایانه ادامه می‌دهند، همچنین زنان بیشتر افسردگی و مردان بیشتر احساس تنهایی می‌کنند.

<sup>3</sup> Windham

<sup>4</sup> Jackson

ساندرز<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۰۰) نیز مطالعه‌ای با نام "رابطه استفاده از اینترنت با افسردگی و انزوای اجتماعی نوجوانان" انجام داده‌اند که نشان می‌دهد کاربرانی که کمتر از اینترنت استفاده می‌کنند، نسبت به آنهایی که استفاده طولانی مدت می‌کنند با مادر و دوستان خود رابطه مناسب و معنی دارتری دارند. این نتایج این احتمال را مطرح می‌کند که نوع روابط اجتماعی با میزان استفاده از اینترنت رابطه دارد، اما بین استفاده از اینترنت و افسردگی رابطه معناداری دیده نشد. یانگ<sup>۶</sup> (۱۹۹۶) در زمینه اعتیاد به اینترنت دریافت که افرادی که بیش از حد اینترنت استفاده می‌کنند، تنها، خسته، افسرده، بدون عزت نفس و درونگرا هستند. در این پژوهش که روی کاربران اینترنتی انجام شده است، ۳۸ درصد از شرکت‌کنندگان اظهار داشتند که اینترنت بر آنها تأثیر منفی گذاشته است و از این تعداد ۳۶ درصد بیشتر زمان‌های آنلاین را چت و ۲۸ درصد از وب سایت‌ها استفاده می‌کردند.

### چارچوب نظری :

یکی از چارچوب‌های رایج برای مطالعه پیامدهای توسعه رفتار رسانه‌ای نظریه تعادل کارکردی است که در زمینه مطالعه تأثیر اینترنت بر احساسات و رفتارهای افراد نیز قابلیت کاربرد دارد. ایده اصلی این نظریه در تحلیل تأثیر کاربرد رسانه‌ها بر یکدیگر، توجه به نقش تشابه و تفاوت کارکردی آنهاست. در مطالعه تأثیر رسانه جدید بر سایر رفتارهای رسانه‌ای افراد، آنچه اهمیت دارد عواملی است که بر جایگزینی استفاده از رسانه جدید بر سایر رفتارهای رسانه‌ای پیشین تأثیرگذار هستند. بر اساس نظریه تعادل کارکردی، فرایند جایگزینی تابع چهار عامل تشابه کارکردی، قرابت روان‌شناختی، حاشیه‌ای بودن فعالیت و قابلیت تغییر فعالیت‌ها است (لی<sup>۷</sup> و همکاران، ۲۰۰۵).

چنانچه انواع تعامل ممکن بین فراغت مجازی و واقعی را با تکیه بر رویکرد نظری مورد بحث و همچنین الگوهای ارتباط کارکردی فعالیت‌ها بازسازی کنیم، چهار نوع تأثیر فراغت مجازی بر فراغت واقعی را می‌توان از یکدیگر متمایز کرد:

۱- جایگزینی: کاربرد فراغتی اینترنت ممکن است با ایجاد امکان انجام برخی رفتارهای فراغتی، موجب شود تا میزان زمان اختصاص یافته به رفتارهای فراغتی متناظر کاربران در عالم واقع کم شده یا به کلی حذف شوند. در این ارتباط، می‌توان به جایگزینی مطالعه روزنامه و مجلات در اینترنت به جای خرید و مطالعه آنها در فضای واقعی و همچنین جایگزینی چت به جای تفریح و گردش و یا جایگزینی آن با استراحت اشاره کرد.

۲- ترغیب و ارتقا: کاربرد فراغتی اینترنت ممکن است با ترغیب و تکمیل فعالیت‌های فراغتی واقعی در زمان و الگوی رفتارهای فراغتی کاربران موجب بروز تغییر شود. نمونه این نوع تأثیر، کسب اطلاع در

<sup>5</sup> Sanders

<sup>6</sup> Young

<sup>7</sup> Lee

مورد کتاب‌های منتشر شده به‌وسیله اینترنت و تهیه و مطالعه آنها در زمان فراغت و یا کسب اطلاعات در مورد برنامه‌های سینماها، فروشگاه‌ها، کالاها، اماکن دیدنی و توریستی از طریق اینترنت و برنامه‌ریزی برای انجام آنهاست.

۳- ایجاد: اینترنت با ایجاد امکان انجام فعالیت‌ها و رفتارهای فراغتی جدید در فضای مجازی نیز بر زمان و الگوی مصرف فرهنگی کاربران تاثیر می‌گذارد. برخی از کاربری‌های اینترنتی که می‌توان آنها را در زمره فعالیت‌ها و رفتارهای فرهنگی و فراغتی دسته‌بندی کرد، جدید بوده و در عالم واقع نمونه‌های متناظر ندارند. از جمله این فعالیت‌ها می‌توان به انجام بازی‌های اینترنتی، اشتراک موسیقی، نرم‌افزار، فیلم و عکس و نیز چت کردن اشاره کرد. افزوده شدن این فعالیت‌ها به سایر رفتارهای فرهنگی و فراغتی کاربران بدون شک نمی‌تواند بدون تاثیر بر الگوی مصرف زمان آزاد آنان صورت پذیرد. به‌ویژه آنکه فعالیت‌های یاد شده از جذابیت و پذیرش زیادی در بین کاربران جوان اینترنتی برخوردارند و بخش اعظم رفتارهای فراغتی آنلاین جوانان در جامعه ما را همین رفتارها تشکیل می‌دهند.

۴- تاثیر دوگانه: در مواردی ممکن است فراغت مجازی بدون تاثیر مشهود بر فراغت واقعی و تنها با تاثیر بر زمان اختصاص یافته به فعالیت‌های فراغتی موجب تغییر در الگوی مصرف فرهنگی افراد شود. به تعبیر دیگر تنها تغییری که در الگوی گذران رفتارهای فراغتی افراد رخ می‌دهد افزوده شدن شیوه‌های مجازی فراغت به الگوی پیشین و در نتیجه افزایش زمان فراغت است (مختاریان و همکاران، ۲۰۰۴). ولمن دو گونه استفاده از اینترنت را بر می‌شمارد. استفاده اجتماعی مثل ایمیل و چت، و استفاده‌های غیر اجتماعی مثل وبگردی و دانلود موسیقی و بازی. زمانی که اینترنت مردم را با فعالیت‌های غیر اجتماعی درگیر می‌کند، حتی بیش از تلویزیون می‌تواند آنان را از اجتماع، سازمان‌ها، مشارکت سیاسی و زندگی خانوادگی دور کند. در مقابل زمانی که مردم از اینترنت برای ارتباط با دوستان، خویشان و سازمان‌ها (دور یا نزدیک) استفاده می‌کنند، آنگاه اینترنت ابزاری برای ساختن و حفظ سرمایه اجتماعی خواهد بود (ولمن و فرانک، ۲۰۰۱).

### فرضیه‌های پژوهش:

- \_\_ بین استفاده روزمره از اینترنت و احساس تجربه شده رابطه وجود دارد.
- \_\_ بین استفاده تفریحی از اینترنت و احساس تجربه شده رابطه وجود دارد.
- \_\_ بین استفاده خبری از اینترنت و احساس تجربه شده رابطه وجود دارد.
- \_\_ بین استفاده علمی - آموزشی از اینترنت و احساس تجربه شده رابطه وجود دارد.

### روش تحقیق:

جامعه آماری این تحقیق، همه افراد ۱۵ تا ۳۵ ساله شهر شیراز هستند. حجم نمونه این تحقیق ۴۰۰ نفر است که این تعداد با استفاده از فرمول کوکران به‌دست آمده است. روش تحقیق کمی و تکنیک

مورد استفاده، پیمایش است. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است. اطلاعات جمع‌آوری شده با استفاده از نرم افزار اسپاس در دو سطح توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل شده‌اند. در بخش آمار استنباطی از رگرسیون لجستیک تک متغیره و چند متغیره استفاده شده است.

### عملیاتی کردن مفاهیم:

ابعاد استفاده از اینترنت : منظور از این مفهوم، میزان استفاده افراد در هر یک از ابعاد استفاده از اینترنت است. این ابعاد عبارتند از:

استفاده روزمره شامل: استفاده از ایمیل، وبگردی، به روز کردن نرم افزارها و خرید و فروش.

استفاده تفریحی شامل: چت، بازی آنلاین، فیلم و دانلود موسیقی.

استفاده خبری شامل: اخبار سیاسی، مذهبی، ورزشی و مجلات و روزنامه‌ها.

استفاده علمی - آموزشی شامل: جستجوی علمی، سایت‌های آموزشی و سایت‌های مختلف.

احساس تجربه شده: یعنی احساسی که هر فرد در هنگام استفاده از اینترنت دارد که می‌تواند مثبت یا منفی، خوشایند یا ناخوشایند و غیره باشد. در این تحقیق احساس به دو بعد منفی و مثبت تقسیم شده است.

### توصیف یافته‌ها

یافته‌ها نشان می‌دهند میانگین سنی پاسخگویان ۲۳/۵ سال است. ۵۰ درصد از پاسخگویان زن و ۵۰ درصد مرد هستند. همچنین ۷۶/۵ درصد از پاسخگویان مجرد و ۲۳/۵ درصد متاهل بوده‌اند.

جدول ۱. توزیع درصد فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع استفاده از اینترنت

میزان استفاده ابعاد استفاده	پایین	متوسط	بالا
استفاده روزمره	۳۲٪	۴۸/۵٪	۱۹/۵٪
استفاده تفریحی	۳۱/۸٪	۴۶٪	۲۲/۲٪
استفاده خبری	۳۳/۵٪	۳۹٪	۲۷/۵٪
استفاده علمی - آموزشی	۷٪	۳۷٪	۵۶٪

شاخص‌های توصیفی مشاهده شده در جدول ۱ نشانگر میزان و ابعاد استفاده از اینترنت است. همانگونه که مشاهده می‌شود، استفاده از اینترنت در چهار بعد ارزیابی شده است. در بعد استفاده روزمره از اینترنت، ۳۲ درصد پایین، ۴۸/۵ درصد متوسط و ۱۹/۵ درصد در حد بالایی استفاده می‌کنند. در بعد

استفاده تفریحی، بیشترین فراوانی مربوط به میزان متوسط با ۴۶ درصد است. همچنین در بعد استفاده خبری از اینترنت، ۳۳/۵ درصد پایین، ۳۹ درصد بالا و ۲۷/۵ درصد در حد بالایی استفاده کرده‌اند و در نهایت در بعد استفاده علمی - آموزشی ۷ درصد پایین، ۳۷ درصد متوسط و ۵۶ درصد از پاسخگویان گفته‌اند که در حد بالایی از این بعد استفاده می‌کنند.

جدول ۲. نتایج تحلیل رگرسیونی لجستیک متغیر استفاده روزمره و احساسات تجربه شده

نسبت بخت‌ها Exp(B)	sig	d.f	Wald	S.E	ضریب B	متغیر	
-	۰/۰۲۰	۲	۷/۸۷۳	-	-		استفاده روزمره
۱/۰۰۰	-	-	-	-	۰/۰۰۰	پایین	
۱/۳۵۷	۰/۲۲۳	۱	۱/۴۸۵	۰/۲۵۱	۰/۳۰۵	متوسط	
۲/۸۷۰	۰/۰۰۵	۱	۷/۸۴۶	۰/۳۷۶	۱/۰۵۴	بالا	

جدول ۲ نتایج تحلیل رگرسیونی لجستیک تک‌متغیره بین استفاده روزمره و احساسات تجربه شده را نشان می‌دهد. در این جدول کسانی که استفاده پایین داشته‌اند به‌عنوان طبقه مرجع در نظر گرفته شده‌اند. همانطور که مشاهده می‌شود با توجه به نسبت بخت‌ها (۲/۸۷۰)، کسانی که استفاده روزمره بالا از اینترنت دارند به نسبت کسانی که استفاده پایین دارند نزدیک به ۳ برابر احتمال دارد که احساس مثبتی از اینترنت داشته باشند. مقدار sig به‌دست آمده معناداری این رابطه را تایید می‌کند. اما این رابطه در استفاده متوسط از اینترنت معنادار نبوده است.

جدول ۳. نتایج تحلیل رگرسیونی لجستیک متغیر استفاده تفریحی و احساسات تجربه شده

نسبت بخت‌ها Exp(B)	sig	d.f	Wald	S.E	ضریب B	متغیر	
-	۰/۲۲۳	۲	۲/۹۹۸	-	-		استفاده تفریحی
۱/۰۰۰	-	-	-	-	۰/۰۰۰	پایین	
۱/۰۱۴	۰/۹۵۹	۱	۰/۰۰۳	۰/۲۷۲	۰/۰۱۴	متوسط	
۰/۶۴۰	۰/۱۴۷	۱	۲/۱۰۳	۰/۳۰۸	-۰/۴۴۶	بالا	

جدول ۳ نتایج تحلیل رگرسیونی لجستیک تک‌متغیره بین استفاده تفریحی و احساسات تجربه شده را نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌شود با توجه به ضریب منفی B (-۰/۴۴۶) و نسبت بخت‌ها (۰/۶۴۰)، کسانی که استفاده روزمره بالا از اینترنت دارند به نسبت کسانی که استفاده پایین دارند ۳۶ درصد احتمال دارد که احساس منفی از اینترنت داشته باشند. اما مقدار sig به‌دست آمده معناداری این رابطه را رد می‌کند. این رابطه در استفاده متوسط از اینترنت نیز معنادار نبوده است.

جدول ۴. نتایج تحلیل رگرسیونی لجستیک متغیر استفاده خبری و احساسات تجربه شده

نسبت بخت‌ها Exp(B)	sig	d.f	Wald	S.E	ضریب B	متغیر	
-	/۰۰۳ ۰	۲	۱۱/۸۷۴	-	-	استفاده خبری	
۱/۰۰۰	-	-	-	-	۰/۰۰۰		پایین
۱/۹۳۰	/۰۱۳ ۰	۱	۶/۲۳۵	۰/۲۶۳	۰/۶۵۷		متوسط
۲/۶۷۳	/۰۰۱ ۰	۱	۱۰/۰۶۳	۱/۳۱۰ ۰	۰/۹۸۳	بالا	

در ارتباط با تاثیر استفاده خبری از اینترنت و احساسات تجربه شده جدول ۴ نشان می‌دهد که هر چه استفاده بیشتر باشد احتمال احساس مثبت نیز افزایش می‌یابد. در این جدول کسانی که استفاده پایین داشته‌اند به‌عنوان طبقه مرجع در نظر گرفته شده‌اند. همانطور که مشاهده می‌شود با توجه به نسبت بخت‌ها (۱/۹۳۰) کسانی که استفاده خبری متوسطی از اینترنت دارند به نسبت کسانی که استفاده پایین دارند نزدیک به ۲ برابر احتمال دارد که احساس مثبتی از اینترنت داشته باشند. همچنین کسانی که استفاده بالا دارند، به نسبت کسانی که استفاده پایین دارند بیش از ۲/۵ برابر احتمال دارد که احساس مثبت داشته باشند. مقدار sig بدست آمده معناداری هر دو رابطه را تایید می‌کند.

جدول ۵. نتایج تحلیل رگرسیونی لجستیک متغیر استفاده علمی آموزشی و احساسات تجربه شده

نسبت بخت‌ها Exp(B)	sig	d.f	Wald	S.E	ضریب B	متغیر	
-	۰/۳۱۶	۲	۲/۳۰۲	-	-	استفاده علمی - آموزشی	
۱/۰۰۰	-	-	-	-	۰/۰۰۰		پایین
۱/۵۰۰	۰/۳۵۲	۱	۰/۱۸۶۶	۰/۴۳۶	۰/۴۰۵		متوسط
۱/۸۳۸	۰/۱۵۲	۱	۲/۰۵۰	۰/۴۲۵	۰/۶۰۸	بالا	

متغیر دیگری که تاثیر آن بر احتمال احساس مثبت آزمون شده است استفاده علمی - آموزشی از اینترنت است. در جدول ۵ کسانی که استفاده پایین داشته‌اند به‌مثابه طبقه مرجع در نظر گرفته شده‌اند. جدول بالا نشان می‌دهد که هر چه استفاده بیشتر باشد احتمال احساس مثبت نیز افزایش می‌یابد. اما مقدار sig بدست آمده معناداری هر دو رابطه را رد می‌کند.

جدول ۶. نتایج تحلیل رگرسیونی لجستیک چند متغیره

نسبت بخت‌ها Exp(B)	sig	d.f	Wald	S.E	ضریب B	متغیر
-	۰/۰۰۳	۲	۱۱/۸۷۴	-	-	



۱/۰۰۰	-	-	-	-	۰/۰۰۰	پایین	استفاده خبری
۱/۹۳۰	۰/۰۱۳	۱	۶/۲۳۵	۰/۲۶۳	۰/۶۵۷	متوسط	
۲/۶۷۳	۰/۰۰۲	۱	۱۰/۰۶۳	۰/۳۱۰	۰/۹۸۳	بالا	
-	۰/۰۲۸	۲	۷/۱۴۷	-	-		
۱/۰۰۰	-	-	-	-	۰/۰۰۰	پایین	استفاده تفریحی
۰/۹۵۱	۰/۸۵۵	۱	۰/۰۳۳	۰/۲۷۸	-۰/۰۵۱	متوسط	
۰/۴۵۱	۰/۰۱۷	۱	۵/۷۳۲	۰/۳۳۳	-۰/۷۹۷	بالا	
۲/۰۵۷	۰/۰۰۳	۱	۸/۷۷۵	۰/۲۴۴	۰/۷۲۱	مقدار ثابت	

جدول ۶ نتایج تحلیل رگرسیونی لجستیک چند متغیره‌ای را که در آن همه متغیرهای اصلی مطالعه، شانس ورود به مدل را داشتند نشان می‌دهد. تکنیک اجرایی تحلیل، روش گام به گام پیش رونده بوده است و همان طور که ملاحظه می‌شود سه متغیر شانس ورود به مدل پیش بینی را یافته‌اند. متغیرهای وارد شده عبارتند از استفاده خبری متوسط، استفاده خبری بالا و استفاده تفریحی بالا. همانطور که مشاهده می‌شود کسانی که به میزان متوسطی از بعد خبری اینترنت استفاده می‌کنند، نزدیک به دو برابر نسبت به کسانی که استفاده پایینی از این بعد دارند، بیشتر احتمال دارد که احساس مثبتی به اینترنت داشته باشند و کسانی که استفاده بالایی از بعد خبری اینترنت دارند، بیش از ۲/۵ برابر نسبت به کسانی که استفاده پایینی دارند، بیشتر احتمال دارد که احساس مثبتی از اینترنت داشته باشند. همچنین در بعد استفاده تفریحی کسانی که استفاده بالایی از این بعد دارند، ۵۵ درصد نسبت به کسانی که استفاده پایینی از این بعد دارند، بیشتر احتمال دارد که احساس منفی از اینترنت داشته باشند. بنابراین از بین مجموع متغیرهای مستقلی که تاثیر آماری معناداری بر متغیر وابسته داشته‌اند، متغیرهای استفاده متوسط و بالای استفاده خبری از اینترنت تاثیر مستقیم و مثبتی بر روی احساسات افراد داشته‌اند، یعنی هر چه استفاده خبری بالاتر باشد احساس فرد نیز مثبت‌تر می‌شود. اما متغیر استفاده تفریحی بالا از اینترنت، تاثیر معکوسی بر احساس مثبت افراد داشته است. یعنی افرادی که استفاده بالایی از بعد تفریحی اینترنت دارند، نسبت به کسانی که استفاده پایینی داشته‌اند، احساس منفی‌تری نیز به آن پیدا کرده‌اند. به‌طور خلاصه احتمال احساس مثبت نسبت به اینترنت زمانی بیشتر است که استفاده خبری افراد از اینترنت بالاتر باشد و همچنین افراد استفاده کمتری در بعد تفریحی از اینترنت داشته باشند.

#### نتیجه‌گیری :

نگرانی درباره‌ی جوانان و تغییرات فرهنگی، عمری به درازای تاریخ بشری دارد. در سال‌های اخیر اینترنت جای خود را در قسمت‌های مختلف جامعه به خوبی باز کرده است. اما متأسفانه موضوع اینترنت و تاثیرات آن بر روابط اجتماعی و فردی هنوز مورد توجه جدی جامعه‌شناسان قرار نگرفته است.

همان‌طور که بیان شد ولمن اثرات اینترنت را کاملاً در جهت افزایش ارتباطات اجتماعی ارزیابی نمی‌کند، بلکه آن را تابعی می‌داند از نوع استفاده‌ای که از آن می‌شود (ولمن و فرانک، ۲۰۰۱). در همین راستا ما در این پژوهش به دنبال مطالعه تاثیر ابعاد مختلف استفاده از اینترنت روی احساس تجربه شده از آن هستیم. با استناد به یافته‌های پژوهش در می‌یابیم که بین استفاده روزمره بالا از اینترنت و احساس تجربه شده رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. در تبیین این رابطه باید بیان شود که استفاده روزمره شامل استفاده از ایمیل، وبگردی، به روز کردن نرم‌افزارها و خرید و فروش است. از آنجایی که این موارد می‌توانند مشکلات کاربران را تا اندازه زیادی مرتفع سازند، در نتیجه کاربر احساسات مثبت‌تری را نیز به اینترنت پیدا خواهد کرد. همچنین نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که بین هر دو میزان متوسط و بالای استفاده خبری شامل اخبار سیاسی، مذهبی، ورزشی و مجلات و روزنامه‌ها و احساس تجربه شده، رابطه معناداری مشاهده شده است. در تبیین این معناداری می‌توان به این نکته اشاره کرد که معمولاً کاربرانی که ساعات بیشتری را صرف جستجو در سایت‌های خبری می‌کنند، به دنبال اهداف مشخصی هستند و اطلاعات خبری مورد نیاز خود را از این رسانه کسب می‌کنند. در نتیجه این نوع استفاده توانسته است احساس مثبتی را به کاربران بدهد. در کل باید گفت کاربرانی که استفاده روزمره و خبری بیشتری از اینترنت دارند، معمولاً در این فضا به دنبال اهداف مشخصی هستند و همین امر سبب می‌شود که سرگردانی کمتری نیز داشته باشند، در نتیجه احتمال داشتن احساس مثبت‌تر به اینترنت در این افراد بیشتر است. اما در بعد تفریحی (چت، بازی آنلاین، فیلم و دانلود موسیقی) و بعد علمی - آموزشی (جستجوی علمی، سایت‌های آموزشی و سایت‌های مختلف) و احساس تجربه شده رابطه معناداری وجود ندارد، این نتیجه با نتایج تحقیق مشایخ و برجلی نیز همسو است.

همچنین رگرسیون چند متغیره نشان می‌دهد، استفاده خبری متوسط و بالا و استفاده بالا از بعد تفریحی وارد معادله شده‌اند. این نتیجه، نتایج تحقیق ابراهیم آبادی و یانگ را تایید می‌کند. در تبیین استفاده تفریحی از اینترنت، باید بیان شود که این قبیل استفاده‌ها از اینترنت در ابتدا جذابیت بیشتری دارند. اما از آنجایی که در دراز مدت می‌توانند به صورت مستقیم یا غیر مستقیم زمینه‌های رفتارهای انحرافی را فراهم سازند و همچنین اعتیاد به اینترنت و گوشه‌گیری را در فرد سبب شود در نتیجه احساسات منفی‌تری را نیز نسبت به اینترنت ایجاد می‌کنند. به دلیل آن که هویت افراد در چت روم‌ها پنهان است، روابط ایجاد شده، موجب سوء تفاهم و در نتیجه ضربه عاطفی می‌شود. ممکن است این روابط به دنیای واقعی کشیده شود و آثار زیانباری در بر داشته باشد.

با توجه به نتایج حاصل از این مطالعه پیشنهاد می‌شود که دست‌اندرکاران و کارشناسان با مدیریت صحیح و مناسب، نیازهای جوانان را شناسایی کنند و این فضا را به سمت تولید محتوای مناسب و سالم در قالب‌های جذاب که متناسب با سلیقه جوانان باشد سوق دهند. در مجموع باید گفت که استفاده

صحیح از اینترنت می‌تواند زمینه‌های لازم جهت توانمندسازی افراد را فراهم سازد و استفاده ناصحیح از آن می‌تواند زمینه‌ساز مشکلات عدیده‌ای برای فرد و به دنبال آن برای جامعه شود.

#### منابع

#### منابع فارسی :

آذرنیا، راضیه (۱۳۸۳)، "بررسی نحوه کاربرد اینترنت نزد جوانان مشهد"، مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران، معاونت فرهنگی جهاد دانشگاهی شعبه مشهد.

ابراهیم آبادی، حسین (۱۳۸۸)، "الگوی استفاده از اینترنت: محیط یادگیری و بافت فرهنگی و اجتماعی"، در *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره دوم، شماره ۷.

تورن، آلن (۱۳۸۰). *نقد مدرنیته*. ترجمه مرتضی مردیپا. تهران: گام نو.

محسنی، منوچهر، بهزاد دوران و محمد هادی سهرابی (۱۳۸۵)، "بررسی اثرات استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی کاربران اینترنت (در میان کافی‌نت‌های تهران)"، در *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره هفتم، شماره ۴.

محسنی، منوچهر (۱۳۸۰). *جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی*. تهران، نشر دیدار. چاپ اول.

مشایخ، مریم و احمد برجلی (۱۳۸۱)، "بررسی رابطه احساس تنهایی و نوع استفاده از اینترنت در گروهی از دانش‌آموزان دبیرستانی"، در *تازه‌های علوم شناختی*، سال ۵، شماره ۱.

#### منابع انگلیسی :

Jackson, L.A., Ervin, K.S., Gardner, P.D., & Schmitt, N. (2001), "**Gender and the internet: Women communicating and men searching**", In *Sex Roles*, 44, 363-380.

Lee, W., T. M. K. Tan and S. S. Hameed (2005), "**Polychronicity, the Internet and the Mass Media: A Singapore Study**", In *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(1), article 14.

Mcquail, D. (2005). *Mcquail's Mass Communication Theory*. 5<sup>th</sup> edition. Sage publication. London.

Mokhtarian, Patricia L., Ilan Salomon and Susan L. Handy (2004), "**A Taxonomy of Leisure Activities: the Role of ICT**", Research Report UCD-ITS-RR-04-44, Institute of Transportation Studies, University of California, Davis, [www.its.ucdavis.edu/publications/2004/UCD-ITS-RR-04-44.pdf](http://www.its.ucdavis.edu/publications/2004/UCD-ITS-RR-04-44.pdf).

Sanders, Ch.E., Tiffany, M., FIELD, M.D., & Kaplan, M. (2000), "**The relationship of internet use to depression and social isolation among adolescents**", In *Adolescence*, 35, 242-237.

Sunwoo K, Rando K. (2002), "**A study of Internet addiction**", In *Journal of Korean Home Economics Association*, English Edition; 3: 1-19.

Wellman, B and Frank, K. (2001), "**Network capital in a multi-level world: getting support from personal community**", PP. 1-32, In *Social Capital: Theory and Research* (Eds) Lin, N. and Burt, R. and Cook. K. Chicago: Aldine De Gruyter.

Windham, R. C. (2008), **The changing landscape of adolescent Internet Communication and its relationship to psychological adjustment and academic performance**, Thesis (PHD) The George Washington University, Columbian College of Arts and Sciences and Graduate School of Education and Human Development.

Young, K.S. (1996), "**Addictive use of the internet: A case that breaks the stereotype**", In *Psychological Reports*, 79, 899-902.