

مطالعه عوامل موثر بر استفاده جوانان از اینترنت: تحلیلی بر نتایج یک پیمایش در استان چهارمحال و بختیاری

عزیزالله آقابابایی

کارشناس ارشد جامعه شناسی گروه جامعه شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور شهر کرد
w_ziz@yahoo.com

داریوش جلالی

کارشناس ارشد روانشناسی گروه جامعه شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور شهر کرد

سهیلا باقری

مشاور سازمان بهزیستی استان چهار محال و بختیاری، شهرستان شهرکرد

چکیده:

هدف این مقاله ارائه ی شناخت از میزان گرایش جوانان نسبت به استفاده از وسایل نوین ارتباطی بخصوص گرایش به استفاده از اینترنت در میان جوانان استان چهار محال و بختیاری و نیز ارائه ی تحلیل علی از عوامل موثر بر چنین گرایشی می باشد. نتایج این مقاله برگرفته از تحقیقی پیمایشی در سال ۸۶-۱۳۸۵ شمسی درباره میزان گرایش جوانان استان نسبت به استفاده از این رسانه می باشد. جامعه آماری این مطالعه را جوانان ۱۵ تا ۲۵ ساله ی جامعه ی شهری این استان که در زمان مطالعه به اینترنت دسترسی داشته اند تشکیل می دهد. حجم نمونه نیز برابر با ۲۸۱ نفر است و پاسخگویان به روش تصادفی انتخاب شده اند. نتایج مقدماتی حاکی از آن است که جوانان استان علاقه مند به استفاده از اینترنت با اهداف متفاوت می باشند و عوامل متفاوت ساختاری و غیر ساختاری بر گرایش آنان تاثیرگذار بوده است. شناخت این عوامل کمک می کند تا برنامه ریزی در استان بر اساس نیازهای جوانان به رسانه های جدید انجام پذیرد.

کلید واژه ها: گرایش، جوانان، امکانات موجود، رضایت مندی از خدمات آی. اس. پی، ویژگیهای محیط مجازی جت، ویژگیهای کمی و کیفی اینترنت.

مقدمه

در ابتدا لازم به اشاره است که این مقاله نتیجه ی تحقیقی است که با حمایت مالی سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان چهارمحال و بختیاری در سال ۱۳۸۶ به پایان رسیده است. اما به لحاظ محتوایی، این مقاله به موضوع نحوه استفاده کاربران اینترنتی در استان چهارمحال و بختیاری می پردازد. سوالی که موجب شکل گیری علاقه مندی ما به این موضوع شد همانا به تفاوتیهای مربوط می شد که ما در مطالعات اکتشافی خود در نحوه استفاده از اینترنت در میان جوانان به آنها برخورد کرده بودیم اما سعی کردیم آن را در میان جوانان این استان مطالعه و مستندسازی کنیم. برای انجام این مطالعه یک طرح پژوهشی تعریف کردیم و جامعه آماری آن را جوانان ۱۵-۲۴ ساله جامعه شهری استان چهارمحال و بختیاری بوده تعیین کردیم. از بین اعضای این جامعه آماری تعداد ۲۸۱ نفر با استفاده از فرمول نمونه گیری کوکران به روش سهمیه ای و به شیوه تصادفی ساده از نوع در دسترس انتخاب گردیده اند. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه ی برآمده از ساختار نظری این مقاله و فرضیه های عملیاتی آن بود و داده های جمع آوری شده در دو سطح توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند که ما بخشی از نتایج آن را در این مقاله برای ارزیابی ادعای نظری مقاله و پاسخ به مسئله این مطالعه تحلیل و ارائه می کنیم.

برای پاسخ به سوال این مقاله از نظریه مبادله استفاده کرده ایم و بر آن اساس فرضیه هایی را با قلمرو موضوعی «ویژگیهای دموگرافیک جوانان، پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده جوانان، وضع موجود امکانات مربوط به اینترنت، رضایت از خدمات آی. اس. پی، ویژگیهای مجازی محیط جت، ویژگیهای کمی و کیفی اینترنت» مطرح کردیم. سپس برای آزمون این فرضیه ها از روش پیمایشی استفاده کردیم. نتایج ما نشان می دهد که بر اساس سنجش، میزان گرایش جوانان نسبت به استفاده از اینترنت حدود ۴٪ در سطح پائین و حدود ۷۸٪ در سطح متوسط و ۱۷٪ / ۵ در سطح بالا می باشد. همچنین بر اساس آزمون های آماری بین متغیرهای «وضعیت تاهل، جنسیت، رشته تحصیلی، ساعات کار با اینترنت، مدت زمان آشنایی با اینترنت، زمان آخرین بار استفاده از اینترنت، میزان هزینه هفتگی اختصاص یافته برای اینترنت، سایت ها و موضوعات مورد استفاده از اینترنت، وجود کامپیوتر در منزل کاربران، ساعات کار با اینترنت در یک شبانه روز، رضایت کاربران از خدمات اینترنتی، خصوصیات مجازی محیط جت با گرایش جوانان نسبت به استفاده از وسیله نوین ارتباطی اینترنت رابطه معناداری وجود دارد ($p < 0.0$). با این مقدمه و برای پاسخ به پرسش بالا ابتدا مسئله را طرح می کنیم و سپس از نظریه مشاهده استفاده می خشنودی و ترکیب نظریه گافمن و بوردیو با عنوان عرضه خود در میدان برای تعیین چارچوب مشاهده استفاده می کنیم و براین اساس داده های بدست آمده از پیمایش را با ادعاهای نظریه مبادله مقایسه کرده تا نشان دهیم در چه حوزه ای تولید علم انجام شده و اینکه این یافته ها چه مسئله ای را می تواند حل کند.

مسئله اینترنت و جوانان: چالشهای استفاده از اینترنت در استان چهارمحال و بختیاری

با این شناخت که در بین کاربران اینترنت، جوانان بیشترین استفاده را با اهداف (آموزشی، تفریحی و سرگرمی) از آن دارند اما از یک طرف کمبود ظرفیتها و زیرساختهای لازم جهت ایجاد و راه اندازی اینترنت در استان همچون پائین بودن شهرهای تحت پوشش اینترنت (۱۶مورد)، تعداد مشترکین ip خصوصی (۱۲مورد)، تعداد مشترکین ip دولتی (۱۴مورد)، ضریب نفوذ تلفن (۲۵درصد)، ضریب نفوذ اینترنت (۵/۱۰ درصد) و دیگر شاخص ها به عنوان یک چالش اساسی مد نظر قرار دارد و توسعه پایدار استان را که در عصر حاضر بر محور دانایی قرار دارد و رکن اساسی این دانایی داشتن اطلاعات و ارتباطات است و نماد این دانایی در استفاده از وسیله نوین ارتباطی اینترنت قلمداد می گردد را با مشکل مواجه کرده است. اما از طرف دیگر ورود اینترنت به عنوان یک رسانه جدید همچون کالاهای فرهنگی دیگر و استفاده بدون آموزش از آن با وجود همه مزایا و فرصتهایی که در اختیار کاربران قرار می دهد منجر به بروز آسیب های اجتماعی و فرهنگی از جمله اعتیاد اینترنتی، کاهش روابط اجتماعی در دنیای واقعی، پرسه زدن در سایت های غیر اخلاقی، کسب هویت های جنسی و دینی و اخلاقی جدید خواهد گردید. لذا با توجه به اهمیت مسئله، مقاله حاضر به دو سوال زیر پاسخ می دهد؟

- تمایل و گرایش جوانان نسبت به استفاده از رسانه ارتباطی اینترنت چگونه است؟

- چه عواملی بر گرایش جوانان تاثیرگذار می باشند؟

ملاحظات نظری در باره ی رابطه متقابل جوانی و استفاده از اینترنت

رویکردهای غالب در مطالعه تأثیر اجتماعی و روانی ICTs بر جامعه را در دو دسته کلی تأثیر تکنولوژیکی و تأثیر عوامل اجتماعی می توان تقسیم کرد. رویکردهای تکنولوژیک نقش رسانه های جدید را در روابط و تبعات اجتماعی آن تعیین کننده می دانند و در مطالعه نهایی تکنولوژی را شکل دهنده روابط اجتماعی و شکل های تحول آن تلقی می نمایند. رویکردهای اجتماعی یا جایگزین در مطالعه اثرات رسانه ها در مقابل به عوامل اجتماعی توجه بیشتری نشان می دهند. از این رو نظریات مبادله اجتماعی بیشترین کاربرد را در مطالعات از این دست فراهم می نماید (ذکایی، ۱۳۸۳: ۵).

ترکیب نظریه گافمن و بورديو: عرضه خود در میدان

تشابهات مفهومی نظریه عرضه خود در زندگی روزمره گافمن و نظریه عادت و میدان بورديو محقق را بر آن داشت که جهت تعیین چارچوب تئوریک از ادغام و ترکیب نظریات این محققین بهره گیرد. از این رو با نگاه به آرای گافمن می توان استدلال کرد که اینترنت چارچوب های تعاملی جدیدی را در برقراری ارتباطات بین فردی مهیا ساخته است که علی رغم محدودیت های ذاتی خود، فرصت های جدیدی را نیز برای نمایش شخصیت در اختیار کاربران قرار می دهد. توصیف مجازی که کاربران از ویژگی های رفتاری و شخصیتی خود در فضای چت روم به عمل می آورند را می توان با توجه به این گزاره ها تبیین کرد. تلاش برای پیشدستی در گرفتن اطلاعات، شناسایی اولیه از مخاطب گفتگو، توصیف انتخابی و گاه مبالغه آمیز و یا نادرست از برخی ویژگی های رفتاری و شخصیتی و نشان دادن همدردی و همسویی برای جلب پشتیبانی و حمایت عاطفی مخاطب از جمله زمینه های نشان دهنده تدارکات و آمادگی های «پشت صحنه ای» افراد، برای نمایش «روی صحنه ای» خود هستند. ماهیت غیر رو در روی ارتباطات الکترونیکی اینترنتی همچنین می تواند انگیزه بیشتری را برای کاربران آن در بازی با هویت، رفتارهای آزمایشی و ارائه تصویری غیرواقعی فراهم سازد که خطر «شرمندگی» در آن کمتر است (ذکایی، ۱۳۸۳: ۶). گافمن بر این باور بود که افراد برای ابراز وجود در هر گونه زمینه ای از ترفندهایی که فراخور آن می پندارند سود می جویند (اوحدی، ۱۳۸۳: ۸۲).

از طرف دیگر بورديو عنوان می نماید که «عادات» شیوه های عمل و زیستی است که فاعلان اجتماعی در جریان اجتماعی شدن کسب می کنند و از طریق تجربه عملی آموخته می شوند. براین اساس، باید گفت که میدانها در حال تغییرند و رابطه بین عادت و میدان در معرض گسست است. ملزومات میدان ضرورتاً اشاره بر وجود عاداتی ندارند که بازیگران يك میدان مجهز به آن باشند. در اینجا نیز امکان کنش و انتخاب وجود دارد. ارتباطات مجازی می تواند زمینه شکل گیری عاداتی جدید را فراهم سازد که خود به کنش و انتخاب های متفاوتی منتهی می گردد. ظهور عادات جدید شرایط (عادات) قبلی را به چالش می کشاند و در نتیجه آن جایجاییهایی صورت می گیرد. بدین ترتیب اگرچه اساس فرآیند بازآفرینی باقی می ماند، با این حال شیوه های متنوعی، مینای مبارزه برای تعریف میدان و امکان عمل فرد را فراهم می سازند. ویژگی های ارتباطات الکترونیکی حاکم در فضای چت رومها شرایطی متفاوت از روابط حقیقی و رودرو را برای کاربران آن فراهم می کند. سرعت عمل، ناشناس ماندن، سیال بودن و ویژگی های دیگر می تواند فضای یکسان و مشابهی را فارغ از الزامات ساختی (جنسیتی، طبقاتی، قومی، نژادی و مکانی) فراهم سازد که مستعد تجارب متفاوتی برای کاربران آن است. تعاملات آزمایشی، کنجکاوانه و یا با نیت افزایش ظرفیت شناختی، کاربران اینترنتی را با ذهنیت و گرایش جدیدی تجهیز می کند که می تواند رفتار و تعاملات آنها در دنیای حقیقی را به چالش کشانده و تغییراتی را هرچند جزئی در میدان عمل اجتماعی آنها فراهم سازد (ذکایی، ۱۳۸۳: ۷).

نظریه استفاده و خشنودی

دلایل و انگیزه‌های جذب جوانان به اینترنت و رفتار آنها در فضای مجازی زمینه‌های اصلی هستند که در رویکرد استفاده و خشنودی به آنها توجه می‌شود. این رویکرد برای اولین بار توسط الیهوکاتر در دهه ۱۹۷۰ مطرح شده و بیان می‌دارد که مخاطب از رسانه‌ها برای ارضای نیازها و خواسته‌هایش استفاده می‌کند. هدف اصلی این رویکرد تحقیق در چگونگی انتخاب، دریافت و شیوه‌های عکس‌العمل مخاطبان رسانه‌ها است. کاتر، بلامر و گوریچ برداشتی کارکردگرایانه از نظریه استفاده و خشنودی ارائه می‌دهند که این رویکرد مربوط می‌شود به ریشه‌های اجتماعی و روان‌شناسی اجتماعی نیازهایی که انتظارات از رسانه‌های جمعی ایجاد می‌کند و منجر می‌شود به الگوهای متفاوت مواجهه با رسانه که نتیجه آن خشنودی‌های مرتبط با نیاز و پیامدهای دیگری است که اغلب ناخواسته است (سورین و تانکار، ۱۳۸۰: ۴۲۳). «مخاطب در این رویکرد فعال است از این جهت که به دنبال رضایت مندی است» (نیکو و دیگران، ۱۳۸۰). فضای مجازی اینترنت آغازگر دوره‌ای است که در آن رسانه و مخاطب توأمان تغییر مفهوم داده‌اند. از منظر رسانه‌ای، اینترنت چند رسانه‌ای شده و در آن متن نوشتاری، صوتی و تصویری حضور دیالکتیکی پویایی دارد. کاربران اینترنت نسبت به مخاطبان رسانه‌های سنتی چون تلویزیون و رادیو دارای درجه بسیار بالاتری از فعالیت و تعامل را در ارتباط با سایت‌ها و سایر فضاهای تعریف شده اینترنتی هستند. کاربرد در استفاده از اینترنت اختیار افزون‌شده‌ای در استفاده کردن یا نکردن از رسانه دارد و میزان خشنودی کاربر و احساس ارضای نیازهای تعریف‌شده‌اش در این فضای جدید رسانه‌ای غیرقابل چشم‌پوشی است. طبق این نظریه، کاربران اینترنت نیازهایی دارند که انتظار دارند با مراجعه به سایت‌های تبلیغاتی و نیازمندی به رفع و رجوع آن بپردازند.

فرضیه های پژوهش

- ویژگیهای دموگرافیک (جمعیت شناختی) جوانان بر گرایش آنان به اینترنت اثر دارد.
- رضایت مندی از امکانات و خدمات آی. اس. پی بر گرایش جوانان به اینترنت رابطه مستقیم و مثبت دارد.
- بین ویژگیهای مجازی محیط چت (اتاق گفتگو) و گرایش جوانان به اینترنت رابطه معنادار وجود دارد.
- بین ویژگیهای کمی و کیفی اینترنت و گرایش جوانان به اینترنت رابطه معنادار وجود دارد.

روش شناسی مطالعه ی اینترنت در میان جوانان چهارمحل و بختیاری

تحقیق حاضر بر اساس روش پیمایشی انجام شده و از نوع کاربردی و مقطعی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل جوانان ۱۵-۲۴ سال جامعه شهری استان چهارمحل و بختیاری در سال ۱۳۸۵-۸۶ می باشد که تعداد آنها برابر با ۷۰۵۶۸ که از این تعداد ۳۴۵۷۰ نفر را پسران و ۳۵۹۸ نفر را دختران تشکیل می دهند. بر این اساس حجم نمونه برآوردی ما در این تحقیق با استفاده از فرمول نمونه گیری کوکران حدود ۲۸۱ مورد می باشد، که برای اطمینان بیشتر ۲۸۵ مورد در نظر گرفته شده است. نمونه گیری تحقیق بصورت طبقه ای چند مرحله ای به شرح ذیل بوده است: پرسشنامه هر منطقه با توجه به کثرت ISP محاسبه گردیده و نهایتاً پاسخگویان به شیوه تصادفی ساده انتخاب و مورد مصاحبه قرار گرفته اند. بعد از مشخص شدن سهمیه پرسشنامه، مطالعه از کافی نت هایی که بصورت تصادفی انتخاب شده بودند، انجام شد. قابل ذکر است که پاسخگویان ما به طور تصادفی ساده انتخاب و از نوع در دسترس بوده اند. ابزار سنجش در این پژوهش پرسشنامه محقق ساخته در خصوص سنجش گرایش و فرضیه های ارائه شده می باشد. که این پرسشنامه شامل سوالات شناسایی و عمومی مربوط به متغیرهای مستقل و همچنین سوالات تخصصی مربوط به سنجش گرایش جوانان نسبت به اینترنت که جمعاً دارای ۷۰ سوال بصورت بسته و باز پاسخ می باشد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها در سطح توصیفی از «فراوانی، درصد، میانگین» و در سطح/استنباطی از «آزمون تی یا مقایسه میانگین ها، کای اسکوایر، رگرسیون، تحلیل مسیر، آزمون تعقیبی LSD، جداول توافق، ضرایب همبستگی» استفاده شده است. همچنین جهت تعیین اعتبار ابزار اندازه گیری از اعتبار محتوا از نوع صوری (مشاوره و مصاحبه با اساتید و صاحب نظران) استفاده شده است. پایایی و قابلیت ابزار اندازه گیری با اجرای آزمون پیش تست با نمونه ۶۰ نفری از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده که نتایج آزمون برای هر يك از مفاهیم و شاخص های ترکیبی بالاتر از ۶۵ درصد می باشد.

متغیرها

گرایش: بصورت متغیر رتبه ای (پائین و متوسط و بالا) با سوالات ارائه شده مثبت و منفی در خصوص تمایل به استفاده از اینترنت دسته بندی شده است.

رضایت از خدمات آی اس پی: بصورت متغیر رتبه ای (پائین و متوسط و بالا) با شاخص رضایت (از سرعت- کیفیت خدمات -قطع و وصل شدن- از هزینه اینترنت- CONNECT یا اتصال سریع) سنجیده شده است.

خصوصیات کمی اینترنت: بصورت متغیر اسمی با شاخص های (نحوه آشنایی با اینترنت- مدت زمان آشنایی با اینترنت- آخرین بار استفاده از اینترنت- هزینه هفتگی برای اینترنت- زمان تخصیص یافته به کار با اینترنت- ساعات مورد استفاده از اینترنت- داشتن ایمیل) اندازه گیری شده است.

خصوصیات کیفی اینترنت: بصورت متغیر اسمی با شاخص های (سایت های مورد استفاده از اینترنت- چگونگی آموزش اینترنت- نوع انگیزه یا موضوعات استفاده از اینترنت- نظارت والدین بر استفاده جوانان از اینترنت) اندازه گیری شده است.

خصوصیات محیط مجازی چت: بصورت متغیر رتبه ای با شاخص های (چت به عنوان میدانی برای نقش بازی کردن و چت به عنوان ارتباطی نامطمئن و چت به عنوان امتداد زندگی واقعی و چت به عنوان وسیله ای برای ارتباط دوستانه و چت به عنوان ارتباطی ناکارآمد و چت به عنوان ابزاری برای سوء استفاده) اندازه گیری شده است.

وضعیت موجود امکانات: بصورت متغیر اسمی با شاخص های امکانات شخصی (وجود کامپیوتر شخصی- چگونگی استفاده از کامپیوتر بیرون یا درون منزل- متوسط ساعت کار با کامپیوتر و امکانات غیر شخصی - وجود ISP در منطقه زندگی پاسخگو- وجود کافی نت در منطقه زندگی پاسخگو- فاصله محل زندگی تا کافی نت یا ای اس پی- استفاده از آموزشگاه کامپیوتر- وجود مدرسین در منطقه زندگی پاسخگو) اندازه گیری شده است.

جنبه های توصیفی یافته های تحقیق

۱- حدود ۶۴/۲۸٪ از جمعیت نمونه را پسران و ۷۲/۲۵٪ را دختران تشکیل می دهند و ۹۲/۲۴٪ ساکن مناطق جنوبی شهر و ۸/۶۵٪ ساکن مناطق شمالی شهر می باشند. بیشترین پاسخگویان در این تحقیق یعنی حدود ۱۴/۰۲٪ در رده سنی ۱۸ سال قرار دارند و میانگین سنی برای کل جمعیت نمونه برابر با ۲۰/۵ سال می باشد که این رقم برای پسران برابر با ۲۰/۸۸٪ و برای دختران برابر با ۲۰/۳۶٪ می باشد و حدود ۷/۴۰٪ از جمعیت نمونه متاهل و ۹۲/۶۰٪ مجرد می باشند. فراغت بیشتر جوانان کم سن و سال این امکان را برای آنها فراهم نموده که نسبت به افراد بزرگتر و حتی افراد متاهل بیشتر در محیط های اجتماعی خص چون کافی نت ها حضور داشته باشند و با دنیای مجازی و اینترنت ارتباط داشته باشند.

۲- از کل جمعیت نمونه ۹/۲۶٪ در رشته های علوم انسانی و ۷۴/۴۰٪ در رشته های غیر انسانی و ۶۰/۴۲٪ در رشته های فنی تحصیل می کنند. همچنین سطح تحصیلات حدود ۳/۴۲٪ از جمعیت نمونه درحد راهنمایی و ۷۹/۴۱٪ درحد متوسطه و پیش دانشگاهی و ۸/۵۴٪ میزان تحصیلات آنها از فوق دیپلم به بالامی باشد. لازم به ذکر است که دختران دارای تحصیلات عالی بیشتر از پسران در استفاده از اینترنت شرکت دارند.

۳- حدود ۸۱/۲۱٪ از جمعیت نمونه در منزل خود کامپیوتر دارند و ۷۹/۱۸٪ فاقد کامپیوتر در منزل می باشند که البته وضعیت موجود کامپیوتر در منزل برای پسران بهتر از دختران می باشد. فضای فرهنگی حاکم بر خانواده ها و نیاز روز افراد جامعه بویژه جوانان باعث شده که خانواده ها جهت سپری نمودن اوقات فراغت جوانان خود و حتی استفاده های علمی و فرهنگی و اجتماعی از امکانات و تجهیزات نیاز ارتباطی برخوردار شوند.

۴- حدود ۴۵/۷٪ از جمعیت نمونه بیشتر در منزل از کامپیوتر استفاده می کنند و ۳۹/۵۱٪ در بیرون از منزل و برای ۲/۹۱٪ از جمعیت نمونه هیچ تفاوتی در مکان استفاده از کامپیوتر ندارد. در یک شبانه روز ۶۰/۴۲٪ جمعیت نمونه کمتر از ۲ ساعت از کامپیوتر استفاده می کنند و ۱۲/۲۴٪ بین ۲-۵ ساعت و ۲۸/۲۳٪ نیز از ۵ ساعت به بالا از کامپیوتر استفاده می کنند. مدت زمان آشنایی ۱۶/۶۶٪ از جمعیت نمونه با اینترنت کمتر از یکسال و ۰۴/۲۸٪ بین یک تا دو سال و ۶/۳۳٪ بین دو تا چهار سال و ۲۴/۲۲٪ نیز بیش از چهار سال می باشد. آخرین باری که جمعیت نمونه از اینترنت استفاده کرده برای ۸۶/۷۴٪ کمتر از یک هفته پیش و ۹۲/۱۹٪ بین یک تا دو هفته پیش و ۲۱/۵٪ کمتر از یک ماه گذشته بوده است.

۵- همچنین نحوه آشنایی ۱۶/۶٪ از جمعیت نمونه با اینترنت از طریق مدرسه و آموزشگاه دولتی و ۳۷/۱۱٪ از طریق آموزشگاه خصوصی و ۱۶/۶٪ از طریق خانواده و ۴۱/۵٪ از طریق دوستان و ۴۳/۱۴٪ از سایر طرق می باشد که البته برای پسران بیشترین عامل تاثیرگذار یادگیری دوستان و برای دختران بیشترین عامل تاثیرگذار برای یادگیری مدرسه و آموزشگاه دولتی بوده است (چیدری و یعقوبی، ۱۳۸۴). جذابیت استفاده از اینترنت برای جوانان باعث شده که قید مکانی و زمانی جهت استفاده از اینترنت نادیده گرفته شود و جهت ارتباط با دنیای مجازی زمانی را از اوقات خود برای ارتباط با اینترنت صرف نمایند. الگوها و کنشگران متفاوتی در عرصه آموزشی و آشنایی جوانان با رسانه نوین ارتباطی موثر می باشند. بنا به این دلیل که در هر مکان و زمانی استفاده از اینترنت فراهم شده. امکان آموزش و یادگیری نیز برای جوانان آسانتر شده است.

۶- تقریباً حدود ۸۲٪ از جمعیت نمونه از سرعت isp و ۸۴/۵٪ از کیفیت خدمات isp و ۷۴/۵٪ از هزینه های اینترنت و ۸۲٪ از زمان و سرعت اتصال اینترنت رضایت در سطح متوسط به بالا دارند.

۷- فاصله محل زندگی ۷۶/۹۸٪ از پاسخگویان تا isp نزدیک و ۲۳/۰۲٪ دور می باشد که البته این امر برای پسران و دختران متفاوت می باشد و پسران با توجه به دور بودن isp شرایط بهتری برای استفاده دارند.

۸- میزان هزینه هفتگی اینترنت برای ۲۸/۵۲٪ کمتر از ۲ هزار تومان و برای ۲۲/۰۱٪ بین ۲-۵ هزار تومان و ۶۱/۱۵٪ بیش از ۵ هزار تومان می باشد. البته میانگین هزینه اینترنت در یک هفته برای کل جمعیت نمونه برابر با ۲۸۶۰ تومان بوده که این امر برای پسران ۵۲۷۰ تومان و برای دختران ۲۴۵۱ تومان می باشد. و تعداد ساعاتی که جمعیت نمونه در یک شبانه روز از اینترنت استفاده می کند برای ۶۰/۱۵٪ کمتر از یک ساعت و برای ۵۶/۳۷٪ بین یک تا دو ساعت و برای ۷۲/۱۷٪ بیشتر از سه ساعت و ۱۸/۷۸٪ بین سه تا پنج ساعت و ۳۴/۱۰٪ نیز بصورت موردی وارد فضای اینترنت می شوند.

۹- حدود ۱۷/۳٪ از جمعیت نمونه ساعت استفاده آنها از اینترنت قبل از ساعت ۸ صبح و ۵۴/۳۳٪ بین ۸-۱۲ و

۱۸/۲۵٪ بین ساعات ۱۳-۲۰ و ۲۲/۲۲٪ بین ساعات ۲۰-۲۴ و ۱۵/۸۹٪ ساعت مشخصی را برای کار با اینترنت اعلام نکرده اند. البته نتایج نشان می دهد که دختران بیشتر صبحها و پسران بیشتر عصرها از اینترنت استفاده می کنند. و نوع مطالبی که از اینترنت استفاده می شود برای ۶۳/۷۵٪ مطالب علمی، آموزشی و تحقیقاتی است و ۱/۰۵٪ مباحث و مسائل فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی و ۵/۵٪ مسائل مذهبی و اعتقادی و ۸۵/۱٪ سیاسی و حقوقی و ۶۰/۲۴٪ سرگرمی (موسیقی و چت) و ۸/۲۳٪ نیز موضوعات دلخواه دیگر را جستجو می نمایند. حدود ۱۵/۳۰٪ از جمعیت نمونه اعلام کرده اند که والدینشان در استفاده از اینترنت بر روی کار آنها نظارت دارند و ۲۸/۰۹٪ والدین آنها هیچگونه نظارتی ندارند و ۲۱/۷۶٪ نیز بیان کرده اند که والدین آنها تا حدودی بر کار آنها نظارت دارند.

۱۰- حدود ۶/۷۴٪ از جمعیت نمونه دارای پست الکترونیکی و ۲۵/۴٪ فاقد پست الکترونیکی می باشند و حدود ۴۸/۶۷٪ از جمعیت نمونه ایمیل خود را بصورت روزانه چک می نمایند و ۲۰/۳۸٪ دو روز یکبار و ۱۷/۹۸٪ بصورت هفتگی و ۶/۶٪ هر دو هفته یکبار و ۶/۳۷٪ نیز بصورت ماهیانه ایمیل خود را چک می کنند.

دامنه تغییرات نمره خام گرایش جمعیت نمونه به استفاده از وسایل نوین ارتباطی بین ۲۱ تا ۶۷ بوده که بیشترین فراوانی با تعداد ۳۷ مورد بر روی نمره ۴۱ قرار دارد. میانگین نمره گرایش ۴۲/۶۶ می باشد. البته این رقم برای پسران برابر با ۴۲/۳۹ و برای دختران برابر با ۴۲/۳۷ می باشد و نشان می دهد که دختران تمایل و علاقه و گرایش بیشتری نسبت به استفاده از وسایل نوین ارتباطی دارند.

جدول شماره ۱) توزیع پاسخگویان بر حسب نمره گرایش نسبت به استفاده از اینترنت

نمرات گرایش (خشنودی)	فراوانی	درصد
گرایش بالا	۶۶	۱۷/۵
گرایش متوسط	۲۹۷	۷۸/۵
گرایش پائین	۱۵	۴
جمع کل	۳۷۸	۱۰۰

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

مرکز علمی و پژوهشی

با توجه به یافته های جدول شماره يك ملاحظه می گردد که ۱۵ نفر برابر با ۴ درصد از پاسخگویان نمره خشنودی یا گرایش آنان نسبت به اینترنت در سطح پائین و ۲۹۷ نفر برابر با ۷۸/۵ درصد از پاسخگویان میزان خشنودی یا گرایش آنان در سطح متوسط و مابقی یعنی ۶۶ نفر برابر با ۱۷/۵ درصد میزان خشنودی و گرایش آنان در سطح بالا می باشد. همچنین میانگین نمره گرایش پاسخگویان برابر با ۴۲/۶۶ می باشد که نشان می دهد علاقه و گرایش پاسخگویان نسبت به وسیله ارتباطی اینترنت در سطح بالایی قرار دارد. نتایج با یافته های (زانگ، ۱۹۹۹؛ چیدری و یعقوبی، ۱۳۸۴؛ برنارد، ۲۰۰۰) مطابقت دارد و این بدین معناست که گرایش مثبت نسبت به استفاده از اینترنت وجود دارد.

جدول شماره ۲) توزیع درصد مطلق جواب پاسخگویان به کویه های گرایش به تفکیک منطقه زندگی

شماره	گویه	زیاد/کم	کل N=378	شهرکرد N=203	فارسان N=70	لردگان N=35	بروجن N=70
۱	من هر مطلب و اطلاعاتی که نیاز داشته باشم از اینترنت می‌گیرم.	زیاد	۷۰	۶۷	۳۰۸۴	۴۰۷۱	۱۰۶۷
		متوسط	۸۰۳۵	۱۰۲۹	۴۰۱۱	۷۰۲۵	۲۰۲۷
		کم	۲۰۴	۹۰۳	۳۰۴	۹۰۲	۷۰۵
۲	اینترنت اهمیت نهادهای علمی موجود مثل دانشگاهها و مراکز آموزش عالی را کاهش می‌دهد	زیاد	۳۷	۵۰۳۴	۴۱	۱۰۳۷	۳۰۳۴
		متوسط	۷۰۲۰	۵۰۲۹	۹۰۳۲	۵۰۴۱	۴۰۲۱
		کم	۲۰۲۲	۳۴	۱۰۲۶	۴۰۲۱	۳۰۲۴
۳	تمایل دارم که آموزشهای لازم خود را از طریق اینترنت کسب کنم.	زیاد	۷۰۵۷	۱۰۵۷	۹۰۶۲	۶۰	۹۰۵۲
		متوسط	۵۰۲۸	۶۰۲۹	۲۰۲۴	۴۰۳۱	۵۰۲۸
		کم	۸۰۱۳	۲۰۱۳	۹۰۱۲	۶۰۸	۶۰۱۸
۴	فضای اینترنت باعث بروز رفتارهای خشونت آمیز در بین جوانان می‌شود.	زیاد	۱۰۲۸	۱۰۲۴	۱۰۲۷	۸۰۴۲	۲۰۲۷
		متوسط	۴۰۳۵	۴۰۴۱	۶۰۲۸	۹۰۲	۴۰۴۱
		کم	۶۰۳	۶۴	۷۰۴۵	۶۰	۶۰۵۸
۵	به نظر من عصر امروز که عصر ارتباطات است تلاش برای ارتباط بدون اینترنت کار بیهوده ای است	زیاد	۲۰۲۲	۷۰۲۳	۳۰۲۴	۹۰۲۲	۲۰
		متوسط	۱۶	۳۰۱۲	۱۰	۱۰۱۷	۴۰۲۱
		کم	۷۰۲۳	۲۰۴۱	۹۰۵۲	۶۰۲۸	۴۰۸
۶	کاهش رفت و آمد و بازدید افراد خانواده و دوستان می‌شود	زیاد	۵۰۳۳	۴۰۳۸	۷۰۲۵	۶۰۴۵	۲۲
		متوسط	۸۰۲۲	۲۰۲۰	۴۰۲۱	۷۰۲۵	۳۰
		کم	۴۱	۴۰۴۰	۹۰۵۲	۴۰۳۱	۷۰۳۵
۷	من با هر کس که بخواهم ارتباط برقرار کنم از اینترنت استفاده می‌کنم.	زیاد	۴۰۲۸	۱۰۲۵	۴۰۳۱	۴۰	۳۰
		متوسط	۴۰۲۰	۵۰۳۴	۷۰۱۵	۶۰۲۸	۳۰۲۴
		کم	۳۴	۵۰۵۰	۱۰۳۷	۷۰۴۵	۴۰۳۱
۸	اینترنت رسانه ای غیر قابل اعتماد و باعث سوء استفاده مادی و غیرومادی از افراد می‌گردد	زیاد	۸۰۲۷	۱۰۲۷	۱۰۲۷	۲۰	۳۰۴۴
		متوسط	۵۰۴۱	۹۰۴۲	۶۰۴۵	۶۰۴۸	۷۰۴۵
		کم	۲۰۲۴	۴۰۳۵	۹۰۳۲	۵۰۲۸	۹۰۲۲
۹	من برای تبادل نظر با دیگران درباره موضوع دخواهم از اینترنت استفاده می‌کنم	زیاد	۴۰۲۴	۷۰۲۱	۴۰۲۱	۹۰۲۲	۴۰۲۱
		متوسط	۹۰۲۳	۵۰۳۴	۳۰۲۴	۹۰۴۲	۸۰۳۲
		کم	۷۰۲۱	۶۰۲۵	۱۰۲۷	۴۰۱۱	۳۰۲۴
۱۰	استفاده بیش از حد از اینترنت باعث بروز مشکلات جسمی (مثل مشکلات بینایی - مفاصلی - عضلانی، پوست و...) می‌شود.	زیاد	۱۰۵۷	۶۰۵۸	۳۳	۶۰۴۸	۳۰۵۴
		متوسط	۸۰۲۱	۵۰۳۱	۴۵	۷۰۴۵	۶۰۲۸
		کم	۱۰۱۱	۹۰۹	۲۲	۷۰۵	۱۰۲۸
۱۱	فضای اینترنت باعث بروز رفتارهای غیر اخلاقی و جنسی در بین جوانان می‌شود	زیاد	۹۰۲۹	۴۰۳۷	۷۰۴۵	۷۰۴۵	۴۰۳۸
		متوسط	۸۰۲۱	۸۰۲۱	۳۰	۹۰۲۲	۷۰۲۵
		کم	۳۰۲۸	۶۰۲۴	۳۰۲۴	۴۰۳۱	۷۰۳۵
۱۲	در کل از کار با اینترنت احساس آرامش می‌کنم	زیاد	۲۰۴۱	۶۰۶۲	۱۰۶۷	۳۰۵۴	۷۰۵۵
		متوسط	۲۰۲۷	۲۸	۶۰۱۸	۱۰۳۷	۶۰۲۸
		کم	۲۰۱۱	۴۰۹	۳۰۱۴	۶۰۸	۷۰۱۵

اینترنت يك ابزار فرهنگی است و فرهنگ استفاده از آن و فرهنگ کاربری آن می‌تواند جنبه های مثبت و منفی آن را توصیف نموده و آگاهی از چالش‌ها و تهدیدهای اینترنت می‌تواند ارائه هرگونه آموزش برای جوانان و نوجوانان را تسهیل کند. شناخت ابعاد مختلف اینترنت به برنامه‌های آموزشی در این زمینه جنبه واقع بینانه‌تری می‌بخشد. البته اینترنت بیش از چالش، فرصتی است که با شناخت چالش‌ها می‌توان به صورت بهینه به آن فرصت دست یافت. اینترنت امروزه وسیله‌ای برای یکپارچگی گروه‌های اجتماعی است. اینترنت علاوه بر ارتباطات نامتعارف و غیراخلاقی میان برخی اقشار جوان می‌تواند به ایجاد جرایم جدید اینترنتی، گسست میان نسلی، ایجاد مطالبات جدید اجتماعی، تهدید بنیان خانواده، تغییر سریع نقش‌های اجتماعی و خلق هویت‌های نوین، اعتیاد اینترنتی، شکل‌گیری خرده فرهنگ‌های مخالف با فرهنگ غالب و... منجر می‌شود. شاید بیشترین و عمیق‌ترین مشکل و تهدید اینترنت را بتوان در بعد فرهنگی مطرح کرد، که مهمترین آن، تبادل فرهنگ غیرقابل کنترل، تهاجم فرهنگی، انتقال هنجارها و ارزش‌های غربی، ایجاد انگاره‌های انتقادی در مباحث دینی و بالاخره تحریک قومیت-هاست.

جمع بندی رتبه ای گویه های جدول شماره دو نشان دهنده درجه و میزان گرایش یا خشنودی یا عدم آن در پاسخگویان نسبت به استفاده از اینترنت بر حسب طیف لیکرت در سطوح زیاد و متوسط و کم می‌باشد. لذا با توجه به آمار و ارقام ارائه شده در جدول ملاحظه می‌گردد که با اهمیت ترین گویه برای پاسخگویان این است که آنان هر مطلبی را که نیاز داشته باشند از اینترنت دریافت می‌نمایند. لازم به ذکر است که این گویه با ۷۰٪ بالاترین رقم را جهت موافقت پاسخگویان به خود اختصاص داده و کمترین موافقت با این مطلب است که پاسخگویان اینترنت را رسانه ای غیر قابل اعتماد ندانسته و تنها ۳۶٪ به این گویه موافق بوده اند. همچنین بیشترین مخالفت پاسخگویان (۳۶/۵٪) با این مطلب است که فضای اینترنت باعث بروز رفتارهای خشونت آمیز در بین جوانان می‌شود و کمترین مخالفت (۴/۳٪) با این امر است که آنان هر نیازی که داشته باشند از اینترنت می‌گیرند.

آزمون فرضیه ها و تحلیل روابط علی میان متغیرها

۱- داده های تجربی نشان می دهد که متغیر سن به عنوان یک عامل تاثیر علی بر گرایش افراد جوان به استفاده از وسایل ارتباطی نوین ندارد.

2- پسران گرایش قوی تری در استفاده از وسایل ارتباطی نوین از خود نشان داده اند ($t = 0.01/p < .3 / 32$) میانگین نمره گرایش متاهلان نسبت به مجردان نسبت به استفاده از وسایل ارتباطی نوین بیشتر می باشد ($t = 0.01/p < .2$) بین منطقه زندگی جمعیت نمونه (شمال شهر و جنوب شهر) و گرایش هیچگونه رابطه ای دیده نشد. با توجه به ساختار فکری و فرهنگی در جامعه که تقریباً از ساخت قبیله ای برخوردار بوده و هنوز رسوبات مردسالاری در اذهان باقی مانده است، دختران جوان از حضور در محیط های اجتماعی و فرهنگی با محدودیت هایی روبرو هستند و با شکاف جغرافیایی محدودی در نحوه استفاده از رسانه های نوین برخورد می کنیم (هر چند که رابطه بین محل زندگی و گرایش تأیید نگردیده است) که افراد پائین دست و فرودست در جامعه به دلیل درآمدهای پائین و پایگاه اقتصادی پائین در مراکز جنوبی شهر زندگی می نمایند، کمتر از خدمات و امکانات ارتباطی نوین می توانند برخوردار باشند .

۳- بین رشته تحصیلی پاسخگویان و گرایش رابطه وجود دارد و بر اساس آزمون تعقیبی Lsd اختلاف بین رشته فنی با رشته علوم غیرانسانی و کسانی است که بدون رشته تحصیلی بوده اند ($f = 0.01/p < 3 / 75$). بین میزان تحصیلات و گرایش رابطه ای وجود ندارد. یعنی پاسخگویان در تمامی سطوح تحصیلی راهنمایی، متوسطه و عالی گرایش تقریباً یکسانی در استفاده از وسایل ارتباطی نوین داشته اند. کار با اینترنت سطح دانش و معلومات و آگاهی ها کاربران را بالا می برد و حتی می تواند یک طبقه نخبه را در جامعه مجازی بوجود آورد و لذا افراد سطح تحصیل کرده تمایل و گرایش بیشتری در استفاده از اینترنت دارا هستند (یعقوبی، ۱۳۸۴).

۴- بین ساعات کار با اینترنت و گرایش به استفاده از آن رابطه وجود دارد. بر اساس آزمون تعقیبی Lsd تفاوت بیشتر در بین کسانی است که ساعات کار آنها با اینترنت کمتر از دو ساعت با کسانی که بیش از سه ساعت کار می کنند و کسانی است که بین دو تا سه ساعت با اینترنت کار می کنند با کسانی که بصورت موردی وارد فضای اینترنت می شوند ($f = 0.001/p < 10 / 20$). همچنین بین مدت زمان آشنایی با اینترنت و گرایش رابطه وجود دارد. بر اساس آزمون Lsd این تفاوت ناشی از اختلاف بین مدت زمان آشنایی ۴ سال و بیشتر با مدت زمانهای کمتر از یکسال و مدت زمان بین یک تا دو سال و مدت زمان بین دو تا چهار سال می باشد ($f = 0.001/p < 4 / 20$). بین متغیر آخرین بار استفاده از اینترنت و گرایش به استفاده از وسایل نوین ارتباطی رابطه وجود دارد. بطوری که آزمون مقایسه میانگین ها نشان می دهد کسانی که کمتر از دو روز پیش با اینترنت کار کرده بودند میانگین نمره گرایش آنها بالاتر از سایرین بوده است ($f = 0.04/p < 9 / 57$). بین ساعات کار با اینترنت در یک شبانه روز و گرایش به استفاده از اینترنت نیز رابطه وجود دارد. نتایج آزمون Lsd نیز نشان می دهد که این تفاوت ناشی از اختلاف بین کسانی است که ساعات کار آنها بین ۵-۷ ساعت در یک شبانه روز با کسانی است که ساعت کمتری از اینترنت استفاده می کنند ($f = 0.006/p < 16 / 16$) (جواهری، ۱۳۸۶).

۵- کار با اینترنت در ساعات طولانی در یک شبانه روز با هدف صرف، مصرف گرایی اطلاعات از اینترنت از نشانه های گرفتار شدن کاربر به آسیب اعتماد به اینترنت می باشد که این اعتماد اینترنتی انواع و اقسام دارد: اعتماد به بازی های اینترنتی، پورنوگرافی، مقالات علمی، هک کردن، چت کردن، وب گردی. اعتماد اینترنتی نوعی مشکل روانی ناشی از تغییرات اجتماعی است. ریشه های اعتماد از روند سنت زدایی و ورود به دوره مدرنیته می باشد. در این فضای یکی از ویژگی های سنت که همان برگزاری آیین های جمعی است، در حال از بین رفتن است. یعنی افراد به آیین های شخصی بیشتر گرایش پیدا می کنند. (سلولی شدن جامعه و سلولی شدن خانواده). در این صورت خانواده ها تک تک هستند و ارتباطات شبکه ای بین اعضای خانواده وجود ندارد. افراد سعی می کنند انفرادی از اعمال خودشان لذت ببرند. خود این قضیه ممکن است از طرفی به اعتماد منجر شود و از طرف دیگر کنترل یا نظارت و بررسی ابعاد اعتماد را سخت کند.

۶- بین میزان هزینه هفتگی برای اینترنت و گرایش به این وسیله ارتباطی رابطه وجود دارد. یعنی هراندازه هزینه هفتگی برای پاسخگویان کمتر باشد گرایش به آن بیشتر می شود ($f = 0.88 / 9 = 0.04/p < 8$) (بین نوع سایت های مورد استفاده توسط کاربران و گرایش آنها به اینترنت رابطه وجود دارد. آزمون مقایسه میانگین ها نشان داد که کسانی که از سایت های یاهو و گوگل استفاده می کنند، گرایش بیشتری نسبت به استفاده از اینترنت دارند ($f = 0.73 / 15 = 0.01/p < 2$). (بین موضوعات مورد استفاده از اینترنت و گرایش رابطه وجود دارد. به نحوی که کسانی که از سایت های علمی و پزشکی و آموزشی و تحقیقاتی و سایت های سرگرمی و چت استفاده می کنند به ترتیب بالاترین گرایش را دارا می باشند ($f = 0.004/p < 252 / 0.5$) (تصویری، ۱۳۷۸؛ چیدری، ۱۳۸۴).

۷- بین نظارت والدین برکار و استفاده فرزندان از اینترنت و گرایش رابطه ای وجود ندارد. همچنین بین نحوه آشنایی با اینترنت و گرایش رابطه وجود ندارد. و بین استفاده از مدرسین مجرب و گرایش نیز رابطه وجود نداشته است.

۸- بین وجود کامپیوتر در منزل کاربران و گرایش آنها به استفاده از اینترنت رابطه وجود دارد. بطوریکه کسانی که در منزل آنها کامپیوتر وجود دارد میانگین نمره گرایش آنها نیز بیشتر می باشد ($f = 0.01/p < 28 / 76$) (و نیز بین چگونگی استفاده از کامپیوتر (درون یا بیرون از منزل) با گرایش رابطه وجود دارد. کسانی که بیرون از منزل بیشتر با کامپیوتر کار می کنند گرایش بالاتری نسبت به دیگران نسبت به استفاده از اینترنت دارند ($f = 0.0215 / 0.7$)

$p < 02$ (اینترنت امروزه جایگاه ویژه‌ای در ساختار زندگی خانواده‌ها پیدا کرده و کامپیوتر بعنوان تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات همانند تلویزیون بعنوان یک وسیله اما با کارکردی متفاوت‌تر، متنوع‌تر و تخصصی‌تر وارد خانه شده و عرصه زندگی اجتماعی را دچار تغییر و تحول نموده و روابط اجتماعی جدیدی با ویژگی‌های نوین در جامعه حاکم می‌سازد. لذا با توجه به تحلیل متغیرهای ارائه شده، مشاهده می‌شود که در این تحقیق متغیرهای ساختاری و غیر ساختاری گوناگونی چون امکانات در دسترس نظیر داشتن کامپیوتر و چگونگی استفاده درون و بیرون از منزل و وضعیت تاهل و جنسیت و رشته تحصیلی بر میزان گرایش جوانان تأثیرگذار بوده اند. و نهایتاً اینکه ساختار اقتصادی اجتماعی و فرهنگی یک جامعه و یا خانواده می‌تواند بر میزان خشنودی و گرایش موثر باشد (تصویری، ۱۳۷۸).

۹- بین وجود isp در منطقه زندگی پاسخگو و گرایش آنها به اینترنت رابطه وجود ندارد. و نیز بین فاصله کافی نت تا منزل پاسخگویان نیز با گرایش کاربران رابطه وجود ندارد. طبق نظریه بورديو نیروهای ساختی و غیر ساختی گوناگونی می‌توانند بر خشنودی و در نتیجه بر گرایش به استفاده از وسیله ارتباطی اینترنت موثر باشند.

۱۰- بین رضایت کاربران از خدمات اینترنتی و گرایش آنها به استفاده از اینترنت رابطه وجود دارد. بطوریکه کسانی که رضایت آنها در سطح متوسط به بالاست میانگین نمره گرایش آنها نسبت به سایرین بالاتر است $(83 / 10 = x2)$ $p < 02$).

رضایت کاربران دلیلی جهت جذب جوانان به اینترنت و رفتار آنها در فضای وب می‌باشد. بنابراین کاربر در استفاده از اینترنت اختیار افزون‌شده‌ای در استفاده کردن یا نکردن از رسانه دارد و میزان خوشنودی کاربر و احساس ارضای نیازهای تعریف شده‌اش در این فضای جدید رسانه‌ای غیرقابل چشم‌پوشی است. طبق نظریه گاتز، کاربران اینترنت نیازهایی دارند که انتظار دارند با مراجعه به سایت‌های تبلیغاتی و نیازمندی به رفع و رجوع آن بپردازند. یعنی هر اندازه که این رسانه انتظارات و نیازهای جوانان را بیشتر برآورده نماید نتیجه آن بالا رفتن میزان خشنودی و رضایت جوانان را به دنبال داشته که به نوبه خود این خشنودی و رضایت تأثیر به سزائی در گرایش به اینترنت می‌باشد.

۱۱- بین خصوصیات محیط مجازی چت و گرایش به اینترنت در بعضی از شاخصها رابطه وجود دارد. بطوریکه نتایج نشان می‌دهد که بین برخی خصوصیات مانند چت به عنوان نقش بازی کردن $(870 / 38 = x2)$ $p < 0001$ ، چت به عنوان امتداد زندگی واقعی $(583 / 269 = x2)$ $p < 0001$ (و چت به عنوان امکانی برای جستجوگری $(356 / 92 = x2)$ $p < 001$) (باگرایش رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۲) رابطه خصوصیات محیط مجازی چت با گرایش جوانان

گرایش و خصوصیات محیط مجازی چت	خی دو	درجه آزادی	کرامرز وی	درجه اطمینان
نقش بازی کردن	۰.۸۷۰ ۳۸	۴	۳۳	۰.۰۰۱****
چت به عنوان ارتباطی نامطمئن	۰.۲۸۳ ۰۶	۴	۳۰	۰/۴۳
چت به عنوان امتداد زندگی واقعی	۰.۵۸۳ ۶۹	۴	۳۵	۰.۰۰۱****
چت به عنوان وسیله ای برای ارتباط دوستانه	۰.۳۱۵ ۶۱	۴	۳۳	۰/۰۷
چت به عنوان امکانی برای جستجوگری	۰.۲۵۶ ۹۲	۴	۳۴	۰.۰۱****
چت به عنوان ابزاری برای سوء استفاده	۰.۳۰۲ ۶۹	۴	۳۱	۰/۱۶

با توجه به خصوصیات بر شمرده شده برای محیط مجازی چت مشاهده می‌شود که بعضی از گویه‌ها با میزان گرایش جوانان ارتباط معناداری دارند. ملاحظه می‌گردد که بین گویه شماره ۱ و ۲ و ۵ با گرایش به ترتیب در سطح معناداری $(p < /0001)$ و $(p < /0001)$ و $(p < /001)$ رابطه دارند و گویه‌های دیگر هیچگونه رابطه

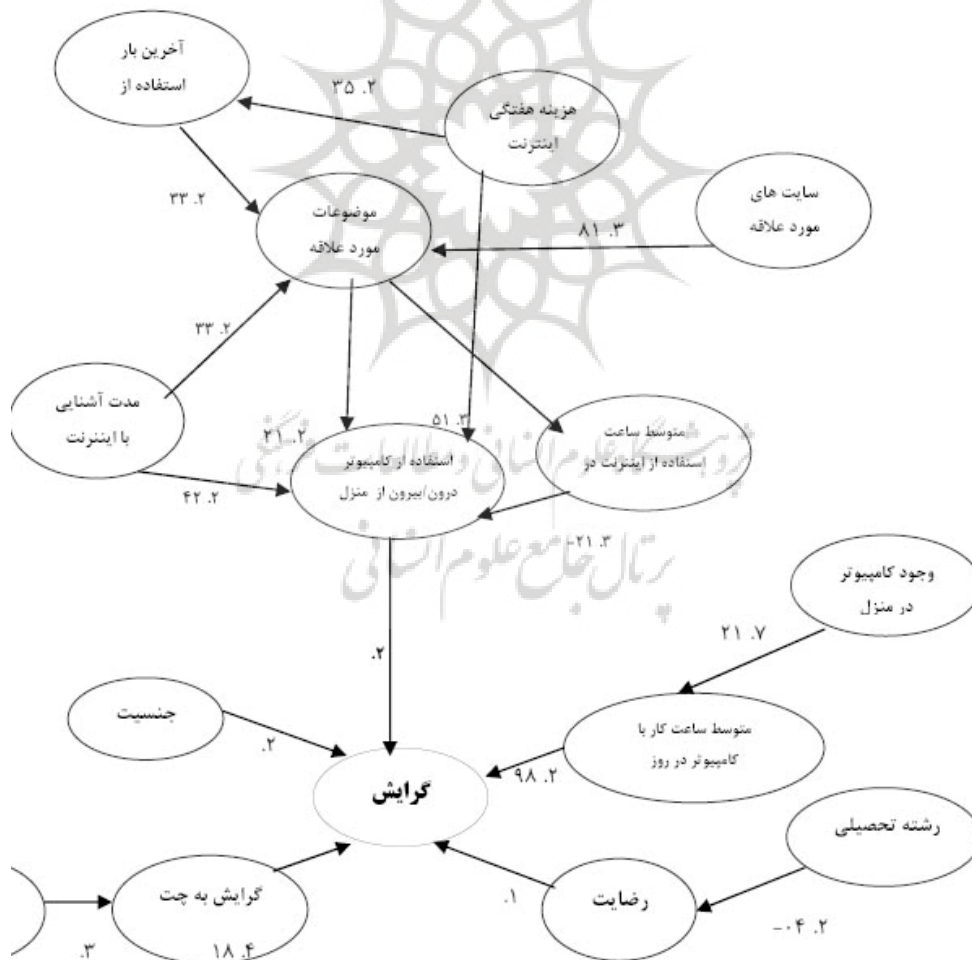
معناداری با گرایش را نشان نمی دهند. لازم به ذکر است که شدت رابطه بین گویه ها و میزان گرایش در سطح متوسط قرار دارد.

فضای مجازی و اینترنت زمینه جدیدی است برای برقراری ارتباطات و فرصت‌های جدیدی را نیز برای نمایش شخصیت در اختیار کاربران قرار داده است که بر اساس نظریه گافمن افراد از آن برای ارائه تصویری مطلوب و قابل پذیرش از خویش به توصیف تکنیک‌ها و امکاناتی چون وجود فضای مجازی یا اتاق گفتگو استفاده می‌کنند. توصیف مجازی که کاربران از ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی خود در فضای چت روم ارائه می‌نمایند را می‌توان به میدان‌ها و عرصه‌های رو صحنه ای تصور کرد که در این عرصه‌ها کاربران برای ابراز وجود از ترفندهایی متفاوت استفاده می‌نمایند. و گاه توصیف انتخابی و گاه مبالغه‌آمیز و یا نادرست از برخی ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی خود دارند. که البته این ماهیت غیر رودرویی ارتباطات الکترونیکی اینترنتی می‌باشد. از طرف دیگر این عرصه‌ها و زمینه‌ها همچون میادینی در نظر گرفته می‌شوند که طبق نظر بوردیو فاعلان و کنشگران اجتماعی در جریان جامعه پذیری خود بر حسب عادات و شیوه‌های عمل در آن میادین ایفای نقش می‌نمایند.

از جمله میدان‌ها و عرصه‌های ابراز وجود برای کاربران در فضای چت روم‌ها این بوده که خودشان را در نقش یک فرد بازیگر روضه‌ای تجسم نمایند و همچنین از طرف دیگر کاربران این میدان را جهت تداوم زندگی در عرصه واقعی و عملی زندگی انتخاب نموده و این میدان و این محیط با عرصه‌ها را امکانی برای کنجکاوی و جستجوگری در نظر گرفته‌اند. با این تفاسیر رابطه میان عادات و میادین یا به نوعی رابطه بین ابزار و توانمندی‌ها و عرصه‌های ابراز وجود در حال تغییر می‌باشد. و در کل ویژگی‌های فضای مجازی به عنوان میادین و عرصه‌ها رو صحنه‌ای باعث تغییر در میزان گرایش استفاده‌کنندگان از رسانه نوین اینترنت گردیده است.

نمودار شماره ۱) تحلیل مسیر عوامل موثر بر گرایش به استفاده از اینترنت

!Error



در این پژوهش برای تعیین تاثیر مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای موجود در مدل تحلیلی و تاثیر روابط علی موجود از تحلیل مسیر استفاده و با توجه به مدل تحلیلی پژوهش و با استفاده از ضرایب مسیر، دیاگرام تحلیل مسیر ارائه شده است. با عنایت به مبانی نظری گرایش به استفاده از فن آوریهای نوین ارتباطی و در پرتو نظریه های مطرح شده در بخش نظری و نیز اعتبار متغیرهایی که در جریان تحلیل دو متغیر معنی دار شناخته شدند، متغیر وابسته (گرایش) تحت تاثیر عوامل زیر در نظر گرفته شده است:

متغیرهای رضایت از خدمات isp، خصوصیات مجازی محیط چت یا گرایش به چت، متوسط ساعات کار با کامپیوتر، چگونگی استفاده از کامپیوتر (درون منزل یا بیرون از منزل) بصورت مستقیم بر گرایش جوانان تاثیر گذار بوده است. بطوریکه متغیر گرایش به چت تاثیرگذارترین عامل بر روی گرایش با مقدار بتای ۴/۱۸ شناخته شده است. همچنین متغیرهای (متوسط ساعات استفاده از اینترنت، موضوعات مورد علاقه جوانان در اینترنت، مدت آشنایی با اینترنت، هزینه هفتگی اختصاص داده شده برای اینترنت) بطور غیر مستقیم از طریق چگونگی استفاده از کامپیوتر در منزل یا بیرون از منزل بر گرایش تاثیرگذار بوده اند. بطوریکه متغیر مدت آشنایی با اینترنت با مقدار بتای ۲/۴۲ بیشترین تاثیر را داشته است. از طرف دیگر متغیرهای (آخرین بار استفاده از اینترنت، مدت آشنایی با اینترنت، سایت های مورد علاقه) از طریق متغیر موضوعات موردعلاقه آنهم بواسطه چگونگی استفاده از کامپیوتر بر میزان گرایش تاثیرگذار بوده اند. که بیشترین تاثیر را متغیر سایتهای مورد علاقه با مقدار بتای ۲/۸۱ داشته است. نهایتاً متغیر وجود کامپیوتر در منزل از طریق متوسط ساعت کار با کامپیوتر بسیار تاثیرگذار بر میزان گرایش با مقدار بتای ۷/۲۱ تاثیرگذار بوده و متغیر رشته تحصیلی هم از طریق متغیر رضایت جوانان از خدمات isp با مقدار بتای ۲/۴۲- بر میزان گرایش جوانان نسبت به استفاده از وسایل نوین ارتباطی تاثیر خود را نشان داده اند.

نتیجه گیری

بی شک، رشد روزافزون اینترنت فواید و اهمیت غیر قابل انکاری دارد، چندان که در دوران حاضر، نقش محوری اینترنت چنان اساسی است که بدون آن امکان برنامه ریزی، توسعه و بهره‌وری در زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و علمی در جهان آینده امکان‌پذیر نخواهد بود. با وجود این، نباید از پیامدهای ناگوار و مخرب آن به‌ویژه در زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی غافل ماند.

به دیگر سخن، اینترنت با همه خوبی‌ها و فوایدش، از کاستی‌ها و آسیب‌هایی نیز برخوردار است که همگان به ویژه دولت‌مردان، سیاست‌گذاران و اولیا و مربیان و والدین باید بدان واقف باشند. البته سخن گفتن از آسیب‌های اینترنت به معنای نفی این پدیده و نگاه منفی بدان نیست؛ بلکه واقعیت این است که اینترنت دارای کارکردهای مثبت و منفی می باشد اینترنت فن آوری ای نیست که بی چون و چرا تحمیل شده باشد بلکه رسانه ای است که به انتخاب خود از آن همانطور که هست می توان استفاده کرد و یا بطور کلی از آن چشم پوشید. اینترنت به مثابه یک تیغ دو لبه است که با آموزش صحیح و فرهنگ سازی کاربران آن و استفاده کنندگان می توان بوسيله آن عقلانیت ارتباطی را گسترش داد. در غیر این صورت با استفاده نامناسب آموزش غیر اصولی و غیر اخلاقی و عدم وجود فرهنگ کاربری هویت اجتماعی و جامعه‌ی و فردی انسان بوسيله آن از بین می رود. پس با توجه به اینکه ایران و خصوصاً استان چهارمحال و بختیاری در زمره تازه واردان جریان استفاده از اینترنت قرار گرفته اند می طلبد که ضمن فراهم نمودن زیرساختهای اساسی و مناسب تجهیزاتی آموزش لازم برای جوانان جهت استفاده مناسب از اینترنت از طریق مدارس و آموزشگاههای خصوصی و دولتی مد نظر قرار گیرد.

به نظر می رسد جهت شدت بخشیدن به گرایش مثبت جوانان در امر استفاده از اینترنت ضرورت دارد که با توجه پائین بودن ضریب نفوذ اینترنت در استان ۱۰/۵ خدمات و زیرساختهای وسیع تری جهت جلب و افزایش گرایش جوانان نسبت به استفاده از این وسیله ارتباطی نوین لازم می باشد که سازمانهای مربوطه و ذیصلاح باید تمهیدات لازم را درخصوص دایر نمودن امکانات مورد نظر افزایش پهنای باند بین المللی و سرعت اینترنت و کاهش هزینه های آن برای قشر جوان در نظر گیرند. تجهیز مدارس و آموزشگاههای دولتی و غیر انتفاعی از جمله موارد دیگری است که دسترسی سریع و مناسب برای جوانان خصوصاً در مقاطع راهنمایی و متوسطه مهیا می کند. (با توجه به اینکه آموزشگاههای خصوصی مشکلاتی از جمله هزینه های بالا و دور بودن مکان آموزشی و عدم نظارت دقیق بر کار این آموزشگاهها را دارند). از جمله آسیب های اجتماعی عصر حاضر پدیده شوم اعتیاد اینترنتی می باشد که باید مواظب بود جوانان در عین اشتیاق و علاقه مندی به استفاده از اینترنت دچار آن نشوند که این مهم با آموزشهای لازم از طریق سازمانهای ذی صلاح باید صورت پذیرد. آگاه نمودن والدین و خانواده ها نیز از جمله راهکارهایی است که اغلب خانواده ها بر کار جوانان خود در استفاده از اینترنت دارا نیستند که باید از طریق سازمانهای تبلیغاتی همچون رسانه های گروهی صورت گیرد.

منابع فارسی

- جمعیت‌شناسی عمومی ایران. چاپ پنجم، انتشارات سمت. (مهدی ۱۳۸۰) امانی، اسمیت، آلفرد، جی (۱۳۷۹). **ارتباطات و فرهنگ**، ترجمه مهدی بابایی، چاپ اول، انتشارات سمت.
- بل، دانیل (۱۳۸۲). **آینده تکنولوژی**، ترجمه احد علیقلیان، چاپ اول، انتشارات وزارت امور خارجه.
- بیگز، استفان (۱۳۸۵). **فرهنگ، خودآگاهی و اینترنت**، ترجمه کامبیز پارتازیان، انتشارات باشگاه اندیشه.
- پستمن، نیل (۱۳۸۱). **تکنوپولی، تسلیم فرهنگ به فناوری**، ترجمه صادق طباطبائی، چاپ دوم، انتشارات اطلاعات.
- پستمن، نیل (۱۳۷۵). **زندگی در عیش و مردن در خوشی**، ترجمه صادق طباطبائی، چاپ اول، انتشارات اطلاعات.
- جلالی، داریوش و همکاران (۱۳۷۴). **مقایسه اعتیاد بر حسب سبکهای تفکر در کاربران**، فصلنامه دانش و پژوهش در روانشناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان، سال هفتم، شماره ۲۲.
- جواهری، فاطمه (۱۳۸۶). **تاثیر استفاده از اینترنت بر سرمایه اجتماعی و انسانی در بین دانشجویان دانشگاه تهران**، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی، س ۱۵، شماره ۵۹-۵۸.
- دویویی، ژان‌پییر (۱۳۷۹). **اسطوره‌های جامعه اطلاعاتی در جامعه انفورماتیک و سرمایه‌داری**، ترجمه خسرو پارسا، انتشارات آگاه.
- سرمد، زهره و همکاران (۱۳۷۶). **روشهای تحقیق در علوم رفتاری**، چاپ دوم، انتشارات آگه.
- سورینورنر/تانکارد جیمز (۱۳۸۲). **نظریه های ارتباطات**، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه.
- شاوردی، تهمینه (۱۳۸۳). **مطالعه میزان و نحوه استفاده از اینترنت در میان دانش آموزان شهر تهران**، جهاد دانشگاهی، پژوهشکده علوم انسانی.
- عبداللهیان، حمید/توکلی، اباذر (۱۳۸۲). **ساخت جهان مجازی بادلانهای فرنامپی**، نامه پژوهش فرهنگی، شماره ۸.
- عینی، اکرم (۱۳۸۴). **مفهوم نیاز اطلاعاتی از دیدگاه پیشگامان علوم کتابداری و اطلاع رسانی**، فصلنامه علوم اطلاع رسانی دوره ۲۰ شماره سوم و چهارم، بهار و تابستان، فتحیان، محمد (۱۳۸۲). **تشکیل جوامع نوین بر فناوری اطلاعاتی**، وب، شماره ۳۷.
- قاسمی، علی حسین (۱۳۸۱). **تبحر در فناوری اطلاعات**، انتشارات چاپار.
- قاضی، علی میرسعید (۱۳۷۰). **تئوری و عمل در روابط عمومی و ارتباطات**، چاپ اول، انتشارات میتکران.
- کوپر، بریان (۱۳۸۱). **اتصال به اینترنت**، ترجمه سید محمدرضا رکن الدینی، انتشارات قلیانی.
- کازنو، ژان (۱۳۷۳). **جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی**، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، چاپ پنجم، انتشارات اطلاعات.
- گوردن، دبلیو آلپورت (۱۳۷۱). **روانشناسی اجتماعی از آغاز تاکنون**، ترجمه محمد تقی طوسی، انتشارات آستان قدس رضوی.
- محسنی، منوچهر (۱۳۸۰). **جامعه شناسی جامعه اطلاعاتی**، انتشارات دیدار.
- معتمد نژاد، کاظم (۱۳۸۳). **وسایل ارتباط جمعی**، چاپ چهارم، انتشارات دانشگاه علامه

طباطبایی.
نظری، مریم (۱۳۸۳). **سواد اطلاعاتی**، فصلنامه علوم اطلاع رسانی، دوره ۲۰، شماره ۱ و ۲.
ولیس، پاتریشا (۱۳۸۲). **روانشناسی اینترنت**، ترجمه بهنام اوحدی و دیگران، چاپ اول،
انتشارات نقش خورشید.
وبستر، فرانک (۱۳۸۴). **نظریه های جامعه اطلاعاتی**، ترجمه مهدی داودی، چاپ دوم،
انتشارات وزارت امور خارجه.
یعقوبی، جعفر/چیزی، محمد (۱۳۸۴). **بررسی عوامل موثر بر پذیرش و کاربرد اینترنت
در فعالیت آموزش و پژوهش دانشجویان کشاورزی**، مجله علوم کشاورزی ایران.

منابع انگلیسی

Bell , David (2001). **An introduction to cyberculture** , USA , Routledge

Danet. joan B (2002). **Communication and Culture on the Internet**,
<http://www.msdanet.net/papers/com-m-cult.pdf>

Jeffry. I. Cole and others (2000). **Surveing the Digital Future the ucla Internet Report.**

Kiesler , sara and others (2001). **internet evolution and social impact**,
<http://home.net.hcii.cs.um.edu/progress/ebusinesspaper.pdf>

Masuda ،Yoneji (1990). **Managing in the Information Society: releasing synergy Japanese Style"** Basil Blackwell ،Oxford.

Niki harre,pat bullen (2000). **the internet :its effectson safety and behaviour implications for adolescents.** <http://netsafe.org/research/internet/index.php>.

Philip E. N. Howard, Lee Rainie ,and Steve Jones (2001). **the place of the internet in everyday life.**