

بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر الگوی کاربری ارتباطی اینترنت در بین نوجوانان و جوانان شهر تهران^۱

دکتر سعید معیدفر^۲، احمد گنجی^۳، مریم ثابتی^۴

چکیده

در واپسین دهه هزاره دوم، پدیده‌ای که تنها چند سالی از تولد آن می‌گذشت، انقلابی بزرگ در سراسر جهان برپا کرد. این فرزند نوحاسته انقلاب الکترونیک و نیاز انسان به آگاهی، اینترنت نام نهاده شد. اینترنت مجموعه‌ای از امکانات وسیع می‌باشد که سعی دارد سلايق و علايق افراد را برآورده سازد. اما استفاده از اینترنت می‌تواند به سمت زیانباری نیز کشیده شود. این مقاله، با اهتمام به شناخت استفاده‌های موجود از اینترنت در ایران درصد بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر الگوی کاربری ارتباطی اینترنت در بین دانش‌آموزان است. در این راستا، پس از طرح مسئله، براساس مدل لاسول، نظریه‌هایی که به موضوع مخاطب پرداخته‌اند مطرح و جهت تبیین موضوع تحقیق بکار گرفته شد. بعد از مرور ادبیات نظری و تجربی تحقیق، الگوی کاربری ارتباطی شامل استفاده از اینترنت بصورت تعاملی و دوسویه چون چت، سایت‌های دوستیابی و غیره تعریف گردید. اهم فرضیات مورد بررسی در این مقاله عبارتند از: بین هر یک از متغیرهای خشنودی و رضایت کاربران از اینترنت، محدودیت ارتباطات جمعی، پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده و طول استفاده از اینترنت بعنوان متغیرهای مستقل تحقیق و الگوی کاربری ارتباطی اینترنت بعنوان متغیر وابسته رابطه معناداری وجود دارد. روش تحقیق مورد استفاده در این تحقیق، پیمایشی و شیوه جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه است. جامعه آماری تحقیق نیز نوجوانان و جوانان واقع در گروه سنی ۱۵ تا ۲۹ سال شهر تهران بوده که در نهایت، حجم نمونه بدست‌آمده با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین گردید. اهم یافته‌های تحقیق حاکیست که نوجوان و جوانان از تمایل متوسط رو به پایین به الگوی ارتباطی برخوردارند. همچنین نتایج نشان داد بین الگوی ارتباطی اینترنت و هر یک از متغیرهای خشنودی و رضایت کاربران و محدودیت ارتباطات جمعی رابطه معناداری برقرار است. در عین حال، بین الگوی ارتباطی از اینترنت و متغیرهای پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده و طول استفاده از اینترنت رابطه معناداری برقرار نیست.

واژگان کلیدی: اینترنت، عوامل اجتماعی، الگوی کاربری ارتباطی، محدودیت ارتباطات جمعی تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۹/۸/۱۰ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۸۹/۱۰/۹

۱. این مقاله از پایان‌نامه ای با عنوان بررسی الگوی کاربران اینترنت و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن توسط احمد گنجی به راهنمایی دکتر سعید معیدفر در دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران در سال ۱۳۸۵ استخراج شده است.

۲. دکترای جامعه‌شناسی و عضو هیئت علمی دانشگاه تهران

۳. کارشناس پژوهشی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران و کارشناس ارشد پژوهشگری اجتماعی دانشگاه تهران ganji@irandoc.ac.ir

۴. کارشناس ارشد پژوهشگری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات Maryam_sabeti2003@yahoo.com

مقدمه

عصر حاضر با پشت سر گذاشتن دوره صنعت و گام گذاشتن در عرصه‌ای که اطلاعات پایه و اساس آن می‌باشد عصری را نضج و بسط داده که در آن جوامع برای رشد و توسعه خود به ناچار می‌بایست هر چه بیشتر از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)^۱ به نحو احسن استفاده نمایند. از همین روست که اندیشمندان بزرگی چون کاستلز و تایلور عصر حاضر را عصر اطلاعات می‌نامند و شرکت‌های بزرگ جهانی چون مایکروسافت، گوگل و یاهو شکل گرفته و روز به روز دامنه فعالیت آنها گسترده‌تر می‌شود. در ایران، نیز با توجه به اهمیت این مقوله در رشد و توسعه جامعه در سال‌های اخیر توجه وافر به فناوری اطلاعات و ارتباطات شده و بودجه‌های قابل توجه، قوانین و سازمان‌های عریض و طولیلی نیز در این راستا تشکیل گردیده است. اما رشد و گسترش این فناوری جدای از محاسن و فوایدی که برای هر جامعه دارد دارای پیامدهای منفی و نامطلوبی نیز می‌باشد.

اینترنت، در واقع، جهان جدیدی را به موازات جهان واقعی به وجود می‌آورد که جهانی بی‌مرز، بی‌مکان و به تعبیر دقیق‌تر «جهان مجازی» نام گرفته است. در این جهان مجازی، عامل زمان و مکان کم‌رنگ شده است و دوری و نزدیکی به عنوان عاملی خنثی در ارتباطات محلی و جهانی محسوب می‌شود. در این جهان مجازی فضای ارتباطی جدیدی پدید آمده است که صنعت جدیدی از ارتباطات به نام ارتباط هم‌زمان^۲ را رقم زده است و این جز در ارتباط با آنچه اینترنت در عصر اطلاعات به ارمغان آورده است، امکان‌پذیر نمی‌نماید (معدفر، ۱۳۸۴: ۱۴). با وجود این کارکردها، به باور اکثر اندیشمندان، اینترنت به خودی خود ابزاری بی‌طرف و خنثی است. اما اینکه اکنون مردم چگونه از آن استفاده می‌کنند، تعیین‌کننده است. اگر استفاده مناسب و مثبت باشد، در جهت توسعه تکنولوژیک جامعه حرکت خواهد کرد، وگرنه مشکلات عمده‌ای را برای جامعه و افراد آن بوجود می‌آورد.

به عبارتی، شبکه جهانی اینترنت یک شبکه اطلاع‌رسانی سریع با منابع بیشمار است که استفاده نادرست و بیش از حد از آن در بین برخی افراد و غرق شدن در دنیای رایانه و جداسدن از دنیای واقعی، فواید اینترنت را به آسیب تبدیل می‌کند. استفاده نادرست از این ابزار در میان کاربران، در جوامع پیشرفته چنان گسترش یافته که از آن بعنوان یک بیماری و اعتیاد مدرن نام می‌برند و محصول عصر ارتباطات و انقلاب رایانه‌ای است.

در ایران نیز هر چند رشد اینترنت در مقایسه با کشورهای توسعه یافته قابل مقایسه نیست و باطبع پیامدهای آن نیز در سطحی که در جوامع توسعه یافته وجود دارد به چشم نمی خورد. اما همراه با رشد فزاینده اینترنت یکی از مقولاتی که مورد توجه قرار گرفت، پیامدهای گسترش و رشد آن در جامعه ما است. بطوریکه، بتدریج بحث و جدلهایی در خصوص جنبه های مختلف اینترنت چون نحوه و نوع استفاده، اهداف و انگیزه های استفاده افراد از اینترنت و غیره شکل گرفت. این امر تا آنجا کشیده شد که به این مقوله از سوی برخی گروه های اجتماعی (نظیر گروه های مذهبی، فرهنگی و سیاسی) بصورت مسئله ای نگریسته شد که رشد و گسترش اینترنت را امری مسئله آور قلمداد نموده و رشد آنرا منوط به رعایت حد و حدود وضع شده متناسب با ارزشها و هنجارهای جامعه دانستند.^۱ برخورد این چینی با اینترنت، چه بسا بخاطر ماهیت آن است که حد وسیعی از اطلاعات را در سطح گسترده بدون هیچ محدودیتی در اختیار افراد قرار می دهد. از حیث نوع کاربری اینترنت در ایران باید گفت که کاربری اینترنت در ایران از صورت طبیعی و کارکردی خود خارج شده و دچار نوعی صورت کژکارکرد شده است. بطوریکه آمار منتشره از سوی سایت Netstate حاکی از آن است که روزانه بیش از نیم میلیون ایرانی از سایتهای غیراخلاقی دیدن می کنند (قرانلو قاجار، ۱۳۸۴: ۲). بر همین اساس، در حال حاضر شاهد افزایش اعمال فیلترینگ بر روی سایتهای غیرمجاز اخلاقی و سیاسی هستیم که از سال ۱۳۸۱ تاکنون نیز درصد آن افزایش چشمگیری داشته است.

این مقاله با درک اهمیت مقوله اینترنت در ایران قصد دارد با رویکرد جامعه شناسی یکی از جنبه های مهم و اساسی اینترنت یعنی استفاده از اینترنت در ایران را که همواره مورد توجه جامعه بوده و بحث و جدلهای فراوانی روی آن صورت می گیرد، مورد بررسی قرار دهد. بطوریکه، برخی مدعی اند که استفاده از اینترنت در ایران از نوع مفید و سودمندی نبوده و تنها به منظور سرگرمی و سکس مورد استفاده قرار می گیرد و گاهی همراه با هراس اخلاقی از اینترنت است. از اینرو، در این مقاله، الگوی کاربری ارتباطی اینترنت مورد بررسی قرار خواهد گرفت. بنابراین،

^۱ . این امر چه بسا بخاطر این قضیه می باشد که اینترنت را نوعی تهاجم فرهنگی قلمداد نموده که باعث از بین بردن فرهنگ، ارزشها و هنجارهای مذهبی و بومی جامعه می شود.

سؤال اصلی تحقیق عبارتست از: «الگوی کاربری ارتباطی اینترنت در بین نوجوانان و جوانان شهر تهران چگونه است و چه عوامل اجتماعی بر آن تأثیر گذار است؟»

مبانی نظری

اینترنت دارای امکانات متعددی می‌باشد و طبیعتاً استفاده‌هایی که از اینترنت به عمل می‌آید نیز از طیف قابل توجه‌ای برخوردار است که هر کس برحسب نیاز و علائق خود از اینترنت استفاده می‌نماید. محققان استفاده‌های مختلفی که آنها از اینترنت به عمل می‌آورند برشمرده و میزان استفاده افراد را از هر یک از امکانات اینترنت برحسب ویژگیهای مختلف افراد مورد بررسی قرار داده‌اند. بطور کلی، کارکردهای اینترنت را می‌توان به دو قسمت اطلاعاتی و ارتباطی تقسیم کرد. اگر چه در بعضی از موارد، قائل شدن مرز بین این دو کارکرد غیرممکن است. از جمله ابزارهای ارتباطی اینترنت می‌توان به پست الکترونیکی و چت اشاره کرد. لازم به ذکر است که نتایج تحقیقات در هر جامعه‌ای نیز متناسب با ارزشها و هنجارهای آن جامعه تفسیر و تحلیل می‌شود. در ایران نیز از زمان نضج و بسط اینترنت و استفاده روزافزون افراد از آن، نگاه غالب نسبت به نوع استفاده افراد از اینترنت این بود که افراد یا استفاده بهنجار(استفاده‌ای که از نظر جامعه ایران پسندیده و مطابق عرف، ارزشها و هنجارهای جامعه است) و یا استفاده نابهنجار(استفاده‌ای که از نظر ارزشها و هنجارهای جامعه مورد تایید نمی‌باشد) از اینترنت به عمل می‌آورند. سوای این نگاه، قضاوتی که همیشه نسبت به الگوی کاربران اینترنت در ایران وجود دارد این است که کاربران ایرانی بیشتر استفاده نابهنجار از اینترنت به عمل می‌آورند تا استفاده بهنجار.

در اینترنت سایت‌های اطلاعاتی و خبری زیادی راجع به تصویر بدن، الکلیسم، اعتیاد به مواد مخدر، همجنس‌بازی، و ایمنی اینترنتی وجود دارند که منبع سرشاری از اطلاعات را بدست می‌دهند. این امر، فرصتهای زیادی را برای نوجوانان و جوانان فراهم می‌کند تا بصورت ناشناس و نامحدود راجع به مسایل حساس بحث کنند و یا اطلاعات حساس را بدست بیاورند. طبیعت گمنام و بدون محدودیت اینترنت می‌تواند به نوجوانان کمک کند تا اعمالی را که ممکن است نتوانند (یا بطور طبیعی نتوانند) در مقابل افراد انجام دهند یا بگویند، مرتکب شوند و این گمنامی به آنها اجازه نمی‌دهد تا دقیقاً بفهمند با چه کسی صحبت می‌کنند.

نظریه‌ها: جهت بحث و بررسی نظریه‌ها در این مقاله سعی شد از مدل مشهور، هارولد لاسول استفاده شود. لاسول از صاحب‌نظران علوم سیاسی در عصر خود بود و برای نخستین بار پس از

ارسطو، در مقاله ای با عنوان «ساخت و کارکرد ارتباط در جامعه، در ارتباط ایده ها مدل گونه خود را منتشر کرد. مدل گونه لاسول^۳ در پنج عبارت کوتاه خلاصه شده است:

چه کسی؟

چه می گوید؟

در چه کانالی؟

به چه کسی؟

با چه تأثیری؟

به این ترتیب لاسول در مدل گونه خود، فرستنده یا منبع، پیام، کانال، گیرنده و تأثیر را مطرح کرده است (محسنیان‌راد، ۱۳۶۹: ۳۷۶). حال از آنجا که موضوع این مقاله مطابق با مدل لاسول به مخاطب می‌پردازد. در این مقاله قصد داریم به ارائه و بررسی نظریه‌هایی که به مخاطبان و تبیین عوامل مؤثر بر الگوی ارتباطی کاربران اینترنت اختصاص دارد، بپردازیم.

- در نظریه دگرگونی فرهنگی اینگلهارت، شخص بیشترین ارزشها را برای آن چیزهایی قایل می‌شود که عرضه آنها نسبتاً کم است، اگر بخواهیم این نظریه را به اینترنت مرتبط سازیم، اینگونه می‌توان بیان کرد که با توجه به سلسله مراتب نیازهای مازلو، عرضه نیازهای فیزیولوژیک کم است، بدین جهت کاربران اینترنتی رفع این نیازها را در محیطهای اینترنتی جستجو می‌کنند.

پس با توجه به این نیازها، هرچه از نیازهایی که به بقا مربوط می‌شوند فراتر رویم، از وضوح اهمیت نیازهای مادی کاسته می‌شود و بر اهمیت نیازهای فرامادی مانند نیاز به احترام، ابراز نظر و رضای نیازهای زیباشناختی افزوده می‌شود و نیازهایی که در سطح بالای هرم قرار دارند تحقق می‌یابند و اینگلهارت با توجه به این تئوری، فرضیه خود را فرضیه کمیابی نام می‌گذارد، که اینگونه مطرح می‌شود: «الویتهای فرد، بازتاب محیط اجتماعی و اقتصادی وی است، شخص بیشترین ارزشها را برای آن چیزهایی قائل می‌شود که عرضه آنها نسبتاً کم است (اینگلهارت، ۱۳۷۸: ۷۵). با توجه به این نظریه می‌توان گفت که فرد برحسب محدودیتها و اقتضای بافت اجتماعی و فرهنگی که در آن زندگی می‌کند نوع استفاده‌اش از اینترنت نیز شکل می‌گیرد.

- نظریه کنش ارتباطی هابرماس مربوط به محیطهای تعاملی در اینترنت می‌شود. محیطهای تعاملی در اینترنت، به محیطهایی می‌گوئیم که در آن کاربران می‌توانند ارتباط دوطرفه برقرار نمایند، مثل چت^۴. قبل از پرداختن به نظریه کنش ارتباطی هابرماس، ابتدا به حوزه عمومی مورد

نظر هابرماس می‌پردازیم. حوزه عمومی هابرماس عرصه‌ای است که در آن افراد به منظور مشارکت در مباحث باز و علنی گرد هم می‌آیند و کنش ارتباطی از طریق بیان و گفتگو تحقق می‌یابد (آزاد ارمکی و امامی، ۱۳۸۰: ۶۵). در فضای محیطهای تعاملی اینترنت بحث شرایط آرمانی سخن مورد نظر هابرماس تحقق می‌یابد و می‌توان آن را بدین گونه مطرح کرد: هابرماس معتقد است که نیازهای اساسی یا اصیل معینی وجود دارد که تمامی افراد کاملاً آزاد آنها را دارند و این نیازها توسط هرکس که صمیمانه وارد یک گفتمان عملی شود ضرورتاً کشف خواهد شد (استیون، ۱۳۸۰: ۷). با توجه به اینکه در محیط اینترنت علی‌الخصوص در محیط تعاملی اینترنت افراد به راحتی می‌توانند نیازهای خود را مطرح کنند و این طرح نیازها باعث شکل‌گیری یک فضای گفتمان و مباحثه شده و در این مباحثه افکار جدیدی شکل می‌گیرد. هابرماس می‌افزاید، روابط میان گویندگان و شنوندگانی که از توانش ارتباط برخوردارند موجب می‌شود تا یکی دیگر از کارکردهای گفتار که همان شیوه یا همان کاربرد زبان عادی تلفیق شده است وارد عمل گردد و در کاربرد توصیفی زبان، هر گفتار، کنش نوعی دربردارنده قول صمیمیت یا صداقتی است که با آن من‌گوینده احساسات، نیازها و نیت‌های درونیم را برای شنونده ابراز می‌کنم، درست در همین بعد است که گفتار، شنونده را به دنیای درونی احساسها و انگیزه‌های من و همین‌طور به ارزیابی صحت گفته‌های من می‌کشاند (پیوزی، ۱۳۷۹: ۱۰۲). پس این احساسات باعث شده که روابط بین افراد صمیمی شده و نیازهای خود را بیان کنند، پس محیط تعاملی اینترنت را می‌توان به مانند فضایی در نظر گرفت که کاربران به راحتی در آن به گفتمان می‌پردازند که فضای صمیمیت و ابراز احساسات در محیطهای تعاملی اینترنت شکل می‌گیرد که از یکدیگر تاثیر پذیرفته و همچنین کاربران نیازهای خود را با هم مطرح کرده، در آن گروهها مسایل و مشکلات خود را مطرح کنند و انرژی عاطفی خود را در این محیطها مصرف نمایند. از اینرو، چه بسا می‌توان گفت که در جامعه‌ای که محیط و بستر لازم برای ایجاد گفتمانی که نیازهای اساسی افراد را مهیا نمی‌سازد، استفاده از اینترنت در راستای رفع این کمبود به خوبی نمایان می‌گردد.

- دنیس مک کوائیل نیز در نظریه خود بر این باور است که استفاده از اینترنت از یک سو به دلیل محتوای اینترنت و از سوی دیگر زمینه اجتماعی و فرهنگی است. فرض اصلی الگوی استفاده و خشنودی نیز عبارتست از اینکه کاربران بیشتر به دنبال آن نوع استفاده‌ای از اینترنت هستند که بیشترین خشنودی را برای آنها داشته باشد (مک کوائیل، ۱۳۸۰: ۴۷).

بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر الگوی کاربری ارتباطی اینترنت ۱۳

- نظریه مطرح شده ویندال نیز با دو متغیر عمده گره خورده است: ۱- انتظار: بطوریکه آن نوع استفاده از اینترنت که انتظارات کاربران اینترنت را بیشتر برآورده سازد، استفاده از آن کاربرد اینترنت نیز بیشتر است. ۲- پاداش: بطوریکه، هر چه یک نوع کاربرد از اینترنت که پاداش بیشتری به افراد بدهد بیشتر باشد استفاده افراد از آن نوع کارکرد اینترنت نیز بیشتر است (ویندال و همکاران، ۱۳۷۶: ۲۷۴).

- جوهره نظریه هومنز نیز بر رضامندی کاربران اینترنت تاکید دارد. بطوریکه، هر چه یک نوع کاربرد از اینترنت که رضایت بیشتری برای افراد دارد بیشتر باشد افراد نیز به مراتب بیشتر از آن استفاده می کنند (ریترز، ۱۳۷۸: ۴۲۸-۴۲۹).

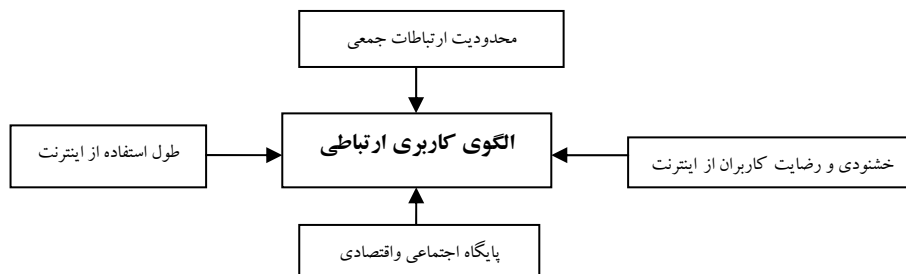
در مجموع، در نظریه های فوق، غالباً روی یک متغیر اساسی انگشت گذاشته شده است و آن «نیاز» است که هر یک از نظریه ها آن را به نوعی مطرح نموده اند. کاربر بر حسب نیاز یا نیازهایی که دارد از اینترنت استفاده می نماید که این نیاز می تواند بازتاب محدودیت جامعه باشد (اینگلهارت و هابرماس) و کاربر پس از استفاده از اینترنت از آن خشنود و راضی بوده (الگوی استفاده و خشنودی، دسته خرسندی مک کوایل و مدل وینداهاال) و مجدداً به استفاده از اینترنت راغب گردد (نظریه هومنز).

پیشینه: درخصوص موضوع تحقیق مطالعاتی چون زکریایی (۱۳۸۱)، دوران (۱۳۸۱)، جوادی (۱۳۸۳)، فخرایی و همکارانش (۱۳۸۲)، تامپسون (۱۹۹۶)، کوثری (۱۳۸۴)، موحد حمیدی (۱۳۸۱)، برنر (۱۹۹۷)، باربر (۱۹۹۷)، کیسلر و همکاران (۲۰۰۲)، میکامی (۲۰۰۲)، لی و زو (۲۰۰۲) به طرح مسئله استفاده افراد از اینترنت پرداخته اند. اما آنچه تحقیق حاضر را از مطالعات فوق متمایز می کند: ۱- شناسایی الگوی خاص کاربری اینترنت با عنوان کاربری ارتباطی است. و ۲- پاسخ به چرایی شکل گیری این الگو در بین نوجوانان و جوانان است.

چارچوب و مدل نظری

پس از بررسی نظریات و مطالعات پیشین مرتبط با موضوع تحقیق، سعی گردید از تمامی نظریات و مطالعات پیشین استفاده شود. بطوریکه، برای تبیین موضوع به یک نظریه اکتفا نشود بلکه از کلیه نظریه ها و به عبارت دیگر، از چارچوب نظری تلفیقی برای تبیین موضوع استفاده گردد.

در الگوی کاربری ارتباطی اینترنت، کاربر به منظور ارتباط و تعامل با دیگران از اینترنت استفاده می‌نماید. جهت تبیین عوامل اجتماعی مؤثر بر الگوی کاربری ارتباطی اینترنت، نیز از متغیرهای محدودیت ارتباطات جمعی، خشنودی و رضایت کاربران از اینترنت، پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده و طول استفاده از اینترنت استفاده شد. این متغیرها از دل نظریه‌های مطرح شده و پیشینه تحقیق استخراج و مورد آزمون قرار گرفت. در زیر، مدل تحقیق که منتج از چارچوب نظری و پیشینه تحقیق است، آورده شده است:



فرضیه‌های تحقیق

- بین خشنودی و رضایت کاربران و تمایل به الگوی ارتباطی اینترنت رابطه معناداری وجود دارد.
- بین محدودیت ارتباطات جمعی و میزان تمایل به الگوی ارتباطی اینترنت رابطه معناداری وجود دارد.
- بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده و میزان تمایل به الگوی ارتباطی اینترنت رابطه معناداری وجود دارد.
- بین طول استفاده از اینترنت و میزان تمایل به الگوی ارتباطی اینترنت رابطه معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی

مطالعه حاضر از نوع مطالعات غیرآزمایشی (غیرتجربی) است که در سطح توصیفی و تحلیلی، به موضوع پرداخته است. به لحاظ روش تحقیق مورد استفاده در این مطالعه، از روش تحقیق پیمایشی استفاده شده است. بدین صورت که، در این روش، با تنظیم یک پرسشنامه، داده‌ها و اطلاعات لازم تحقیق جمع‌آوری شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل نوجوانان و جوانان (۱۵-۲۹ سال) شهر تهران است. با توجه به حجم بالای جامعه آماری و محدودیت زمان و بودجه، برای تعیین

حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد که حجم نمونه بدست آمده برابر با ۳۸۴ نفر است. برای انتخاب جامعه آماری از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شده است. یعنی در ابتدا با توجه متغیر پایگاه اقتصادی و اجتماعی، تهران را به سه منطقه شمال، مرکز و جنوب تقسیم کرده و مناطق ۱ تا ۵ را بعنوان مناطق شمالی (بالا)، مناطق ۶ تا ۱۲ بعنوان مناطق مرکزی (متوسط) و مناطق ۱۳ تا ۲۲ بعنوان مناطق جنوب (پایین) در نظر گرفته شد. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی از منطقه شمال (منطقه ۳)، و در مرکز (منطقه ۶) و در جنوب (منطقه ۱۶) بعنوان مناطق نمونه انتخاب شدند و در مرحله بعد با استفاده از نقشه بلوک‌های سازمان آمار بصورت خوشه‌ای اقدام به انتخاب حوزه‌ها در داخل هر یک از مناطق شد. یعنی بطور متوسط در هر منطقه ۵ حوزه انتخاب گردید. در داخل هر حوزه ۲ بلوک بصورت تصادفی انتخاب شد و نقطه شروع در هر بلوک جنوب شرقی آن بلوک در نظر گرفته شد و در ابتدا با استفاده از فهرست برداری کل پلاک‌ها، واحدهای هر بلوک مشخص شد. براساس روش نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک، خانوارهای نمونه انتخاب شدند و در داخل هر یک از منازل از افراد واجد شرایط (در صورت وجود و اعلام آمادگی) نظرسنجی به عمل آمد.

جهت تعیین میزان قابلیت اعتماد و پایایی، و به عبارتی دقیق‌تر همسازی درونی گویه‌ها، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که نتایج آزمون (با آلفای ۸۲ درصد) نشان داد که سوالات پرسشنامه از قابلیت اعتماد یا پایایی بالایی برخوردار است.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از نرم افزار آماری (SPSS) استفاده شد به طوریکه، داده‌ها پس از جمع‌آوری وارد نرم افزار شده و نتایج در قالب دو دسته نتایج توصیفی و تحلیلی استخراج شد. برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از آزمون کای اسکور (χ^2) جهت تعیین وجود رابطه معناداری و آزمون همبستگی کندال تاویی جهت تعیین شدت رابطه استفاده شد.

یافته‌های تحقیق

الف) نتایج توصیفی

۱- بیش از نیمی (معادل ۵۱/۳ درصد) از پاسخگویان این تحقیق مرد و مابقی پاسخگویان را که ۴۸/۷ درصد است را زنان تشکیل می‌دهند. بعلاوه، با دسته‌بندی از سن‌های بین ۱۵ تا ۲۹ سال که طیف سنی مورد تحقیق بودند، گروه سنی بین ۱۹ تا ۲۲ سال بیشترین نمونه را به خود اختصاص داده است که تقریباً نیمی از پاسخگویان را تشکیل داده است. همچنین اکثریت قریب به اتفاق

پاسخگویان مجرد هستند که این امر با توجه به گروه سنی پاسخگویان که بین ۱۵ تا ۲۹ سال قرار دارند، امری دور از انتظار به نظر نمی‌رسید. همچنین، بیشتر پاسخگویان تحقیق دانشجو هستند که بیش از نیمی از پاسخگویان را تشکیل می‌دهند و اکثریت پاسخگویان نیز میزان تحصیلات آنها لیسانس و دیپلم است و درنهایت، بیشتر پاسخگویان از پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانوادگی متوسطی برخوردار بوده‌اند. بنابراین پاسخگویان تحقیق بیشتر افرادی هستند که نسبت جنسی آنها تا اندازه‌ای برابر ولی بیشتر در گروه سنی ۱۹ تا ۲۲ سال و مجرد و دانشجو و میزان تحصیلات آنها لیسانس و از پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانوادگی متوسطی برخوردار بوده‌اند.

۲- در خصوص میزان استفاده از اینترنت نیز نتایج نشان داد که بیش از دو سوم پاسخگویان کمتر از ۱۰ ساعت در هفته به اینترنت دسترسی دارند. میانگین بدست آمده نیز حاکیست که پاسخگویان بطور میانگین ۹/۵۴ ساعت در هفته به اینترنت دسترسی دارند. همچنین، بیشتر پاسخگویان اظهار داشته‌اند که کمتر از ۲ ساعت در هر ارتباط به اینترنت متصل می‌باشند. میانگین بدست آمده نشان می‌دهد که مدت زمان اتصال پاسخگویان به اینترنت در هر ارتباط بطور میانگین ۱/۸۰ است. در تحقیقی که هولمز^۵ انجام داده است وی مطرح می‌سازد که هرگاه میزان استفاده از اینترنت به کمتر از ۱۹ ساعت در هفته برسد، در آنصورت می‌گوییم که فرد بصورت طبیعی از اینترنت استفاده می‌کند.

بنابراین، از مقایسه نتیجه تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات هولمز می‌توان گفت که با توجه به مقدار استفاده از اینترنت در میان نوجوانان و جوانان مورد مطالعه این افراد بعنوان کاربران معمولی قلمداد می‌شوند که هنوز مدت استفاده از اینترنت در میان آنها به حد بالایی کشیده نشده است. البته تعمیم یک معیار مورد قبول در یک جامعه برای مکانها و جوامع دیگر مورد مناقشه است. چه بسا نمی‌توان معیار ۱۹ ساعت در هفته را در ایران معیار خوبی قلمداد نماییم. زیرا اینترنت به تازگی وارد ایران شده است و میزان نفوذ، سرعت و اشاعه آن به هیچ وجه با کشورهای پیشرفته قابل مقایسه نیست. چه بسا در ایران یک نوجوان و جوان برای استفاده از اینترنت هزینه قابل توجهی می‌بаст پرداخت و دچار مشکلات عدیده‌ای گردد. بنابراین، توجه به این نکته لازم است.

۳- پیرامون میزان مرتبط بودن استفاده پاسخگویان از اینترنت به کار یا درس شان کمتر از ۴۰ درصد پاسخگویان اظهار داشته‌اند که استفاده آنها از اینترنت در راستای امور تحصیلی و کاری آنها می‌باشد. از میانگین بدست آمده نیز می‌توان اظهار داشت که بطور میانگین ۳۳/۳۶ درصد

بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر الگوی کاربری ارتباطی اینترنت ۱۷

استفاده پاسخگویان از اینترنت مربوط به کارشان است. با توجه به اینکه بیشتر پاسخگویان دانشجویان و محصل هستند انتظار می‌رفت که استفاده از اینترنت به سمت درس باشد. در حالیکه این طور نبوده و این نشان‌دهنده الگوی کژکارکردی استفاده از اینترنت در میان پاسخگویان می‌باشد.

۵- یکی از متغیرهای تحقیق حاضر خشنودی و رضایت کاربران از اینترنت بود که نتایج نشان داد که بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۱ درصد پاسخگویان) از خشنودی و رضایت متوسطی از اینترنت برخوردارند. میانگین بدست آمده نیز حاکیست که میانگین خشنودی و رضایت کاربران به اینترنت ۴۲/۹۰ می‌باشد که دال بر خشنودی و رضایت متوسط کاربران از اینترنت می‌باشد. براساس نظریه هومنز و الگوی استفاده و خشنودی و مدل وینداهاال، هرچه یک نوجوان و جوان از استفاده ای که از اینترنت به عمل می‌آورد بیشتر خشنودی و پاداش دریافت دارد احتمال استفاده افراد نیز بیشتر می‌شود. در این تحقیق شاهد بودیم که نوجوانان و جوانان مورد مطالعه از استفاده از اینترنت به میزان متوسط رو به بالایی خشنودند. از اینرو، براساس نظریه های ذکر شده می‌توان بیان داشت که این امر باعث سوق دادن نوجوانان و جوانان تهرانی به اینترنت می‌گردد.

۶- از متغیرهای دیگر این تحقیق میزان محدودیت ارتباطات جمعی بود که نتایج نشان داد که بیشتر پاسخگویان به میزان متوسط و بالایی محدودیت ارتباطات جمعی در جامعه را اذعان نموده‌اند. میانگین بدست آمده (۷۷/۰۳) نیز مؤید این نتیجه است. با اتمام به نظریه اینگلههارت تحت عنوان فرضیه کمیابی، اولویتهای فرد، بازتاب محیط اجتماعی و اقتصادی وی است و شخص بیشترین ارزشها را برای آن چیزهای قائل می‌شود که عرضه آنها نسبتاً کم است. بنابراین، می‌توان اظهار داشت که وقتی که نوجوانان و جوانان با استناد به نتایج بدست آمده از محدودیت ارتباطات جمعی بالا داد سخن بر می‌آورند. این امر باعث تمایل به الگوی خاصی از کاربری اینترنت می‌شود.

۷- درخصوص اولویتهای بالای استفاده پاسخگویان از اینترنت، نتایج حاکیست که اولویت اول پاسخگویان به ترتیب چک کردن ای‌میل (با ۲۷/۱ درصد)، استفاده از رسانه‌های خبری و اطلاع‌رسانی (با ۲۰/۸ درصد)، استفاده علمی، آموزشی و درسی (با ۲۰/۳ درصد)، چت کردن (با ۱۶/۴ درصد)، وب گردی (با ۸/۴ درصد)، سایت‌های دوستیابی (با ۶/۴ درصد)، وبلاگ (با ۵/۵ درصد)، اورکات و gaz zag (با ۳/۹ درصد) استفاده تجاری و اقتصادی (با ۳/۶ درصد) و در نهایت کسب اطلاعات عمومی و بهداشتی (با ۳/۴ درصد) است. بنابراین چک کردن ای‌میل

بیشترین میزان استفاده و کسب اطلاعات عمومی و بهداشتی کمترین میزان استفاده را در بین پاسخگویان دارد. اگر مورد اول یعنی چک کردن ای‌میل را مستثنی کنیم (براساس مطالعات انجام گرفته در ایران و خارج چک کردن ای‌میل همواره یکی از بالاترین استفاده‌ها را در میان کاربران دارد). سه رتبه بعد یعنی استفاده از رسانه‌های خبری و اطلاع‌رسانی، استفاده علمی، درسی و چت کردن بالاترین استفاده را در میان کاربران دارد. از این نتایج می‌توان دریافت که تفاوت محسوسی بین انواع استفاده از امکانات اینترنت در میان کاربران به چشم نمی‌خورد. بطوریکه، نمی‌توان گفت که کاربران غالباً یا اکثراً از کدام نوع از امکانات اینترنت استفاده می‌نمایند.

۸- نتایج داده‌های متغیر وابسته تحقیق میزان تمایل به الگوی ارتباطی اینترنت نشان داد که بیشتر پاسخگویان به میزان متوسط و پایینی از تمایل به الگوی ارتباطی برخوردارند. این نتیجه نشان می‌دهد که میزان گرایش نوجوانان و جوانان به الگوی ارتباطی از اینترنت هنوز به سطح بالایی نرسیده است. در میان استفاده‌هایی که برای سنجش الگوی ارتباطی اینترنت به عمل آمد چت کردن بیشترین استفاده را در میان نوجوانان و جوانان دارد. این نوع استفاده از اینترنت به منظور تعامل با افراد دیگر با هدف ارضای نیازهای متعدد کاربر است.

ب) نتایج تحلیلی (آزمون فرضیه‌ها)

فرضیه اول: خشنودی و رضایت کاربران از اینترنت و تمایل به الگوی ارتباطی از اینترنت

اولین فرضیه‌ای که مورد بررسی قرار گرفت این بود که «بین خشنودی و رضایت کاربران از اینترنت و میزان تمایل به الگوی ارتباطی اینترنت رابطه معناداری وجود دارد» که جهت آزمون فرضیه فوق با توجه به متغیرهای تحقیق، ابتدا برای تعیین وجود رابطه از آزمون کای اسکور دو متغیره و سپس برای تعیین شدت رابطه از ضریب همبستگی کندال تاوبی (برای تعیین همبستگی بین دو متغیر رتبه‌ای) استفاده شد. با استناد به نتایج جدول فوق و همچنین مقدار $X^2 (31/48)$ رابطه آماری معنی‌داری بین دو متغیر خشنودی و رضایت کاربران از اینترنت و میزان تمایل به الگوی ارتباطی از اینترنت با احتمال ۰/۹۹ و سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ وجود دارد. با توجه به این نتیجه، فرض H_1 مبنی بر معنی‌داری آماری این رابطه تأیید و در مقابل فرض H_0 تحقیق مبنی بر عدم معنی‌داری آماری این رابطه رد می‌شود. از سوی دیگر، مقدار ضریب همبستگی کندال‌تایبی (۰/۲۵) نیز مؤید همبستگی ضعیف و تغییر همزمان دو متغیر خشنودی و رضایت کاربران از اینترنت و میزان تمایل به الگوی ارتباطی از اینترنت است. بدین معنی که هرچه شخص

۱۹..... بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر الگوی کاربری ارتباطی اینترنت

از خشنودی و رضایت بیشتری برخوردار باشد، به همان میزان تمایل به الگوی ارتباطی از اینترنت وی نیز بیشتر خواهد بود. نتایج جدول زیر نیز نشانگر همین نتیجه است.

جدول شماره (۱) توزیع فراوانی برحسب خشنودی و رضایت کاربران و تمایل به الگوی ارتباطی

| جمع | تمایل به الگوی ارتباطی | | | | | |
|-------------|------------------------|-------|----------|----------------------|-------|------------------------|
| | بالا | متوسط | پایین | | | |
| ۲۵ | ۰ | ۳ | ۲۲ | f | پایین | خشنودی و رضایت کاربران |
| ۷/۶ | ۰ | ۱/۹ | ۱۴/۹ | % | | |
| ۱۹۳ | ۹ | ۹۴ | ۹۰ | f | متوسط | |
| ۵۸/۷ | ۳۷/۵ | ۵۹/۹ | ۶۰/۸ | % | | |
| ۱۱۱ | ۱۵ | ۶۰ | ۳۶ | f | بالا | |
| ۳۳/۷ | ۶۲/۵ | ۳۸/۲ | ۲۴/۳ | % | | |
| ۳۲۹ | ۲۴ | ۱۵۷ | ۱۴۸ | f | جمع | |
| ۱۰۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | % | | |
| $X^2=۳۱/۸۴$ | | df=۴ | sig=۰/۰۱ | Kendall's tau-b=۰/۲۵ | | |

فرضیه دوم : محدودیت ارتباطات جمعی و میزان تمایل به الگوی ارتباطی از اینترنت

فرضیه بعدی که مورد بررسی قرار گرفت این بود که «بین میزان محدودیت ارتباطات جمعی و میزان تمایل به الگوی ارتباطی از اینترنت رابطه معناداری وجود دارد». با استناد به نتایج جدول فوق و همچنین مقدار $X^2 (۲۲/۰۷)$ رابطه آماری معنی داری بین دو متغیر محدودیت ارتباطات جمعی و میزان تمایل به الگوی ارتباطی از اینترنت با احتمال $۰/۹۹$ و سطح خطای کمتر از $۰/۰۱$ وجود دارد. با توجه به این نتیجه، فرض H_1 مبنی بر معنی داری آماری این رابطه تأیید و در مقابل فرض H_0 تحقیق مبنی بر عدم معنی داری آماری این رابطه رد می شود. از سوی دیگر، مقدار ضریب همبستگی کندال تاو بی (۰/۲۰) نیز مؤید همبستگی ضعیف و تغییر همزمان دو متغیر محدودیت ارتباطات جمعی و میزان تمایل به الگوی ارتباطی از اینترنت می باشد. بدین معنی که هرچه شخص از محدودیت ارتباطات جمعی بیشتری برخوردار باشد، به همان میزان تمایل به الگوی ارتباطی از اینترنت وی نیز بیشتر خواهد بود. نتایج جدول زیر نیز نشانگر همین نتیجه است.

جدول شماره (۲) توزیع فراوانی برحسب محدودیت ارتباطات جمعی و تمایل به الگوی ارتباطی

| جمع | تمایل به الگوی ارتباطی | | | f | | |
|------|------------------------|-------|-------|---|-------|--------------------------------|
| | بالا | متوسط | پایین | | | |
| ۱۱ | ۰ | ۱ | ۱۰ | f | پایین | میزان محدودیت ارتباطات جمعی |
| ۳/۳ | ۰ | ۰/۶ | ۶/۶ | % | | |
| ۱۷۵ | ۶ | ۸۱ | ۸۸ | f | متوسط | |
| ۵۲/۷ | ۲۵ | ۵۱/۶ | ۵۸/۳ | % | | |
| ۱۴۶ | ۱۸ | ۷۵ | ۵۳ | f | بالا | |
| ۴۴ | ۷۵ | ۴۷/۸ | ۳۵/۱ | % | | |
| ۳۳۲ | ۲۴ | ۱۵۷ | ۱۵۱ | f | جمع | |
| ۱۰۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | % | | |

$X^2 = ۲۲/۰۷$ $df = ۴$ $sig = ۰/۰۱$ Kendall's tau-b = $۰/۲۰$

فرضیه سوم: پایگاه اقتصادی و اجتماعی و میزان تمایل به الگوی ارتباطی از اینترنت

فرضیه بعدی که مورد بررسی قرار گرفت این بود که «بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده و میزان تمایل به الگوی ارتباطی از اینترنت رابطه معناداری وجود دارد». با استناد به نتایج جدول فوق و همچنین مقدار $X^2 (۴/۳۵)$ رابطه آماری معنی داری بین دو متغیر پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده و میزان تمایل به الگوی ارتباطی از اینترنت وجود ندارد. با توجه به این نتیجه، فرض H_1 مبنی بر معنی داری آماری این رابطه رد و در مقابل فرض H_0 تحقیق مبنی بر عدم معنی داری آماری این رابطه تایید می شود. نتایج جدول زیر نیز نشانگر همین نتیجه است.

جدول شماره (۳) توزیع فراوانی برحسب پایگاه اقتصادی و اجتماعی و تمایل به الگوی ارتباطی

| جمع | تمایل به الگوی ارتباطی | | | f | | |
|------|------------------------|-------|-------|---|-------|-------------------------------------|
| | بالا | متوسط | پایین | | | |
| ۱۱۷ | ۵ | ۵۹ | ۵۳ | f | پایین | پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده |
| ۳۵/۲ | ۲۰/۸ | ۳۷/۶ | ۳۵/۱ | % | | |
| ۱۸۳ | ۱۷ | ۸۰ | ۸۶ | f | متوسط | |
| ۵۵/۱ | ۷۰/۸ | ۵۱ | ۵۷ | % | | |
| ۳۲ | ۲ | ۱۸ | ۱۲ | f | بالا | |
| ۹/۶ | ۸/۳ | ۱۱/۵ | ۷/۹ | % | | |
| ۳۳۲ | ۲۴ | ۱۵۷ | ۱۵۱ | f | جمع | |
| ۱۰۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | % | | |

$X^2 = ۴/۳۰$ $df = ۴$ $sig = ۰/۳۶$ Kendall's tau-b = $۰/۰۳$

فرضیه چهارم: طول استفاده از اینترنت و میزان تمایل به الگوی ارتباطی از اینترنت
 فرضیه بعدی که مورد بررسی قرار گرفت این بود که «بین طول استفاده از اینترنت و میزان تمایل به الگوی ارتباطی از اینترنت رابطه معناداری وجود دارد». با استناد به نتایج جدول فوق و همچنین مقدار $\chi^2 (4/10)$ رابطه آماری معنی داری بین دو متغیر طول استفاده از اینترنت و میزان تمایل به الگوی ارتباطی اینترنت وجود ندارد. با توجه به این نتیجه، فرض H_1 مبنی بر معنی داری آماری این رابطه رد و در مقابل فرض H_0 تحقیق مبنی بر عدم معنی داری آماری این رابطه تایید می شود. نتایج جدول زیر نیز نشانگر همین نتیجه است.

جدول شماره (۴) توزیع فراوانی برحسب طول استفاده از اینترنت و میزان تمایل به الگوی ارتباطی

| جمع | تمایل به الگوی ارتباطی | | | f | پایین | طول استفاده از اینترنت |
|------|------------------------|-------|-------|---|-------|------------------------|
| | بالا | متوسط | پایین | | | |
| ۱۴۶ | ۱۱ | ۷۴ | ۶۱ | f | پایین | |
| ۴۸/۷ | ۵۰ | ۴۹/۳ | ۴۷/۷ | % | | |
| ۱۱۶ | ۱۱ | ۵۷ | ۴۸ | f | متوسط | |
| ۳۸/۷ | ۵۰ | ۳۸ | ۳۷/۵ | % | | |
| ۳۸ | ۰ | ۱۹ | ۱۹ | f | بالا | |
| ۱۲/۷ | ۰ | ۱۲/۷ | ۱۴/۸ | % | | |
| ۳۰۰ | ۲۲ | ۱۵۰ | ۱۲۸ | f | جمع | |
| ۱۰۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | % | | |

$$\chi^2 = 4/10 \quad df = 4 \quad sig = 0/39 \quad Kendall's \tau - b = -0/03$$

جمع بندی و پیشنهادها

همانگونه که گفته شد اینترنت دارای امکانات متعددی است که روز به روز نیز بر امکانات آن افزوده می شود. اما اینکه اکنون مردم چگونه از آن استفاده می کنند، تعیین کننده است. اگر استفاده مناسب و مثبت باشد، در جهت توسعه تکنولوژیک جامعه حرکت خواهد کرد، و گرنه مشکلات عمده‌ای را برای جامعه و افراد آن بوجود می آورد که استفاده نادرست و بیش از حد از آن در بین برخی افراد و غرق شدن در دنیای رایانه و جداسدن از دنیای واقعی، فواید اینترنت را به آسیب تبدیل می کند تحقیق حاضر با اهتمام بر شناخت علمی از استفاده از اینترنت با تاکید بر شناسایی الگوی خاص کاربری ارتباطی از اینترنت صورت گرفته است و در این راستا دو هدف مطمح نظر قرار گرفته است: چگونگی الگوی ارتباطی از اینترنت در بین نوجوانان و جوانان و دیگری چرایی استفاده از این الگو. اهم نتایج آزمون تحقیق نشان داد که الگوی کاربری ارتباطی پاسخگویان از

اینترنت در سطح متوسط رو به پایین قرار دارد. و چرایی این وضع نیز با استفاده از آزمون فرضیه های تحقیق نشان داد که:

- هرچه شخص از خشنودی و رضایت بیشتری برخوردار باشد، به همان میزان تمایل به الگوی ارتباطی از اینترنت وی نیز بیشتر خواهد بود. بنابراین، خشنودی و رضایت از اینترنت یکی از عواملی است که فرد را به سمت الگوی ارتباطی از اینترنت سوق می‌دهد. در مرور نظریه های مشهوری چون الگوی استفاده و خشنودی، نظریه مبادله هومنز، نظریه خرسندی مک کوایل و مدل ویندهال گفته شد که هر چه کاربران استفاده شان از اینترنت باعث خشنودی و رضایت آنها را فراهم سازد باعث می‌گردد تا آنها بیشتر به استفاده از اینترنت ترغیب شوند.

- هرچه شخص از محدودیت ارتباطات جمعی بیشتری برخوردار باشد، به همان میزان تمایل به الگوی ارتباطی اینترنت وی نیز بیشتر خواهد بود. بنابراین، محدودیت ارتباطات جمعی یکی از عواملی می‌باشد که باعث می‌گردد نوجوانان و جوانان به سمت الگوی ارتباطی تمایل پیدا نمایند. در بررسی نظریه هابرماس و اینگلهارت گفته شد که هر چه در جامعه واقعی محدودیت بیشتری باشد فرد به سمت فضای مجازی اینترنت پناه می‌گیرد. در ایران با حاکم بودن ارزشها و هنجارهای فرهنگی و مذهبی خاص خود که مرتب نیز از سوی دولت حمایت و تبلیغ می‌گردد و برای نافرمانی آنها نیز مجازات تعیین می‌نماید. اینترنت مکان خوبی برای نوجوانان و جوانانی است که کمتر محدودیت و قید و بندهای را می‌پذیرند. از اینروست که شاهد نوعی «فرهنگ سلیقه» هربرت گانس که مک کوایل مطرح می‌نماید از سوی نوجوان و جوانان ایرانی در اینترنت هستیم. مخاطبانی که بر مبنای همگرایی علاقه هایشان خلق می‌شوند. به عبارت بهتر، مجموع محتواهای مشابه که توسط یک دسته از مردم برگزیده می‌شوند. در همین راستا، اشتراوس، گافمن و استون، حیطه فرهنگی را مطرح می‌نمایند. بطوریکه گروهی اطراف یک نظام نمادین تشکیل می‌شوند و یک حیطه فرهنگی را شکل می‌دهند.

- پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده نمی‌تواند در تمایل نوجوانان و جوانان به سمت الگوی ارتباطی نقش داشته باشد. چراکه رابطه آماری معنی‌داری بین دو متغیر پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده و میزان تمایل به الگوی اطلاعاتی از اینترنت وجود ندارد. بنابراین، باید اظهار داشت که پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده نمی‌تواند در تمایل نوجوانان و جوانان به سمت الگوی ارتباطی نقش داشته باشد.

- نتیجه آخر اینکه، طول استفاده از اینترنت نمی‌تواند در تمایل نوجوانان و جوانان به سمت الگوی اطلاعاتی نقش داشته باشد.

پیشنهاداتی که با توجه به نتایج تحقیق حاضر می‌توان مطرح نمود عبارتند از:

- وجود رایانه و اتصال به شبکه جهانی اینترنت بعنوان یک فناوری جدید در زندگی انسان امروزی - خصوصاً برای نسل جدید - امری ضروری و مهم تلقی می‌شود و با توجه به جهان شمولی این پدیده، چه بپذیریم و چه آنرا انکار کنیم، در هر جامعه‌ای اتفاق می‌افتد. چنانکه در جوامع صنعتی، امروزه استفاده مرضی از اینترنت پدیده جدیدی است که بعنوان مسأله و معضل اجتماعی مطرح شده و این کشورها هزینه‌های سنگینی را متحمل می‌شوند تا آثار منفی استفاده از اینترنت را کاهش دهند. هر روز بر تعداد کاربران اینترنت افزوده می‌شود و علاوه بر افزایش کافی‌نت‌ها در سطح جامعه، ما شاهد گسترش شبکه اینترنت در خانه و منازل هستیم. با این اوصاف، نتایج تحقیق حاضر از وضعیت پدیده تمایل به الگوی کاربری ارتباطی اینترنت در میان نوجوانان و جوانان شهر تهران نشان داد که میزان تمایل به الگوی ارتباطی در میان نوجوانان و جوانان شهر تهران بالا نیست. به عبارت دیگر، ما نمی‌توانیم الگویی غالب در بین نوجوانان و جوانان شهر تهران متصور گردیم. این امر شاید بیشتر به خاطر نوظهور بودن پدیده اینترنت در ایران بدانیم که هنوز کاربردها و کارکردهای استفاده از اینترنت در ایران شفاف و الگومند نشده است. از سوی دیگر، به نظر می‌رسد سرنوشت اینترنت نیز به مثابه سرنوشت هر پدیده نوظهور دیگری در ایران باشد که ورود آن شوک آور، بدون فرهنگ‌سازی مناسب بوده و به آنها از دید منفی نگریسته می‌شود. این امر برای اینترنت نیز صادق شده است. بطوریکه، پس از گذشت سالیانی از ورود اینترنت به ایران نگاه غالب به این پدیده نگاه منفی می‌باشد. از اینرو، پیشنهاد می‌شود تا با فرهنگ‌سازی و ترویج فرهنگ مناسب استفاده از اینترنت در مدارس، دانشگاهها، فرهنگسراها و از طریق رسانه‌های جمعی الگوی مناسب برای استفاده از اینترنت را در اختیار نوجوانان و جوانان قرار دهیم.

بنابراین، ضروری است که پیش از شیوع خطرات اینترنتی در بین نوجوانان جامعه ما، تدابیر مناسبی اندیشیده شود و مفاهیم مبتنی بر فناوری ارتباطی روز و خطرات احتمالی و نحوه استفاده صحیح از آن توسط رسانه‌های جمعی، برای نوجوانان و جوانان کشور، به عنوان یک نیاز ضروری و فوری، آموزش داده شود. واقعیت این است که جامعه کاربران میلیونی اینترنت کشور در ۱۰ سال آینده، امروز تعلیم می‌بینند. هر اندازه این تعلیم، بر اساس درک بیشتر و توجه به قابلیت‌های

کودکان استوار شده باشد، خطر آسیب پذیری نوجوانان و جوانان کشور از فعالیت های مبتذل فرهنگی از طریق فناوری روز، کاهش می یابد و راه حضور صحیح و روشمند نوجوانان ایرانی در اینترنت هموارتر می گردد.

- با مرور نظرات و تحقیقات انجام گرفته در خصوص دلایل روی آوردن افراد به سمت الگوی نامناسب و نابهنجار اینترنت، بافت اجتماعی جامعه و وجود فشار و محدودیت اجتماعی نقش بارزی دارد. از اینرو پیشنهاد می شود تا با توجه و اهتمام به نیازها و مشکلات نوجوانان و جوانان و سعی در رفع و تخفیف این مشکلات از روی آوردن این افراد به سمت الگوی نابهنجار استفاده اینترنت جلوگیری به عمل آید. این امر زمانی پررنگ تر می گردد که بدانیم که پیامدهای تمایل به الگوی نابهنجار استفاده از اینترنت در بین نوجوانان و جوانان که سرمایه ها و آینده سازان مملکت هستند عواقب ناخوشایندی به همراه داشته و باعث هدر رفتن انرژی این افراد و در نتیجه برخورداری از جامعه ای عقب افتاده در آینده هستیم.

- برنامه سازان و ارائه کنندگان خدمات آن لاین باید مواظب باشند محصولات مناسب را تولید کرده و خدمات را به شیوه هایی ارائه کنند که به بهترین نحو به عموم سرویس برسانند. البته لازم به ذکر است که عزم ملی نیز باید در این راه بکار گرفته شود. بطوریکه، وقتی که فرد وارد کافی نت می شود تا از اینترنت استفاده نماید و می بیند که جز «یاهو مسنجر» مابقی امکانات اینترنت به دلیل سرعت بسیار پایین آنها عملاً غیرممکن است چه باید بکند؟

- پیشنهاد می شود که نظام آموزشی برای پیشگیری از تمایل به الگوی نامناسب و نابهنجار نوجوانان و جوانان تدوین و اجرا گردد.

- عوارض اینترنت همانند هر تکنولوژی دیگری بستگی به این دارد که چگونه به وسیله مهندسين شکل داده شده، چطور به وسیله خدمت دهندگان ارائه شده و چگونه توسط مصرف کنندگان مورد استفاده قرار می گیرد. طرح ریزی سیاستی که از آثار منفی به دور باشد بستگی به درك دقیق ساز و کارهایی دارد که از طریق آنها اینترنت بر سلامت روانی و مناسبات اجتماعی اثر می گذارد. به فرد باید کمک کرد تا الگوهای استفاده را در خود شناسایی کرده و به این پرسش پاسخ دهد که چه مشکلاتی موجب شده از زندگی روزمره بگریزد و به دنیای مجازی اینترنت پناه ببرد. فرار از مشکلات به وسیله غرق شدن در اینترنت مسئله را از بین نمی برد.

پی نوشت ها

| | |
|---|----------|
| 1-ICT: Information communication technology | 3-Laswel |
| 2-Instantaneous Communication | 4-chat |
| | 5-Holmes |

منابع

- آزاد ارمکی، تقی؛ ویحیی امامی (۱۳۸۳). تکوین حوزه عمومی و گفتگوی عقلانی. **مجله جامعه‌شناسی ایران**، دوره پنجم، شماره ۱.
- استیون، وایت (۱۳۸۰). **خرد، عدالت و نوگرایی: نوشته‌های اخیر یورگن هابرماس**. ترجمه: محمد حریری اکبری. تهران: نشر قطره،
- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۸). **تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی**. ترجمه مریم وتر. تهران: کویر،
- تامپسون، جان بروکشایر (۱۳۷۹). **رسانه‌ها و نوگرایی: نظریه‌ای اجتماعی درباره رسانه‌ها**. ترجمه علی ایناری کسمایی. تهران: انتشارات موسسه ایران،
- پیوزی، مایکل (۱۳۷۹). **یورگن هابرماس**. ترجمه احمد تدین. تهران: هرمس،
- جوادی، علی محمد (۱۳۸۳). «بررسی میزان و نوع استفاده از اینترنت و تاثیر آن بر ارزشهای خانواده». پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی. مشهد: دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد.
- دوران، بهزاد (۱۳۸۱). «تاثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی». رساله دکتری جامعه‌شناسی. دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- ریتزر، جورج (۱۳۷۸). **نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر**. محسن ثلاثی. تهران: علمی،
- زکریائی، لیل (۱۳۸۱). «بررسی میزان و چگونگی استفاده از اینترنت توسط دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران به تفکیک جنسیت، دوره تحصیلی و دانشگاه در سال تحصیلی ۱۳۸۰-۱۳۸۱». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تربیت معلم تهران.
- فخرایی و همکارانش (۱۳۸۲). «بررسی الگوی استفاده از اینترنت، کامپیوتر و بازیهای کامپیوتری در دانش‌آموزان دو دبیرستان در شیراز». پنجمین همایش سراسری بهداشت روانی و اختلالات رفتاری کودکان و نوجوانان. زنجان: دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی استان زنجان.
- قوانلو قاجار، مصطفی (۱۳۸۳). گزارش نیویورک تایمز از وضعیت اینترنت در ایران. تهران: **روزنامه شرق**، مورخه ۸۳/۸/۲۰، شماره ۳۳۸.
- قوانلو قاجار، مصطفی (۱۳۸۴). **جنجال یک گزارش اینترنتی**. ترجمه شهرزاد ثابت سعیدی. muzi.persianblog.com
- کوثری، مسعود (۱۳۸۴). **جهان فرهنگی کاربران اینترنت**. تهران: **مجله فرهنگ و فناوری**، شماره ۴.

۲۶..... مجله جامعه‌شناسی معاصر، سال سوم/شماره اول/ زمستان ۱۳۸۹

مک کوایل، دنیس (۱۳۸۰). **مخاطب‌شناسی**. ترجمه مهدی منتظر قائم. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای،

محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۶۹) **ارتباط‌شناسی**. تهران: سروش،

موحد حمیدی، حمید (۱۳۸۱) الگوی استفاده از اینترنت توسط دانشجویان دانشکده‌های کشاورزی ایران.

مجله علوم کشاورزی ایران، دوره ۲۳، شماره ۴.

معیدفر، سعید (۱۳۸۴). **بررسی پدیده اعتیاد اینترنتی در بین نوجوانان و جوانان و پیامدهای آن**. تهران:

مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای،

وینداهال، سون و همکاران (۱۳۷۶). **کاربرد نظریه‌های ارتباطات**. علیرضا دهقان. تهران: مرکز مطالعات و

تحقیقات رسانه‌ای،

Bullen, Pat and Harré, Niki (2000). *The Internet: Its Effects on Fatety and Behaviour Implications for Adolescents*, Department of Psychology, University of Auckland, November.

Kim, Hung Kyu and Kim, Sang Chon (2004) *A Q Study of How Internet Usage Impacts on Interpersonal Relationships*, Sept. 23-25.

Kiesler, Sara [...et al](2002). *Internet Evolution and Social Impact*. **It & Society**, Volume 1, Issue 1. <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/>

M.Lee.Betty and H.Zhu.Jonathan J. (2002). *Internet Use and Sociability in Mainland China Hong Kong*. **It & Society**, Volume 1, Issue 1.

<http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/>

Mikami, Shunji (2002). *Internet Use and Sociability in Japan*. **It & Society**, Volume 1, Issue 1. <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/>

۲۷..... بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر الگوی کاربری ارتباطی اینترنت

-
- ¹ . ICT: Information communication tecknology
 - ² . Instantaneous Communication
 - ³ . Laswel
 - ⁴ - E- mail
 - ⁵ Holmes