



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران

بررسی الگوی کاربری اینترنت در افراد ۲۵ تا ۴۰ سال شهر تهران

مجری:

احمد گنجی

همکار اصلی:

دکتر بهزاد دوران

سال ۸۶-۱۳۸۵

بہ نام خدا

تشکر و قدردانی

ابتدا باید از همکار اصلی و ناظر محترم طرح دکتر بهزاد دوران قدردانی نمایم که بی‌شک سهم بسزایی در به بار نشستن این پروژه داشتند. همچنین، از دکتر حسین غریبی رئیس محترم پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران که این فرصت را فراهم نمودند تا این طرح انجام گیرد. و در نهایت، از کلیه افرادی که به نوعی در پیشبرد هرچه بهتر این طرح کمک نمودند، به‌ویژه مصاحبه‌شوندگان گرانقدر، سپاسگزاری کنم.

بررسی الگوی کاربری اینترنت در افراد ۲۵ تا ۴۰ سال شهر تهران

چکیده:

در این طرح درصدد بودیم تا به دو سؤال اصلی پاسخ گوئیم: نخست اینکه نحوه استفاده افراد واقع در گروه سنی ۲۵ تا ۴۰ سال شهر تهران از اینترنت چگونه است؟ و دوم اینکه این نحوه استفاده در طول زمان (از آغاز کاربری تا زمان انجام تحقیق) چه تغییر و تحولاتی کرده است؟ هرکدام از این دو سؤال، به ۸ سوال فرعی مشتمل بر نوع، اولویت، مکان، زمان، میزان، هزینه استفاده، استفاده فردی یا جمعی، و اشتغال صرف به استفاده از اینترنت یا اشتغال به کارهای دیگر هم‌زمان با استفاده از اینترنت ریز گشت. تحقیق به روش توصیفی و کیفی طراحی و اجرا گردید و داده‌های مربوط با استفاده از تکنیک مصاحبه عمقی با نمونه انتخابی از جامعه آماری کاربران گردآوری شد. یافته‌های تحقیق آشکار ساخت شناخت الگوی کاربری اینترنت در حال حاضر بدون توجه به روند تحول کاربری افراد از اینترنت میسر نمی‌گردد. بدین معنی که هرچه افراد از سابقه و میزان کاربری بیشتری برخوردار باشند، الگوی کاربری اینترنت آنان نیز هدفمندتر، سنجیده‌تر و در نتیجه باثبات‌تر خواهد بود. یافته‌های دیگر تحقیق نیز نشان داد که افراد نمونه در توصیف استفاده‌های خود از اینترنت، استفاده‌هایی چون چک‌کردن ای‌میل، یاهو مسنجر (البته به قصد مشاهده آنها و پاسخ بدانها)، موتورهای جستجو و استفاده از سایتهای خبری را استفاده معمولی و عادی و البته متداول‌ترین نوع استفاده از اینترنت دانسته‌اند. روند تحول انواع استفاده از اینترنت نیز نشان داد که به ترتیب، موتور جستجو، چت‌نمودن، مشاهده سایتهای پورنو و وب‌گردی بیشترین استفاده را در میان افراد نمونه داشته است. درخصوص اولویت استفاده افراد از اینترنت نتایج نشان داد که بیشتر مصاحبه‌شوندگان استفاده از موتورهای جستجو را در اولویت اول خود قرار داده‌اند. پس از آن چک‌کردن ای‌میل، یاهو مسنجر و استفاده از سایتهای خبری قرار دارد. نتایج بدست آمده درخصوص روند تحول اولویتهای استفاده افراد نمونه از اینترنت نیز نشان داد که چت، ای‌میل و سایتهای پورنو از استفاده‌هایی هستند که افراد نمونه بعنوان اولویتهای اول خود در اوایل استفاده از اینترنت بیان ساخته‌اند.

کلیدواژه‌ها:

اینترنت، الگوی کاربری، نوع استفاده، اولویت استفاده، مکان استفاده، میزان استفاده، زمان استفاده، هزینه استفاده، استفاده فردی یا جمعی، اشتغال صرف به استفاده از اینترنت، اشتغال به کارهای دیگر هم‌زمان استفاده از اینترنت

فصل اول: کلیات

مقدمه.....	۱
۱-۱- بیان مسئله.....	۳
۱-۲- سؤالات تحقیق.....	۵
۱-۳- اهمیت و ضرورت تحقیق.....	۷
۱-۴- اهداف تحقیق.....	۹
۱-۵- قلمروهای تحقیق.....	۱۰

فصل دوم: ادبیات تحقیق

مقدمه.....	۱۳
۱-۲- حوزه نظری تحقیق.....	۱۴
۲-۲- مباحث نظری و پیشینه تحقیق.....	۱۵
۱-۲-۲- شکل استفاده از اینترنت چگونه است؟.....	۱۵
۱-۲-۲-۱- چه نوع استفاده‌ای از اینترنت به عمل می‌آورد؟.....	۱۶
۱-۲-۲-۲- اولویت‌های شما برای استفاده از اینترنت کدامند؟.....	۱۷
۱-۲-۲-۳- بیشتر در چه مکان‌هایی از اینترنت استفاده می‌کنید؟.....	۱۸
۱-۲-۲-۴- بیشتر در چه زمان‌هایی از اینترنت استفاده می‌نمایید؟.....	۱۸
۱-۲-۲-۵- به چه میزان از اینترنت استفاده می‌کنید؟.....	۱۸
۱-۲-۲-۶- بیشتر به صورت انفرادی از اینترنت استفاده می‌کنید یا بطور دسته جمعی؟.....	۱۹
۱-۲-۲-۷- آیا در کنار و هم‌زمان با استفاده از اینترنت، کار(های) دیگری هم انجام می‌دهید؟.....	۲۰
۱-۲-۲-۸- برای استفاده از اینترنت به صورت ماهانه به چه میزان هزینه می‌پردازید؟.....	۲۰
۲-۲-۲- روند تحول استفاده از اینترنت (در طول استفاده از اینترنت) چگونه است؟.....	۲۰
۱-۲-۲-۲- نوع استفاده شما از اینترنت، از ابتدا تاکنون، چه تحولاتی را پشت سر گذارده است؟.....	۲۰
۲-۲-۲-۲- میزان استفاده شما از اینترنت در طول زمان دچار چه تغییراتی شده است؟.....	۲۱
۳-۲-۲-۲- اولویت‌های شما برای استفاده از اینترنت در طول زمان چه تغییراتی کرده است؟.....	۲۱

- ۲-۲-۲-۴- روند تغییرات مکان(های) استفاده شما از اینترنت در طول زمان چگونه بوده است؟ ۲۲
- ۲-۲-۲-۵- تغییر الگوی زمانی استفاده شما از اینترنت در طول زمان چگونه بوده است؟ ۲۲
- ۲-۲-۲-۶- تغییر الگوی انفرادی یا دسته جمعی کاربری اینترنت در طول زمان چگونه بوده است؟ ۲۲
- ۲-۲-۲-۷- تغییر الگوی استفاده انحصاری کاربری اینترنت یا اشتغال به کار(های) دیگر، همزمان با استفاده از اینترنت در طول زمان چگونه است؟ ۲۳
- ۲-۲-۲-۸- تغییر متوسط میزان هزینه کرد ماهیانه شما برای استفاده از اینترنت در طول زمان چقدر بوده است؟ ۲۳
- ۲-۳- مدل توصیفی تحقیق ۲۳

فصل سوم: روش شناسی

- مقدمه ۲۷
- ۳-۱- نوع تحقیق ۲۷
- ۳-۲- طرح تحقیق ۲۸
- ۳-۳- تکنیک جمع آوری اطلاعات ۲۸
- ۳-۴- اعتبار و پایایی تحقیق ۲۹
- ۳-۵- جامعه آماری ۳۱
- ۳-۶- نمونه انتخابی ۳۲
- ۳-۷- روش تحلیل اطلاعات ۳۲
- ۳-۸- عملیاتی سازی و شیوه اندازه گیری ۳۳

فصل چهارم: یافته های تحقیق

- مقدمه ۴۰
- ۴-۱- مشخصات افراد نمونه ۴۰
- ۴-۲- شکل استفاده از اینترنت ۴۵
- ۴-۲-۱- نوع استفاده از اینترنت ۴۵
- ۴-۲-۲- اولویت استفاده از اینترنت ۴۹
- ۴-۲-۳- مکان استفاده از اینترنت ۵۲
- ۴-۲-۴- زمان استفاده از اینترنت ۵۴
- ۴-۲-۵- میزان استفاده از اینترنت ۵۷

۶۰	۴-۲-۶- استفاده انفرادی و دسته جمعی از اینترنت
۶۲	۴-۲-۷- استفاده هم‌زمان یا انحصاری از اینترنت
۶۴	۴-۲-۸- میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت
۶۷	۴-۳- روند تحول شکل استفاده از اینترنت در طول استفاده از اینترنت
۶۷	۴-۳-۱- روند تغییرات نوع استفاده از اینترنت در طول زمان
۷۱	۴-۳-۲- روند تغییرات اولویت استفاده از اینترنت در طول زمان
۷۳	۴-۳-۳- روند تغییرات مکان استفاده از اینترنت در طول زمان
۷۶	۴-۳-۴- روند تغییرات زمان استفاده از اینترنت در طول زمان
۷۸	۴-۳-۵- روند تغییرات میزان استفاده از اینترنت در طول زمان
۸۰	۴-۳-۶- روند تغییرات استفاده انفرادی یا دسته جمعی از اینترنت در طول زمان
۸۳	۴-۳-۷- روند تغییرات استفاده هم‌زمان یا انحصاری از اینترنت در طول زمان
۸۵	۴-۳-۸- روند تغییرات میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت در طول زمان
۸۷	۴-۴- یافته‌های جانبی
۸۷	۴-۴-۱- تأثیر استفاده از اینترنت بر ارتباطات اجتماعی
۸۹	۴-۴-۲- کاربری اینترنت چه تأثیری بر شما در استفاده از سایر وسایل ارتباطات جمعی گذاشته است؟ ..
۹۰	۴-۴-۳- الگوی کاربری اینترنت

فصل پنجم: بحث و نتیجه‌گیری

94	مقدمه
۹۴	۵-۱- بررسی اهم یافته‌ها و مقایسه آن با یافته‌های نظری و تجربی پیشین
۹۵	۵-۱-۱- شکل استفاده از اینترنت
۹۵	۵-۱-۱-۱- نوع استفاده از اینترنت
۹۹	۵-۱-۱-۲- اولویت استفاده از اینترنت
۱۰۲	۵-۱-۱-۳- مکان استفاده از اینترنت
۱۰۴	۵-۱-۱-۴- زمان استفاده از اینترنت
۱۰۵	۵-۱-۱-۵- میزان استفاده از اینترنت
۱۰۸	۵-۱-۱-۶- استفاده انفرادی یا دسته جمعی از اینترنت
۱۰۹	۵-۱-۱-۷- استفاده هم‌زمان یا تنها از اینترنت
۱۱۰	۵-۱-۱-۸- میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت

- ۱۱۲..... ۵-۱-۲- روند تحول شکل استفاده از اینترنت (در طول استفاده از اینترنت)
- ۱۱۲..... ۵-۱-۲-۱- بررسی روند تغییرات نوع استفاده از اینترنت در طی زمان
- ۱۱۴..... ۵-۱-۲-۲- بررسی روند تغییرات میزان استفاده از اینترنت در طی زمان
- ۱۱۶..... ۵-۱-۲-۳- بررسی روند تغییرات اولویت استفاده از اینترنت در طی زمان
- ۱۱۷..... ۵-۱-۲-۴- بررسی روند تغییرات مکان استفاده از اینترنت در طی زمان
- ۱۱۸..... ۵-۱-۲-۵- بررسی روند تغییرات زمان استفاده از اینترنت در طی زمان
- ۱۱۹..... ۵-۱-۲-۶- بررسی روند تغییرات استفاده انفرادی یا دسته جمعی از اینترنت در طی زمان
- ۱۲۰..... ۵-۱-۲-۷- بررسی روند تغییرات استفاده هم‌زمان یا انحصاری از اینترنت در طی زمان
- ۱۲۰..... ۵-۱-۲-۸- بررسی روند تغییرات میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت در طی زمان
- ۱۲۱..... ۵-۲- نتیجه گیری
- ۱۳۲..... ۵-۳- پیشنهادات

- ۱۳۶..... منابع
- ۱۳۶..... ۱- منابع فارسی
- ۱۳۹..... ۲- منابع انگلیسی

ضمائم

چکیده انگلیسی

صفحه عنوان انگلیسی

فهرست جداول

صفحه

عنوان

۴۴	جدول شماره (۱) مشخصات افراد نمونه
۱۰۳	جدول شماره (۲) الگوی مکان استفاده افراد از اینترنت در ایران
۱۰۳	جدول شماره (۳) الگوی مکان استفاده افراد از اینترنت در خارج
۱۰۷	جدول شماره (۴) الگوی میزان استفاده افراد از اینترنت
۱۱۳	جدول شماره (۵) مقایسه ویژگیهای انواع استفاده در آغاز کاربری و زمان کنونی
۱۲۳	جدول شماره (۶) الگوی کاربری اینترنت از آغاز کاربری تا زمان کنونی (انواع استفاده از اینترنت)
۱۲۴	جدول شماره (۷) الگوی کاربری اینترنت از آغاز کاربری تا زمان کنونی (اولویت استفاده از اینترنت)
۱۲۵	جدول شماره (۸) الگوی کاربری اینترنت از آغاز کاربری تا زمان کنونی (زمان استفاده از اینترنت)
۱۲۶	جدول شماره (۹) الگوی کاربری اینترنت از آغاز کاربری تا زمان کنونی (مکان استفاده از اینترنت)
۱۲۷	جدول شماره (۱۰) الگوی کاربری اینترنت از آغاز کاربری تا زمان کنونی (هزینه استفاده از اینترنت)
	جدول شماره (۱۱) الگوی کاربری اینترنت از آغاز کاربری تا زمان کنونی (استفاده فردی/جمعی از اینترنت)
۱۲۸	
	جدول شماره (۱۲) الگوی کاربری اینترنت از آغاز کاربری تا زمان کنونی (استفاده تنها یا همزمان از اینترنت)
۱۲۹	
۱۳۰	جدول شماره (۱۳) الگوی کاربری اینترنت از آغاز کاربری تا زمان کنونی (میزان استفاده از اینترنت)

فهرست اشکال

صفحه

عنوان

شکل شماره (۱) مدل توصیفی بررسی الگوی کاربری اینترنت..... ۲۵

شکل شماره (۲) الگوی زمانی استفاده از اینترنت ۱۰۵

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۴۲	نمودار شماره (۱) میزان آشنایی مصاحبه‌شوندگان با اینترنت
۴۳	نمودار شماره (۲) میزان سابقه کاربری مصاحبه‌شوندگان با اینترنت
۴۸	نمودار شماره (۳) انواع استفاده مصاحبه‌شوندگان از اینترنت
۵۱	نمودار شماره (۴) اولویت استفاده مصاحبه‌شوندگان از اینترنت
۵۴	نمودار شماره (۵) مکان استفاده مصاحبه‌شوندگان از اینترنت
۵۷	نمودار شماره (۶) زمان استفاده مصاحبه‌شوندگان از اینترنت
۵۹	نمودار شماره (۷) میزان استفاده مصاحبه‌شوندگان از اینترنت
۶۱	نمودار شماره (۸) استفاده فردی یا جمعی از اینترنت
۶۳	نمودار شماره (۹) استفاده هم‌زمان یا انحصاری مصاحبه‌شوندگان از اینترنت
۶۶	نمودار شماره (۱۰) میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت
۷۱	نمودار شماره (۱۱) انواع استفاده مصاحبه‌شوندگان از اینترنت در آغاز کاربری
۷۳	نمودار شماره (۱۲) اولویت استفاده مصاحبه‌شوندگان از اینترنت در آغاز کاربری
۷۵	نمودار شماره (۱۳) مکان استفاده مصاحبه‌شوندگان از اینترنت در آغاز کاربری
۷۸	نمودار شماره (۱۴) زمان استفاده مصاحبه‌شوندگان از اینترنت در آغاز کاربری
۸۰	نمودار شماره (۱۵) میزان استفاده مصاحبه‌شوندگان از اینترنت در آغاز کاربری
۸۲	نمودار شماره (۱۶) استفاده فردی یا جمعی از اینترنت در آغاز کاربری
۸۴	نمودار شماره (۱۷) استفاده هم‌زمان یا انحصاری مصاحبه‌شوندگان از اینترنت در آغاز کاربری
۸۶	نمودار شماره (۱۸) میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت در آغاز کاربری

فصل اول
کلیات تحقیق

مقدمه

پیش از آغاز هر سخن، شایسته است انگیزه‌ها و دلایلی که باعث گردید محقق به انجام چنین تحقیقی مبادرت ورزد، به خوبی روشن گردد. چراکه هیچ تحقیقی را نمی‌توان تهی و مبرا از انگیزه یا دلیل لازم و مناسب پنداشت و چه‌بسا این انگیزه و دلیل است که محقق را علاقمند یا وادار به انجام یک تحقیق و مطالعه می‌نماید. در مطالعه حاضر، انگیزه‌ها و دلایل محقق، نشأت گرفته از مجموعه‌ای بهم‌پیوسته از انگیزه‌های مطالعاتی و علمی بود. اولین انگیزه، علاقمندی به مباحث جامعه‌شناسی اینترنت به ویژه کاربری اینترنت بود که نقطه آغاز حرکت جدی در راستای این علاقمندی، انجام بررسی پیمایشی برای پایان‌نامه دانشگاهی تحت عنوان «بررسی الگوی کاربران اینترنت و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن در بین نوجوانان و جوانان شهر تهران»^۱ بود.

دومین انگیزه تحقیق حاضر نیز از آنجا نشأت گرفت که در حین انجام پایان‌نامه خود متوجه واقعیت‌هایی چون فقر منابع علمی و عدم وجود ادبیات نظری و تجربی متقن و علمی^۲ در زمینه مباحث جامعه‌شناسی کاربری اینترنت در ایران شدم. بدین خاطر، انجام مطالعه دیگری برای غنی‌نمودن ادبیات نظری و تجربی پیرامون موضوع، انگیزه‌ای شد برای انجام این تحقیق.

^۱ این پایان‌نامه به راهنمایی دکتر سعید معیدفر در تیرماه ۱۳۸۵ در دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران جهت دریافت مدرک کارشناسی‌ارشد رشته پژوهش علوم اجتماعی دفاع گردید.

^۲ منابع معدودی هم که به نوعی به کاربری اینترنت در ایران پرداخته شده بود یا از نوع ژورنالیستی قلمداد می‌گشت یا اینکه عمدتاً دارای بار توصیفی بسیار نازل و فاقد پشتوانه نظری و تجربی لازم بود که بیشتر نیز توسط افرادی غیر رشته جامعه‌شناسی صورت گرفته است.

سومین دلیل انجام تحقیق، استفاده از رویکرد روش‌شناختی کیفی^۱ در مطالعه کاربری اینترنت بود. از آنجا که بررسی پیمایشی - که عمدتاً با پرسشنامه صورت می‌گیرد - دارای نقائص و معایبی است، استفاده از رویکرد کیفی با استفاده از مصاحبه عمقی^۲ که از ژرفا و دقت بیشتری برخوردار است تا اندازه‌ای می‌تواند برخی از معایب بررسی پیمایشی را پوشش دهد.

علاوه بر انگیزه‌های مطرح‌شده، انگیزه قوی‌تر و مهم‌تری که باعث گردید چنین تحقیقی صورت گیرد، دستیابی به شناخت جامع‌تر، عمیق‌تر و اطمینان بخش‌تری از الگوی کاربری اینترنت در ایران با پشتوانه مناسب ادبیات نظری و تجربی صرف بررسی تنها نوع استفاده یا میزان استفاده از اینترنت بود.

سامان تحقیق حاضر بر پایه ۵ فصل بنا شده است. به قسمی که در فصل اول یعنی کلیات طرح، مباحثی چون بیان مسئله، سؤالات، اهمیت و ضرورت، اهداف و قلمروهای محتوایی، مکانی، جمعیتی و زمانی تحقیق مطرح خواهد شد. فصل دوم تحقیق نیز تحت عنوان ادبیات تحقیق، ۳ مقوله را مورد عنایت و بحث قرار خواهد داد که شامل حوزه نظری تحقیق، مباحث نظری و مدل توصیفی تحقیق است. فصل سوم تحقیق نیز به روش‌شناسی اختصاص دارد که مبتنی بر مقولاتی چون نوع تحقیق، طرح تحقیق، تکنیکهای جمع-آوری اطلاعات، اعتبار و پایایی تحقیق، جامعه آماری، نمونه انتخابی، روش تحلیل اطلاعات و عملیاتی‌سازی و شیوه اندازه‌گیری است. چهارمین فصل نیز اهتمام دارد به یافته‌های بدست‌آمده تحقیق، که به ارائه این یافته‌ها در ۴ بخش شامل مشخصات افراد نمونه، شکل استفاده از اینترنت، روند تحول شکل استفاده از اینترنت و بالآخره، یافته‌های جانبی خواهد پرداخت. نهایتاً، آخرین فصل تحقیق، به نتیجه‌گیری اختصاص دارد مشتمل بر ۳ بخش یعنی بررسی اهم یافته‌ها و مقایسه آن با یافته‌های نظری و تجربی پیشین، نتیجه‌گیری و پیشنهاد است.

باری، در این فصل به عنوان فصل آغازین طرح، به کلیات طرح پرداخته می‌شود که در آن، ابعاد مختلف موضوع تحقیق روشن می‌گردد. به‌طوریکه در این فصل، خواننده به راحتی می‌تواند مسئله،

^۱ . qualitative methodology

^۲ . depth Interview

سئوالات، اهمیت و ضرورت، اهداف و در نهایت، قلمرو و محدوده‌های تحقیق را که مدنظر محقق بوده است، درک نماید.

۱-۱- بیان مسئله

گسترش انقلاب شگفت‌انگیز ارتباطات در چند دهه اخیر که سبب ایجاد گونه‌های مختلف ارتباطی میان مردمان امروز جهان شده است، نه تنها انسان‌ها را از مرز بومی، ملی و تاریخی خودشان رها ساخته، بلکه در فضاها و مکان‌های بینابینی به گردش درآورده است (مهدیزادگان، ۱۳۸۲: ۲۹). به طوریکه در دهه‌های اخیر شاهد تغییرات و تحولات شگرف در عرصه فناوری اطلاعات و ارتباطات^۱ هستیم که تأثیرات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مهمی را در جوامع به جا می‌گذارد. انفجار اطلاعات^۲ و انقلاب رایانه^۳ و جهانی‌شدن^۴ از جمله مهمترین تحولات و چالش برانگیزترین محورهایی است که جامعه بشری با آن روبرو است (معیدفر، ۱۳۸۴: ۴).

امروزه شاهدیم که اینترنت^۵ به عنوان ارمغان تکنولوژی یا معجزه تکنولوژی، تحولاتی را در همه فرهنگ‌ها به وجود آورده است (مهدیزادگان، ۱۳۸۲: ۲۹). اما نکته قابل تأمل اینکه، اینترنت به عنوان یکی از محصولات انقلاب رایانه، گستره وسیعی از امکانات و کاربردهای زیادی برای کاربر^۶ فراهم می‌سازد که علیرغم وجود این کارکردها، چه بسا تا اندازه‌ای ابزاری بی‌طرف و خنثی است و اما اینکه اکنون مردم چگونه از آن استفاده می‌کنند، تعیین‌کننده است (معیدفر، ۱۳۸۴: ۴).

اخیراً، بررسی‌ها و تحقیقات بی‌شماری از دیدگاه جامعه‌شناختی و روان‌شناختی در زمینه جنبه‌های مثبت و منفی کاربرد اینترنت در همه قشرها و گروه‌های اجتماعی انجام گرفته است که از یک سو ما را به آینده امیدوار کرده و سبب پیشرفت چشمگیر مهارت‌ها، دانش‌ها و ارتباطات و فهم جهانی و از سوی دیگر، طبق

-
1. Information and Communication Technology or ICT
 2. information explosion
 3. computer revolution
 4. globalization
 5. Internet
 6. user

بررسی‌های جامعه‌شناختی و روان‌شناختی، گزارش‌های روزافزونی مربوط به تأثیرات و پیامدهای منفی و ویژگی‌های افراطی استفاده از اینترنت مطرح می‌گردد (مهدیزادگان، ۱۳۸۲: ۲۹).

در ایران نیز هر چند رشد اینترنت از جهت ضریب نفوذ اینترنت با ۱۲ درصد (سایت اخبار فناوری اطلاعات به نقل از وزیر فناوری اطلاعات و ارتباطات، ۸۵/۱۱/۳) و تعداد کاربران با ۷/۵ میلیون کاربر (سایت اخبار فناوری اطلاعات به نقل از وزیر فناوری اطلاعات و ارتباطات، ۸۵/۱۱/۳) قابل مقایسه با کشورهای توسعه‌یافته^۱ نیست و بالتبع پیامدهای آن نیز در سطحی که در جوامع توسعه‌یافته وجود دارد، به چشم نمی‌خورد، اما همراه با رشد فزاینده اینترنت یکی از مقولاتی که مورد توجه قرار گرفت، پیامدهای گسترش و رشد آن در جامعه ما است (معیدفر، ۱۳۸۴: ۵). به‌طوریکه، به تدریج شاهد بحث و جدلهایی^۲ درخصوص جنبه‌های مختلف اینترنت چون نحوه و نوع استفاده، اهداف و انگیزه‌های افراد در استفاده از اینترنت و... هستیم. این امر تا آنجا کشیده شده است که به این مقوله از سوی برخی گروه‌های اجتماعی (گروه‌های مذهبی، فرهنگی و سیاسی) به صورت مسئله‌ای^۳ نگریسته که رشد و گسترش اینترنت را امری مسئله‌آور و به نوعی بیهوده قلمداد نموده‌اند.^۴ مثلاً دبیر شورای عالی فناوری اطلاعات و معاون وزیر فناوری اطلاعات و ارتباطات - دکتر عبدالمجید ریاضی - اظهار داشته است: اینترنت در ایران تبدیل به یک وسیله بازی و سرگرمی شده است (قربانپور، ۱۳۸۵).

برخورد این چینی با اینترنت، چه بسا به خاطر ماهیت آن باشد که حد وسیعی از اطلاعات را در سطح گسترده بدون هیچ محدودیتی در اختیار افراد قرار می‌دهد که این امر، می‌تواند به نوعی تهدیدی برای بافت فرهنگی و ملی ما قلمداد گردد (گنجی، ۱۳۸۵: ۳). بنابراین، با توجه به حساسیت‌ها و دغدغه‌هایی که

1- developed countries

^۲. این بحث و جدل‌ها تا اندازه زیادی با توجه به نوع نگرشی که نسبت به اینترنت دارند شکل می‌گیرد. همانطور که برتون در کتابش «آیین اینترنت: تهدیدی برای پیوند اجتماعی» اظهار می‌دارد در یک طبقه‌بندی کلی سه موضع نسبت به اینترنت وجود دارد. اول، هواداران اینترنت (اینترنت مطلق، گاه بی‌آنکه بدانند)، تکنیک‌گريزان (دشمنان هر نوع تکنیک) و سرانجام، هواداران کاربرد منطقی اینترنت، آنان که می‌اندیشند کاربرد منطقی فناوریها می‌تواند تحت بعضی شرایط عامل پیشرفت باشد (برتون، ۱۳۸۲: ۲۵).

3. problematic

^۴. چه بسا فیلترینگ (filtering) یا کنترل شدید اینترنت در ایران معلول این نگاه و نوعی ترس اخلاقی (moral panic) از رسانه نو (new medium) باشد. به علاوه، نگاه به اینترنت به عنوان ابزاری برای تهاجم فرهنگی غرب به این مسئله شدت و حدت بیشتری می‌بخشد (گنجی، ۱۳۸۵: ۳).

پیرامون اینترنت و نحوه استفاده از آن در ایران وجود دارد، انجام مطالعات و تحقیقات در زمینه شناخت ابعاد مختلف کاربری اینترنت در ایران مهم و پراهمیت و شایسته توجه جامعه‌شناسان و محققان می‌باشد. در این راستا، این تحقیق با درک اهمیت مقوله اینترنت در ایران به بررسی و شناسایی الگو(ها)ی استفاده و کاربری اینترنت به عنوان اولین گام در شناخت این تکنولوژی اقدام نموده و پرسش اصلی خود را اینگونه صورت‌بندی کرده است: «الگو(ها)ی کاربری اینترنت در بین افراد واقع در گروه سنی ۲۵ تا ۴۰ سال شهر تهران چگونه است؟»

انتخاب این گروه سنی (۲۵ تا ۴۰ سال) بدین خاطر بود که این افراد را می‌توان جزو نسل اول کاربران اینترنتی^۱ محسوب کرد و بنابراین، از سابقه ۱۰ ساله کاربری اینترنت برخوردارند. به عبارت بهتر، اگر زمان ورود اینترنت در ایران را حدود سال ۱۳۷۳ و آغاز گسترش عمومی آن را حدود سال ۱۳۷۵ بدانیم، و کم‌سن‌وسال‌ترین کاربران در آن سال‌ها را ۱۵ ساله و پرسن‌وسال‌ترین آنان را ۳۰ ساله، بنابراین امروز - یعنی پس از گذشت ۱۰ سال - حدود سنی این افراد باید ۲۵ تا ۴۰ سال باشد.

۱-۲- سوالات تحقیق

طرح سوالات تحقیق، گام دیگر در پیشبرد تحقیق محسوب می‌شود. از آنجا که در علوم اجتماعی عمدتاً با مفاهیم سروکار داریم، این مفاهیم باید تا هر چه بیشتر عملیاتی گردند که قابل اندازه‌گیری باشند. در تحقیق حاضر نیز، ما با مفهوم کلی و کلیدی «الگوی کاربری اینترنت»^۲ سروکار داریم. این مفهوم به عنوان یک سازه نظری^۳ با دو بعد «شکل استفاده از اینترنت» و «روند تحول استفاده از اینترنت» و ۸ متغیر برای هر یک از این دو بعد عملیاتی شد.

^۱. Internet users

^۲. pattern of Internet use

^۳. theoretical construct

- بدین ترتیب، سئوالات تحقیق در دو دسته سؤال اصلی و سئوالات فرعی قابل صورت‌بندی است.
- سؤال اصلی** تحقیق عبارتست از: اینکه الگو(ها)ی کاربری اینترنت افراد ۲۵ تا ۴۰ سال شهر تهران چگونه است؟ سئوالات فرعی تحقیق نیز که از دل سؤال اصلی استخراج می‌گردد شامل سئوالات زیر است:
- ۱- الگو(ها)ی زمانی کاربری اینترنت در گروه سنی مورد نظر چگونه است؟
 - ۲- الگو(ها)ی مکانی کاربری اینترنت در گروه سنی مورد نظر چگونه است؟
 - ۳- نوع استفاده افراد در گروه سنی مورد نظر از اینترنت شامل چه مواردی است؟
 - ۴- اولویت‌های استفاده افراد در گروه سنی مورد نظر از اینترنت شامل چه مواردی می‌شود؟
 - ۵- افراد در گروه سنی مورد نظر معمولاً به صورت انفرادی از اینترنت استفاده می‌کنند یا دسته جمعی؟ اگر دسته جمعی، با چه کسانی استفاده می‌کنند؟
 - ۶- آیا افراد در گروه سنی مورد نظر بطور هم‌زمان و در کنار استفاده از اینترنت به کار دیگری نیز مشغول می‌شوند؟ در صورت بلی، به چه کاری؟
 - ۷- استفاده از اینترنت در بین افراد گروه سنی مورد نظر در طول روز و هفته به چه میزان است؟
 - ۸- میزان هزینه پرداختی ماهانه افراد گروه سنی مورد نظر برای استفاده از اینترنت چه مقدار است؟
 - ۹- روند تحول الگو(ها)ی کاربری اینترنت در بین افراد گروه سنی مورد نظر در طول زمان از حیث:
 - نوع استفاده از اینترنت؟
 - اولویت‌های استفاده؟
 - مکان استفاده؟
 - میزان استفاده از اینترنت در شبانه‌روز و هفته؟
 - زمان استفاده؟
 - استفاده انفرادی یا دسته جمعی؟
 - اشتغال به کار دیگری بطور هم‌زمان و در کنار استفاده از اینترنت؟
 - میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت؟

۱-۳- اهمیت و ضرورت تحقیق

شناخت علمی الگو(ها)ی کاربری اینترنت افراد ۲۵ تا ۴۰ سال شهر تهران با اهتمام بر ضرورت‌های زیر صورت پذیرفت:

- اولین ضرورت تحقیق، ناشی از ویژگی خاص کاربری اینترنت در ایران به ویژه برای گروه سنی نوجوان و جوان است. بطوریکه، هر چند «تعداد افرادی که در کشورمان با اینترنت آشنایی دارند و از آن استفاده می‌کنند، زیاد نیست، ولی به علت جوان‌بودن جامعه، افزایش تعداد دانشجویان، رشد سریع تکنولوژی و ضرورت استفاده از اینترنت در دانشگاه‌ها، شرکت‌ها و ادارات به زودی تعداد کاربران اینترنت بسیار فزونی خواهد یافت» (طواف، ۱۳۸۱: ۳۱). از این‌رو، انجام مطالعات و تحقیقات دامنه‌دار برای شناخت ابعاد مختلف کاربری اینترنت در ایران بویژه با در نظر گرفتن حساسیت‌ها و دغدغه‌هایی که پیرامون اینترنت و نحوه استفاده از آن در ایران وجود دارد، امری ضروری به حساب می‌آید.
- دومین ضرورت تحقیق باز می‌گردد به موضوع تحقیق. بطوریکه، موضوع تحقیق حاضر به لحاظ موضوعی تازه و نو بوده که سعی دارد جنبه نویی از عصر حاضر - عصر اطلاعات^۱ - را با دیدگاه‌های جامعه‌شناختی مورد بررسی قرار دهد.
- موضوع دیگری که از جمله ضرورت‌های این تحقیق لحاظ می‌گردد ضعف منابع علمی و فقر ادبیات نظری و تجربی درخصوص موضوع تحقیق است که برای غنی‌نمودن ادبیات موضوع و شناخت جامع آن، گام اول، انجام تحقیقات توصیفی قبل از انجام هر کار تحلیلی و تبیینی است. به عبارت دیگر، با عنایت به این واقعیت که هر کار تحلیلی و تبیینی در زمینه الگوی کاربری اینترنت، مستلزم وجود تحقیقات توصیفی با رویکردی نزدیک به انسان‌شناسی است، تحقیق حاضر با رویکرد روش‌شناختی کیفی خود (و استفاده از تکنیک مصاحبه عمقی) ضرورت پیدا می‌کند.
- اگر این طبقه‌بندی مرسوم تحقیقات را به سه نوع، تحقیقات بنیادی^۱، کاربردی^۲ و توسعه‌ای^۳ بپذیریم، تحقیق حاضر را باید از نوع تحقیقات کاربردی قلمداد نمود که هدف انجام آن، علاوه بر شناخت علمی

^۱ . Information Age

موضوع، سودمندی و کاربرست یافته‌های آن برای سیاست‌گذاری، تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و اقدام است. با این مقدمه، شناسایی الگوهای کاربری اینترنت به عنوان موضوع این تحقیق، می‌تواند مفید فایده گردد برای مسئولان مربوط، از آن جهت که نشان می‌دهد روند تغییرات الگو(ها)ی استفاده از اینترنت در طول زمان (از زمان آغاز کاربری تا زمان کنونی) چگونه است. به عنوان مثال، آیا نوع استفاده افراد در بدو شروع کاربری اینترنت (مثلاً رجوع به سایت‌های به اصطلاح پورنوگرافیک) در طی زمان تفاوت پیدا می‌کند یا خیر؟ این درک از الگوی استفاده از اینترنت در طول کاربری افراد مختلف می‌تواند به مسئولان ذی‌ربط در دستیابی به بینش عمیق‌تر، علمی‌تر و مطمئن‌تر نسبت به حساسیت‌ها و هراس‌های اخلاقی موجود پیرامون اینترنت نظیر تخریب ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و فرهنگی و نحوه مدیریت اینترنت یاری رساند.

- بر پایه مطالب بیان شده در سطور پیشین، اهتمام اصلی تحقیق، شناسایی الگوی کاربری اینترنت در بین نسل اول کاربران اینترنتی تهرانی است و به زبان دیگر، رفتارشناسی مخاطبان اینترنتی است و باز به زبان علم بازاریابی، مطالعه رفتار مشتری است. چراکه از منظر بازاریابی شناخت رفتار مشتری از مهمترین ارکان موفقیت در امر بازاریابی قلمداد می‌گردد. و از آنجاکه موضوع این تحقیق نیز به رفتارشناسی کاربران اینترنتی می‌پردازد، می‌توان برای سازمان‌ها و شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات اینترنتی یا برای کسب و کارهایی که با اینترنت سروکار دارند چون تجارت الکترونیکی در زمینه خرید و فروش کتاب، خدمات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری رایانه، رزرو بلیط و.... مؤثر واقع گردد. بنابراین،

۱. منظور از تحقیقات بنیادی (fundamental research) تحقیقاتی است که بدون توجه به کاربردهای عملی و به منظور گسترش مرزهای دانش و یا فراهم ساختن زمینه علمی لازم برای حل مسائل جاری و آتی انجام می‌شود (دفتر ارزیابی پژوهشی، ۱۳۸۳).

۲. تحقیقات کاربردی (applicational research) عبارتند از هر نوع کاوش بدیع به منظور کسب دانش علمی و فنی جدیدی است که برای آن کاربرد ویژه‌ای در نظر گرفته شود (همان منبع).

۳. منظور از تحقیقات توسعه‌ای (developmental research) هرگونه فعالیت منظم مبتنی بر دانش موجود حاصل از پژوهش و یا تجربه گفته می‌شود که به منظور تولید مواد، فرآورده‌ها، ابزار، فرآیندها و روش‌های جدید و یا به کرد آنها صورت می‌گیرد (همان منبع).

ضرورت دیگر تحقیق بازمی‌گردد به سودمندی آن برای تحقیقات بازار و مطالعات رفتارشناسی مشتری در اینترنت.

- به علاوه، نباید اهمیت این تحقیق را از جهت کاربردهایی که می‌تواند برای تدوین نظام آموزشی و تربیتی ایده‌آل برای نسل نوجوان و جوان داشته باشد، نادیده گرفت. بدین معنی که رفتارشناسی کاربری اینترنت می‌تواند به متولیان آموزشی در تدوین نظام آموزشی متناسب با نیازها و علائق نوجوانان و جوانان و به شکل مفرح و جذاب کمک نماید.

۱-۴- اهداف تحقیق

مطالعه حاضر که در قالب یک پروژه کاربردی و با اهتمام بر شناخت چگونگی شکل‌گیری الگو(ها)ی کاربری اینترنت در ایران انجام می‌گیرد، در راستای اهدافی شکل گرفت که خود منتج از دغدغه‌هایی بود که محقق را به انجام تحقیق حاضر وادار ساخت. دغدغه‌هایی که عمدتاً حول و حوش آزمون یک فرض ذهنی از سوی محقق بوجود آمد و آن اینکه، افراد در سیر تحول کاربری خود از اینترنت دچار تغییراتی می‌شوند که این تغییرات موجب بوجود آمدن الگوهای رفتاری در میان کاربران در مقابل اینترنت می‌گردد. به قسمی، محقق با مطالعه ادبیات تجربی مرتبط با کاربری اینترنت متوجه شد که این مطالعات غالباً تنها به کاربری کنونی پاسخگویان تمرکز دارند در حالیکه این روش، واقعیت مطلب را ادا نمی‌کند و واقعیت اصلی که در واقع، هدف اصلی هر تحقیقی نیز کشف حقیقت است، با این رویکرد، پنهان می‌ماند. بطوریکه، اگر سیر کاربری افراد را مورد مطالعه قرار دهیم خواهیم دید که افراد پس از مدتی از سردرگمی استفاده از اینترنت و استفاده‌های به اصطلاح بیهوده و بی‌هدف، متناسب به الگوهای هدفمند کاربری اینترنت مرتبط با کار، تحصیل و علایق خود می‌شود. این هدف که در ابتدا بعنوان یک دغدغه علمی پس از انجام پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد محقق شکل گرفت. ناخودآگاه می‌توانست باعث به چالش کشیدن رویکردهای افراطی موجود در نزد مدیران اجرایی و گروه‌های مرجع دینی و فرهنگی کشور در خصوص پدیده اینترنت گردد. چراکه تحقیق حاضر، بعنوان تحقیقی بدیع با رویکرد روش‌شناسی خاص خود سعی نموده است تا برخلاف

مطالعات پیشین جنبه‌های کامل کاربری اینترنت را مورد مطالعه قرار دهد. بنابراین، اهداف تحقیق حاضر، را می‌توان بصورت فهرست‌وار چنین صورت‌بندی نمود:

- ۱- کسب شناخت‌ها و دانشهای نوین و بدیع در پرتو رویکرد و منظر خاص تحقیق حاضر به کاربری اینترنت در ایران؛
- ۲- مطالعه چگونگی الگوهای کاربری اینترنت در بستر زمان؛
- ۳- آزمون فرض الگومندی کاربری اینترنت در بستر زمان؛
- ۴- بررسی علمی نظرات افراطی در مورد اینترنت؛
- ۵- مقایسه یافته تحقیق حاضر با یافته‌های تجربی دیگر محققان با رویکردهای روش‌شناختی مختلف؛
- ۶- و به واسطه کاربردی‌بودن پروژه حاضر، ارائه رهنمودهایی در قالب پیشنهادات تحقیق در برخورد با اینترنت.

۱-۵- قلمروهای تحقیق

از ویژگی‌های بارز هر تحقیق علمی، تعریف و تحدید دقیق محدوده‌ها و قلمروهای موضوعی (محتوایی)، مکانی، زمانی و جمعیتی تحقیق است. این امر بدین خاطر است تا با توسل به چهار عامل فوق، کالبد تحقیق که نشان‌دهنده ظرف زمانی، مکانی، جمعیتی و موضوعی تحقیق است، تعیین گردد. قلمرو موضوعی، دال بر این امر است از آنجا که هر مطالعه علمی باید جزئی و قابل اندازه‌گیری باشد، محقق به ویژه در حوزه علوم اجتماعی باید از پرداختن به موضوعات کلی و انتزاعی که غیرقابل اندازه‌گیری و سنجش هستند، اجتناب نماید. همچنین، تعیین قلمرو موضوعی، محقق را در ساخت موضوعی روشن، باریک و تحدیدشده یاری داده و در نتیجه از دخیل‌کردن چیزهای اضافی و غیرضروری دوری نماید.

از سوی دیگر، هر مطالعه‌ای باید برخوردار از ظرف زمانی خاصی باشد. بطوریکه، غیر از این ممکن است فرض ابدی بودن مطالعه پیش آید. بنابراین، لازم است هر مطالعه دارای قلمرو زمانی خاصی باشد تا مطالعه مورد نظر در آن قلمرو زمانی مورد ارزیابی و به بیانی، از شناسنامه زمانی برخوردار باشد. قلمرو

مکانی و جغرافیایی در هر مطالعه نیز آن را از بی‌مکانی و فقدان هویت مکانی مبرا می‌سازد. چرا که غیر از آن، ممکن است این شبهه پیش آید که مطالعه می‌تواند متعلق به هر مکان و موقعیت جغرافیایی باشد. و در نهایت، قلمرو جمعیتی و اجتماعی دال بر این واقعیت دارد که تحقیقی که برخوردار از جامعه آماری تعریف‌شده‌ای نباشد، باید در صحت و اعتبار علمی آن دچار تردید شد. از این‌رو، تعیین دقیق جامعه آماری و گروه هدف از مبانی اولیه شرط یک تحقیق علمی به حساب می‌آید. بنابراین، با این تفاسیر، قلمرو موضوعی، مکانی، جمعیتی و زمانی تحقیق حاضر به شرح زیر است:

- (۱) **قلمرو موضوعی و محتوایی:** این قلمرو، با تحدید موضوع به «بررسی الگوی کاربری اینترنت» بدست آمد که در طی عملیاتی‌سازی، الگوی کاربری اینترنت برای اندازه‌گیری به ابعاد و گویه‌ها ریز گشت.
- (۲) **قلمرو اجتماعی و جمعیتی:** گروه هدف این تحقیق، افراد واقع در گروه سنی ۲۵ تا ۴۰ سال که از ویژگی‌هایی چون برخوردار از سابقه طولانی (در حالت ایده‌آل ۱۰ ساله) کاربری اینترنت باشند.
- (۲) **قلمرو مکانی و جغرافیایی:** قلمرو مکانی تحقیق، شهر تهران را شامل می‌شود. به عبارت بهتر، افراد نمونه باید ساکن شهر تهران و در این شهر اقامت و زندگی نمایند.
- (۳) **قلمرو زمانی:** این تحقیق طی فروردین سال ۱۳۸۵ تا پایان اسفند ۱۳۸۵ صورت پذیرفت.

فصل دوم
ادبیات تحقیق

مقدمه

بدنه و راهنمای هر کار تحقیق را ادبیات آن تحقیق، خواه ادبیات نظری و خواه ادبیات تجربی، شکل می‌دهند. مرور جامع و کامل ادبیات و نظریه‌های مربوط و در ادامه، انتخاب دقیق چارچوب نظری متناسب با تحقیق، مرحله‌ای است که اجرای بهینه و درست سایر مراحل تحقیق تابع آن است. تحقیقی که بر پایه ادبیات و چارچوب نظری محکمی نباشد و یا به عبارتی، بر پایه ملاحظات و دیدگاه‌های شخصی بنا نهاده شده باشد، ارزش علمی نداشته و نمی‌توان از آن به عنوان یک مهر تأیید و یا رد برای تجارب و یافته‌های قبلی استفاده کرد. به عبارتی، اولین گام جهت مطالعه و تحقیق پیرامون هر مسئله و یا پدیده‌ای و نیز حصول به شناخت راجع به آن، این است که قالب‌ها، نظریه‌ها و پارادایم‌های نظری راجع به آن مسئله و یا پدیده را مرور کنیم و جوانب و مسایل مختلف آنها را از زوایای مختلف و با توجه به طرح مسئله و اهداف تحقیق-امان، به دقت مورد کنکاش و واکاوی قرار دهیم. از سوی دیگر، از آنجا که علم خاصیت انباشتی دارد جهت بررسی موضوع، مطالعه تحقیقات و آثار پیشینیان جزو ضرورت‌های هر تحقیقی به شمار می‌آید.

بنابراین، با توجه به اهمیت ادبیات تحقیق، فصل حاضر به ادبیات نظری و تجربی تحقیق می‌پردازد. این فصل خود به سه بخش تفکیک شده است. در بخش اول، حوزه نظری تحقیق مورد بحث قرار گرفته و در ادامه، در بخش دوم، مباحث نظری و پیشینه تحقیق، و در نهایت، در بخش سوم، مدل توصیفی تحقیق حاضر آورده می‌شود.

۲-۱- حوزه نظری تحقیق

نقشه اکتشافی مقولات مورد بحث در تحقیق به طور قطع و یقین، مفیدترین ابزاری است که می‌تواند علاوه بر ارائه چشم‌اندازی گسترده از بحث، روابط میان قسمت‌های مختلف آن را پیش چشم آورده، حرکت از یک بحث به بحث دیگر را توجیه و تسهیل نماید و درضمن، ضعف‌ها و قوت‌ها را برجسته سازد (دوران، ۱۳۸۱: ۱۱). بنابراین، از آنجاکه موضوع هر تحقیق می‌تواند مربوط به یک یا چند حوزه نظری باشد، شایسته است ابتدا به تعیین دقیق حوزه نظری تحقیق پرداخته شود. انتخاب حوزه تحقیق به محقق در تدوین ادبیات نظری و تجربی و انتخاب چهارچوب نظری تحقیق و در مجموع، فضایی که در آن موضوع تحقیق، مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد، کمک شایانی می‌نماید. از این‌رو، موضوع تحقیق حاضر را از جهت حوزه نظری مورد مطالعه‌اش، می‌توان در دو حوزه قرار داد: اولین حوزه نظری تحقیق، حوزه ارتباطات است. و از آنجا که حوزه ارتباطات نیز به اجزاء ریزتری از هم تفکیک می‌یابند، برطبق مدل لاسول^۱ که در پنج عبارت کوتاه خلاصه شده است: چه کسی؟ (فرستنده)؛ چه می‌گوید؟ (پیام)؛ در چه کانالی؟ (کانال)؛ به چه کسی؟ (گیرنده)؛ و با چه تأثیری؟ (تأثیر) (محسنیان‌راد، ۱۳۶۹: ۳۷۶)، می‌توان موضوع تحقیق حاضر را به طور دقیق در حوزه مخاطب^۲ و به عبارت بهتر، در حوزه مخاطب‌شناسی قرار داد.

دومین حوزه نظری مطالعه حاضر، حوزه رسانه است. همان‌طور که می‌دانیم دامنه رسانه از وسعت زیادی برخوردار است و برطبق معیارهای مختلف نیز از هم تفکیک می‌یابند که اگر قرار باشد حوزه نظری موضوع را به طور دقیق در این حوزه مشخص سازیم می‌توان حوزه نظری موضوع تحقیق - یعنی اینترنت - را جزو تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی قلمداد نمود.

بنابراین، حوزه نظری این تحقیق، به طور دقیق عبارتست از «مخاطب‌شناسی (کاربرشناسی) اینترنت».

^۱ . Harold Dwight Lasswell (1902-78)

^۲ . audience

۲-۲-۲- مباحث نظری و پیشینه تحقیق

تحقیق حاضر، تحقیقی توصیفی است و بنابراین، از چهارچوب نظری تبیینی بی‌نیاز. با وجود این، طرح مباحث نظری را ضروری دیدیم از این حیث که نشان دهیم پرسش‌های این تحقیق به خودی خود از مشروعیت نظری و اهمیت تجربی برخوردار بوده و در ادبیات تحقیق، کمابیش، دارای پیشینه و سابقه تحقیقات نظری و تجربی است. بدین ترتیب، در اینجا، به صرف ارجاع به منابع مربوط بسنده کرده، بحث بیشتر و مبسوط را حسب مورد به بخش‌های مربوط «روش تحقیق» و «بحث در یافته‌های تحقیق» واگذار می‌کنیم.

همانطور که قبلاً نیز اشاره شد سؤالات تحقیق در دو دسته کلی قرار می‌گیرد:

الف) شکل استفاده از اینترنت چگونه است؟

ب) روند تحول استفاده از اینترنت به چه صورت است؟

که در درون هر کدام از این دسته‌ها، سؤالات جزئی‌تری (۸ سؤال) گنجانده شده است. در ادامه، به طرح این سؤالات و ذکر نظریه‌پردازان و محققان (داخلی و خارجی) که سؤالات تحقیق حاضر را در پژوهش‌های نظری و تجربی خود مطرح نموده و بدان پاسخ داده‌اند، اشاره می‌گردد:

۲-۲-۱- شکل استفاده از اینترنت چگونه است؟

در سطور پیشین آورده شد منظور از شکل استفاده از اینترنت در این تحقیق تنها صرف نوع استفاده از اینترنت نیست، بلکه هدف، شناسایی الگویی است که ۸ ویژگی کاربری اینترنت را مورد بررسی قرار دهد و شامل نوع، اولویت، مکان، زمان، میزان، هزینه استفاده، استفاده انفرادی و یا دسته جمعی و استفاده انحصاری اینترنت در یک زمان و یا اشتغال به کار(های) دیگر هم‌زمان با کاربری اینترنت است.

۲-۱-۱-۲- چه نوع استفاده‌ای از اینترنت به عمل می‌آورد؟

همانگونه که می‌دانیم دایره امکانات اینترنت وسیع است و هرکس به فراخور خود از اینترنت استفاده می‌نماید. به عنوان مثال، افراد ممکن است بیشتر از پست الکترونیک^۱، یا گپ‌زنی^۲، و یا بلاگ‌کردن^۳ (اعم از خواندن، یادداشت گذاشتن و یا نوشتن وبلاگ^۴) استفاده کنند، و یا اینکه از همه اینها بطور یکسان و به یک اندازه استفاده کنند. این سؤال، مورد کنجکاوی محققان دیگری نیز بوده است که از محققان خارجی عبارتند از نای و لوتز^۵ (۲۰۰۲)، نای و هیلینگوس^۶ (۲۰۰۲)، هوریگان و راینی^۷ (۲۰۰۲)، کاتز و رایس^۸ (۲۰۰۲)، ماندلی^۹ (۲۰۰۲)، کویت و همکاران^{۱۰} (۲۰۰۲)، کیسلر و همکاران^{۱۱} (۲۰۰۲)، یونگ^{۱۲} (لیم، ۲۰۰۴)، اندرسون^{۱۳} (لیم، ۲۰۰۴)، گرینفلد^{۱۴} (۱۹۹۸)، کوپر^{۱۵} (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۳۳)، برسون و همکاران^{۱۶} (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۹)، بولن و هری^{۱۷} (۲۰۰۰)، گالوپ^{۱۸} (بیگس، ۲۰۰۰: ۲۸)، و پرونوست^{۱۹} (۲۰۰۲)، و از همکاران داخلی عبارتند از جوادی (۱۳۸۳)، زکریائی (۱۳۸۱)، معیدفر (۱۳۸۴)، گنجی (۱۳۸۵)، بابارضایی‌کاشانی (۱۳۷۹)، فخرایی و همکاران (۱۳۸۲)، حیاتی (۱۳۸۲)، اخوتی (۱۳۷۷)، دوران (۱۳۸۱)، زکی (۱۳۸۴)، و موحدحمیدی (۱۳۸۱).

¹ . e-mail

² . chat

³ . blogging

⁴ . weblog or blog

⁵ . Nie and Lutz

⁶ . Nie and Hillygus

⁷ . Horrigan and Rainie

⁸ . Katz and Rice

⁹ . Mandelli

¹⁰ . Coget and el

¹¹ . Kiesler and el

¹² . Young

¹³ . Anderson

¹⁴ . Greenfield

¹⁵ . Coper

¹⁶ . Berson and el

¹⁷ . Bullen and Harre

¹⁸ . Gullop

¹⁹ . Pronovost

۲-۱-۲-۲- اولویت‌های شما برای استفاده از اینترنت کدامند؟

پس از نوع استفاده افراد از اینترنت، این سؤال مطرح می‌شود که ترتیب اولویت هر یک از این امکانات در استفاده افراد از اینترنت چگونه است؟ به عنوان مثال، آیا افراد پیش از هر چیز به دنبال سایت‌های خبری‌اند و در نتیجه در پی استفاده از مرورگرهای وب^۱؟ یا اینکه به محض اتصال (به اینترنت)، صندوق پستی و نامه‌های الکترونیکی خود را چک می‌کنند؟ اولویت استفاده همچون نوع استفاده، برای بسیاری از اندیشمندان و پژوهشگران حوزه رسانه‌ها و به ویژه علاقمندان به مطالعه رفتار مخاطب یا بطور کلی مخاطب‌شناسی، کنجکاوی‌برانگیز بوده است. از مهمترین پژوهشگران خارجی این حوزه می‌توان به مک-کوایل^۲ (۱۳۸۰)، اینگلهارت^۳ (۱۳۷۸)، هابرماس^۴ (آزادارمکی و امامی، ۱۳۸۰: ۶۵)، داویدسن^۵ (کازنو، ۱۳۷۰: ۵۲)، بلامز و کاتز^۶ (اولسون و همکاران، ۱۳۷۶: ۲۷۴)، ویندال^۷ (محسنیان‌راد، ۱۳۶۹: ۴۷۰)، هومنز^۸ (ریتزر، ۱۳۷۸: ۴۲۹)، کارنیاوان و زافیریز^۹ (۲۰۰۳)، آلن و رابینسون^{۱۰} (۲۰۰۲)، ولمن و همکاران^{۱۱} (۲۰۰۲)، رابینسون و شانکس^{۱۲} (۲۰۰۲)، کیسلر و همکاران^{۱۳} (۲۰۰۲)، یونگ (۱۹۹۸)، اندرسون (لیم، ۲۰۰۴: ۲۹)، گرینفلد (۱۹۹۸)، کوپر (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۳۳)، برسون و همکاران (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۹)، بولن و هری (۲۰۰۰)، گالوپ (بیگس، ۲۰۰۰: ۲۸)، و پرونوست (۲۰۰۲)، و در میان همکاران داخلی به زکریائی (۱۳۸۱)، معیدفر (۱۳۸۴)، گنجی (۱۳۸۵)، بابارضایی‌کاشانی (۱۳۷۹)، دوران (۱۳۸۱) و کوثری (۱۳۸۴) اشاره داشت.

^۱ . web browser

^۲ . Mcquail

^۳ . Ingelhart

^۴ . Habermas

^۵ . Davidsen

^۶ . Belames and Katez

^۷ . Windahl

^۸ . Homans

^۹ . Kurniawan and Zaphiris

^{۱۰} . Alan and Robinson

^{۱۱} . Wellman and el

^{۱۲} . Robinson and Shanks

^{۱۳} . Kiesler and el

۲-۱-۳- بیشتر در چه مکان‌هایی از اینترنت استفاده می‌کنید؟

مکان استفاده به عنوان سؤال بعدی مطرح شده، به این مهم می‌پردازد که برای مثال افراد بیشتر از کجا (خانه، محل تحصیل، محل کار، و یا کافی‌نت^۱) برای استفاده از اینترنت استفاده می‌کنند؟ به نسبت دو پرسش قبل، این پرسش گویا کمتر ذهن محققان را قلقلک داده است. با این حال، مهمترین منابع در این حوزه عبارتند از ولمن و همکاران (۲۰۰۲)، نای و لوتز (۲۰۰۲)، نای و هیلینگوس (۲۰۰۲)، کستن‌بام و همکاران^۲ (۲۰۰۲)، بولن و هری (۲۰۰۰)، معیدفر (۱۳۸۴)، گنجی (۱۳۸۵)، بابارضایی‌کاشانی (۱۳۷۹)، دوران (۱۳۸۱) و جوادی (۱۳۸۳).

۲-۱-۴- بیشتر در چه زمان‌هایی از اینترنت استفاده می‌نمایید؟

زمان استفاده، همانند مکان استفاده، عامل مهمی در شناسایی الگو(ها)ی کاربری اینترنت محسوب می‌شود. بنابراین، در این سؤال می‌خواهیم دریابیم افراد بیشتر چه زمان‌هایی از شبانه‌روز را برای استفاده از اینترنت ترجیح می‌دهند؟ شب‌ها؟ یا روزها؟ و چه ساعاتی از شبانه‌روز؟ اگر شب‌ها، بیشتر آخرشب یا اول‌شب؟ و اگر روزها، بیشتر صبح اول وقت یا سرظهر و یا دم‌غروب؟ جالب اینکه این پرسش، از پرسش قبلی هم در میان محققان کم‌اقبال‌تر است. مهمترین محققین در این زمینه عبارتند از نای و هیلینگوس (۲۰۰۲)، معیدفر (۱۳۸۴) و گنجی (۱۳۸۵).

۲-۱-۵- به چه میزان از اینترنت استفاده می‌کنید؟

میزان استفاده یا به عبارت دیگر، اینکه افراد در روز (و یا در هفته)، بطور متوسط چند ساعت (یا چند دقیقه) از وقت خود را به استفاده از اینترنت اختصاص می‌دهند، سوال بعدی در این زمینه است. مهمترین منابع یافت‌شده در این خصوص عبارتند از میکامی (۲۰۰۲)، گرشونی^۳ (۲۰۰۲)، آلن و رابینسون (۲۰۰۲)،

^۱ . Café net

^۲ . Kestnbaum and el

^۳ . Gershuny

ولمن و همکاران (۲۰۰۲)، نای و لوتز (۲۰۰۲)، ماندلی (۲۰۰۲)، کوجت و همکاران (۲۰۰۲)، اشتاینر (کازنو، ۱۳۷۰: ۸۹)، برنر (کینگ، ۱۹۹۶: ۶)، تامپسون (۱۳۷۹)، یونگ (لیم، ۲۰۰۴: ۲)، اندرسون (لیم، ۲۰۰۴: ۲۹)، کوپر (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۳۳)، بولتن و هری (۲۰۰۰)، نی و اربینگ (۲۰۰۰)، لی و زو^۱ (۲۰۰۲)، کولی و رایبسون^۲ (۲۰۰۲)، جوادی (۱۳۸۳)، معیدفر (۱۳۸۴)، گنجی (۱۳۸۵)، دوران (۱۳۸۱) و بابارضایی کاشانی (۱۳۷۹).

۲-۲-۱-۶- بیشتر به صورت انفرادی از اینترنت استفاده می کنید یا بطور دسته جمعی؟

غالباً پاسخ این پرسش بدیهی پنداشته می شود، که فردی یا انفرادی؛ چرا که کامپیوتر با یک «صفحه کلید»^۳ و یک «موش واره»^۴، ابزاری است که گویا برای کاربری انفرادی طراحی و ساخته شده. اما در واقع، پاسخ به این سادگی هم نیست. نگارندگان به کرات با افرادی مواجه شده اند که از این ویژگی طراحی کامپیوتر خود به شدت احساس کلافگی می کردند و با استیصال می پرسیدند که «کامپیوتری وجود ندارد که دارای چند صفحه کلید و موش واره، و صفحه نمایش هایی قابل تماشا از هر سو باشد؟» به عبارت دیگر، افراد در استفاده از اینترنت، بیشتر (و یا حتی گه گاهی) تمایل داشتند که در حضور و در کنار دیگران از اینترنت استفاده نمایند، و در انجام این مهم دچار مشکل شده بودند. البته به نظر می رسد نوع استفاده از اینترنت در اینجا نقش به سزایی داشته باشد. کما اینکه نگارندگان به تجربه دریافته اند هنگام گپ زنی، بیشتر دوست دارند تنها باشند، و در هنگام برخورد با متن جالبی در یک وب سایت یا وبلاگ، حضور دیگری می تواند لذت مطلب را مضاعف سازد. به هر حال، دو منبع بیشتر در این حوزه یافت نشد: کستن بام و همکاران (۲۰۰۲)، دوران (۱۳۸۱) و گنجی (۱۳۸۵).

^۱ . Lee and Zhu

^۲ . Cole and Robinson

^۳ . key board

^۴ . mouse

۲-۱-۲-۲- آیا در کنار و هم‌زمان با استفاده از اینترنت، کار(های) دیگری هم انجام می‌دهید؟

اشتغال به کار(هایی) دیگر در هنگام کاربری اینترنت با توجه به سرعت معمولاً بسیار پایین اینترنت در ایران، نه تنها امری‌شدنی بلکه امری معمول و متداول و به تجربه نگارندگان لازم و ضروری برای تحمل‌پذیرتر کردن رنج و سختی صبوری برای لودشدن صفحات است. بطوریکه برخی هنگام گشت و گذار در اینترنت، موسیقی گوش می‌کنند، و یا برخی به تایپ مطالب خود مشغول می‌شوند، و یا اینکه به خوردن و به ویژه نوشیدن می‌پردازند. با این همه تنها یک محقق در این زمینه به تحقیق پرداخته است: کستن‌بام و همکاران (۲۰۰۲).

۲-۱-۲-۲- برای استفاده از اینترنت به صورت ماهانه به چه میزان هزینه می‌پردازید؟

سؤال پایانی در بعد «شکل استفاده از اینترنت» متوسط هزینه ماهانه‌ای است که کاربران برای استفاده از اینترنت تقبل می‌کنند که ممکن است به صورت‌های مختلف پرداخت شود: قبض تلفن، اشتراک سالیانه، خرید کارت اینترنت، و یا وجه نقد در کافی‌نت. جستجوها در این مورد به دو منبع داخلی ختم شد: معیدفر (۱۳۸۴) و گنجی (۱۳۸۵).

۲-۲-۲- روند تحول استفاده از اینترنت (در طول استفاده از اینترنت) چگونه است؟

پس از طرح سئوالات ۸ گانه بُعد شکل استفاده از اینترنت، با هدف دست‌یافتن به روند تحول استفاده از اینترنت، دوباره همین سئوالات، منتها با این تفاوت که در طول سالیان استفاده از اینترنت (در حالت ایده‌آل ۱۰ سال کاربری) مورد بررسی قرار گرفت و از افراد نمونه پرسیده شد.

۲-۲-۲-۱- نوع استفاده شما از اینترنت، از ابتدا تاکنون، چه تحولاتی را پشت سر گذارده است؟

اولین سؤال مرتبط با روند تحول شکل استفاده از اینترنت این بود که «نوع استفاده» افراد از اینترنت در طول استفاده (از ابتدای آشنایی با اینترنت و البته کاربری آن، تاکنون) چه تغییراتی صورت گرفته است؟ به

عنوان مثال افراد اوایل چه استفاده(هایی) از اینترنت می‌کردند، و به مرور زمان تا به امروز، این نوع استفاده، چه تغییراتی پیدا کرده است؟ مثلاً یک فرد ممکن است اوایل بیشتر وقت خود را صرف گپ‌زنی می‌کرده است، اما به تدریج و در طول زمان، بیشتر وقت خود را صرف مرور سایت‌های علمی و یا خبری می‌کند. این موضوع در نظریه‌ها و تحقیقات زیر نیز مورد مطالعه قرار گرفته است: هومنز (ریتزر، ۱۳۷۸: ۴۲۹)، هوریگان و راینی (۲۰۰۲)، رابینسون و شانکس (۲۰۰۲)، و کستن‌بام و همکاران (۲۰۰۲).

۲-۲-۲-۲- میزان استفاده شما از اینترنت در طول زمان دچار چه تغییراتی شده است؟

سؤال بعدی در این تحقیق عبارت است از اینکه آیا افراد در طول کاربری اینترنت، از ابتدای آشنایی با آن تا به امروز، متوسط میزان استفاده‌شان از اینترنت در شبانه‌روز (و یا در هفته) چه تغییری کرده است؟ به عنوان مثال افراد ممکن است در بدو آشنایی با اینترنت و آغاز کاربری آن، مدت زمان زیادی صرف می‌کرده‌اند، اما به تدریج میزان استفاده‌شان کمتر شده است و بالعکس. پیرامون این سؤال، تنها یک پژوهشگر خارجی با نام گلیک و لوی (کازنو، ۱۳۷۰: ۸۷)، که به مطالعه میزان استفاده مصاحبه‌شوندگان از تلویزیون در طول زمان پرداخته، اشاره کرد.

۲-۲-۲-۳- اولویت‌های شما برای استفاده از اینترنت در طول زمان چه تغییراتی کرده است^۱؟

پرسش بعدی در این تحقیق برای سنجش الگوی کاربری اینترنت در طول زمان این بود که سلاقی کاربری افراد از زمان آشنایی و آغاز کاربری اینترنت تا به امروز چه تغییراتی از جهت اولویت استفاده آنها از اینترنت کرده است؟ به عنوان مثال، فردی ممکن است در بدو شروع کاربری اینترنت، اولویت استفاده‌شان از اینترنت چنین باشد که عمدتاً به چت‌روم‌ها رفته و چت می‌کرده، و در مرتبه بعد، به سایت‌های حاوی مطالب سرگرم‌کننده رفته و در نهایت، به استفاده از موتورهای جستجو^۲ می‌پرداخته‌است. اما به تدریج (در

^۱. از این پرسش به بعد، علیرغم جستجو در منابع داخلی و خارجی، پیشینه نظری یا تجربی مربوط و مرتبطی یافت نشد.

^۲. search engine

طول زمان) جنبه‌های دیگر اینترنت برایش جذابیت یافته و بنابراین، اولویت‌های وی تغییر کرده است. به قسمی که برای مثال، هم‌اکنون اولویت فرد مذکور در استفاده از اینترنت چنین شده است: ابتدا چک کردن ای‌میل، سپس سر زدن به سایت‌های خبری و در نهایت مراجعه به سایت‌های تخصصی.

۲-۲-۴- روند تغییرات مکان(های) استفاده شما از اینترنت در طول زمان چگونه بوده است؟

سؤال دیگر این است که افراد از زمان آشنایی و آغاز کاربری اینترنت تا به امروز تمایلشان نسبت به مکان‌های استفاده از اینترنت چگونه تغییر یافته است؟ به عنوان مثال فردی ممکن است در بدو شروع از اینترنت به کافی‌نت‌ها می‌رفته‌است اما بعدها به خرید کارت اینترنت و استفاده از اینترنت در منزل گرایش بیشتری پیدا کرده باشد.

۲-۲-۵- تغییر الگوی زمانی استفاده شما از اینترنت در طول زمان چگونه بوده است؟

سؤال دیگر این است که زمان کاربری افراد از زمان آشنایی و آغاز به کار با اینترنت تا به امروز چه تغییراتی پیدا کرده است؟ به عنوان مثال فردی ممکن است در بدو شروع استفاده از اینترنت بیشتر شب-هنگام به سراغ اینترنت می‌رفته اما بعدها زمان استفاده‌اش به صبح زود تغییر پیدا کرده است.

۲-۲-۶- تغییر الگوی انفرادی یا دسته جمعی کاربری اینترنت در طول زمان چگونه بوده است؟

سؤال دیگر این است که افراد از زمان آشنایی و آغاز به کار اینترنت تا به امروز الگوی انفرادی - دسته جمعی استفاده‌شان از اینترنت چه تغییراتی کرده است؟ به عنوان مثال فردی ممکن است در بدو شروع استفاده از اینترنت بیشتر به صورت دسته‌جمعی (مثلاً در کنار عضو یا اعضای از خانواده، فردی یا افرادی از گروه دوستان، و یا همکاران) از اینترنت استفاده می‌کرده اما به مرور تا امروز بیشتر به تنهایی و بدون حضور کسی دیگر از اینترنت استفاده می‌کند.

۲-۲-۷- تغییر الگوی استفاده انحصاری کاربری اینترنت یا اشتغال به کار(های) دیگر، هم‌زمان با استفاده از

اینترنت در طول زمان چگونه است؟

منظور این است که افراد در استفاده از اینترنت در طول کاربری اینترنت (از زمان آشنایی و آغاز کاربری اینترنت تا به امروز) تمایلشان نسبت به استفاده هم‌زمان یا انحصاری از اینترنت چگونه بوده است؟ به عنوان مثال فردی ممکن است در بدو شروع استفاده از اینترنت بیشتر تمرکزشان روی استفاده از اینترنت و نوع کاری که می‌کرده بوده (مثلاً چت کردن) اما بعدها استفاده از اینترنت را با کارهای دیگر همراه کرده است (مثلاً تایپ کردن در کنار چت کردن در اینترنت).

۲-۲-۸- تغییر متوسط میزان هزینه‌کرد ماهیانه شما برای استفاده از اینترنت در طول زمان چقدر بوده است؟

آخرین پرسش در این بعد از سیر تحول تاریخی الگوی کاربری اینترنت، چنین صورت‌بندی شد: آیا متوسط هزینه پرداختی ماهانه شما برای استفاده از اینترنت در طول استفاده (از زمان آغاز کاربری اینترنت تا به امروز) تغییر کرده است یا نه؟ به عنوان مثال، فردی ممکن است در بدو شروع کاربری اینترنت به دلایلی هزینه پرداختی برای استفاده از اینترنت او بیشتر باشد اما به تدریج هزینه‌اش کاهش یافته است. یا ممکن است اوایل استفاده‌اش از اینترنت، هزینه‌اش کم بوده است اما به تدریج با شناخت امکانات متنوع اینترنت، استفاده‌اش از اینترنت بیشتر و در نتیجه هزینه‌اش به مراتب بالاتر شده است.

۲-۳- مدل توصیفی تحقیق

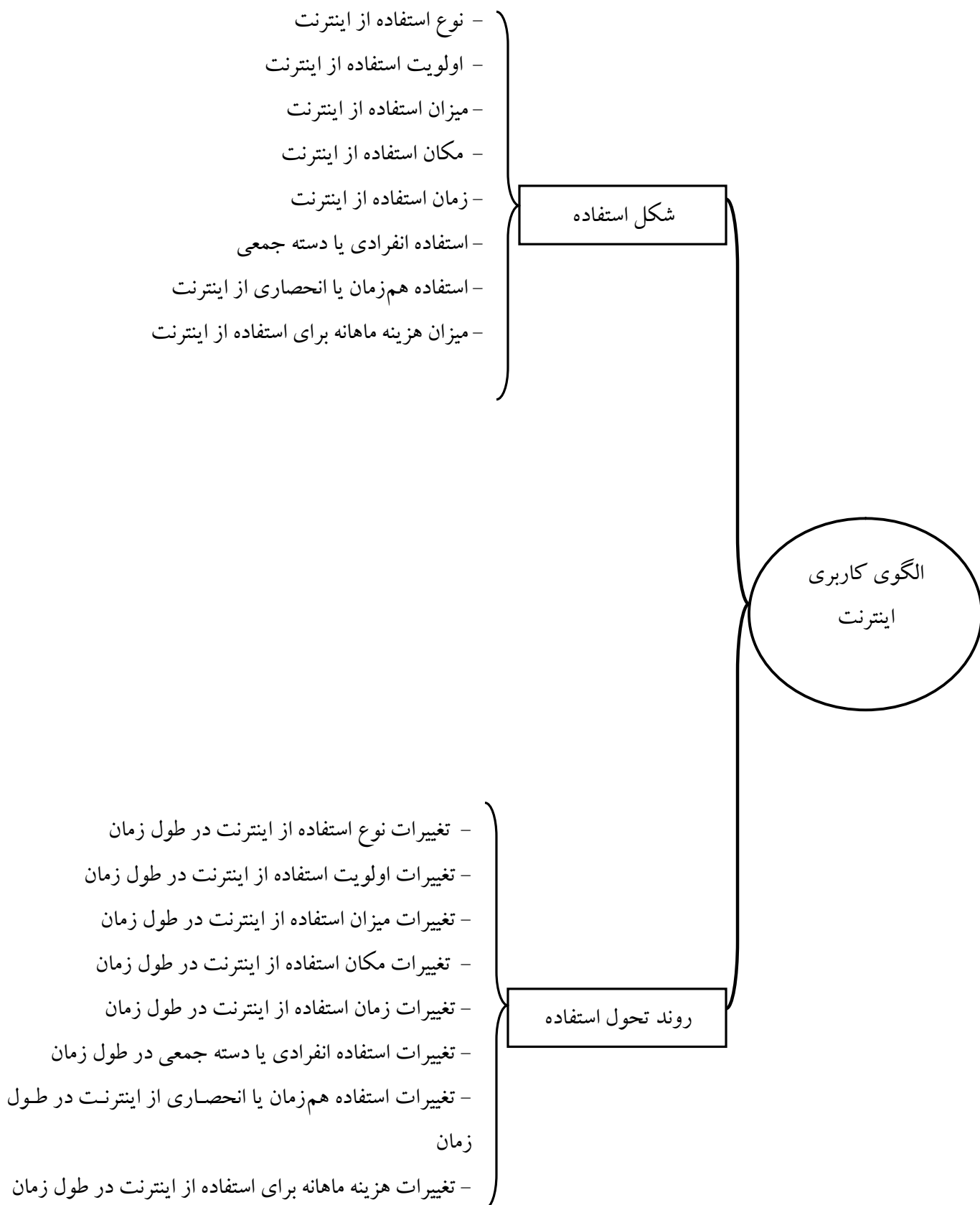
مدل، نمایشی است از یک شی، سیستم و یا ایده به شکلی غیر از آنچه که خود پدیده دارد. استفاده از مدل‌ها چندان تازگی ندارد. در واقع مدل‌سازی را باید از ویژگی‌های وجود انسان (یعنی نمادسازی) دانست. اما آنچه که در اینجا از مدل‌سازی به عنوان یکی از عوامل مهم و ضروری برای حل مسئله مورد نظرست، نه تا آن حد کلی، بلکه محدودتر و به منظور استفاده از فواید آن برای وضوح در تفکر و برقراری ارتباط میان مفاهیم است (دوران، ۱۳۸۱: ۱۱۷). مدل مورد استفاده در این تحقیق از نوع مدل‌های قیاسی (در دسته‌بندی

رو^۱) است. مدل‌های قیاسی، مدل‌هایی‌اند که در آنها ویژگی موضوع واقعی با یک ویژگی جانشین که اغلب به همان سبک رفتار می‌کند، نمایش داده می‌شود (دوران، ۱۳۸۱: ۱۱۷).

بهرحال، اینک پس از بررسی پیشینه نظری و تجربی تحقیق، می‌توان مدل توصیفی تحقیق را به شکل زیر به نمایش گذاشت (نمودار ۱). در واقع، از آنجا که تحقیق حاضر توصیفی است، منظور از مدل تحقیق، دسته‌بندی مفهوم کلی الگوی کاربری اینترنت و ابعاد آن است. همانطور که در نمودار ۱ مشاهده می‌شود، الگوی کاربری اینترنت به عنوان یک سازه نظری، در ۲ بعد کلی شامل شکل استفاده و روند تحول استفاده از اینترنت از هم تفکیک یافته‌اند که هر یک از این ابعاد به متغیرهای ۸ گانه ریز شده‌اند.

در بعد شکل استفاده از اینترنت، هدف سنجش الگوی کاربری اینترنت در زمان حال نسل اول کاربران اینترنت در ایران (تهران) است که شامل متغیرهایی چون نوع، اولویت، مکان، زمان، میزان استفاده، استفاده انفرادی یا دسته جمعی، استفاده هم‌زمان یا انحصاری، و میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت است. و در بعد روند تحول استفاده از اینترنت، هدف سنجش الگوی کاربری اینترنت در زمان گذشته و در طول زمان نسل اول کاربران اینترنت در ایران (تهران) است. روند تغییرات الگوی کاربری اینترنت نیز برحسب متغیرهایی چون نوع، اولویت، مکان، زمان، میزان استفاده، استفاده انفرادی یا دسته جمعی، استفاده هم‌زمان یا انحصاری، و میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت در طول زمان (از آغاز کاربری تاکنون) مورد بررسی قرار می‌گیرد.

¹ . A.J.Rowe



شکل شماره ۱: مدل توصیفی بررسی «الگوی کاربری اینترنت»

فصل سوم
روش شناسی

مقدمه

فصل روش‌شناسی تحقیق، به نحوه حرکت از مجهولات به معلومات اشاره دارد. حرکتی که مستلزم کاربست روش‌هایی است که انجام درست و علمی تحقیق را میسر می‌گردانند. در این فصل به مباحثی همچون نوع تحقیق، طرح تحقیق، تکنیک‌های جمع‌آوری اطلاعات، اعتبار و پایایی تحقیق، جامعه‌آماری، نمونه انتخابی، روش تحلیل اطلاعات و عملیاتی‌سازی و شیوه اندازه‌گیری پرداخته خواهد شد.

۳-۱- نوع تحقیق

پس از انتخاب موضوع تحقیق، باید از خود پرسیم «در پی شناخت چه چیزی درباره این موضوع هستیم؟» به طور کلی، ما معمولاً یا به دنبال توصیف هستیم یا به دنبال تبیین یا هر دو (دواس، ۱۳۸۱: ۳۷). بنابراین، پاسخ این سؤال نوع تحقیق ما را روشن می‌سازد: تحقیق توصیفی^۱، تبیینی^۲ یا ترکیبی از هر دو. که با این تفاسیر، این تحقیق از نوع توصیفی است. بطوریکه، تنها به توصیف «الگوی کاربری اینترنت در افراد ۲۵ تا ۴۰ سال شهر تهران» می‌پردازد.

پس از مطالعه ادبیات تحقیق، می‌توان گفت کمتر مطالعه جدی قابل توجهی که درصدد شناخت الگوی کاربری اینترنت باشد، به چشم می‌خورد. مطالعات صورت گرفته عمدتاً الگوی کاربری را تنها به نوع استفاده از اینترنت تنزل داده‌اند و درصدد شناخت الگوی جامع‌تر کاربری برنیامده‌اند که این مطالعات نیز از جنبه نوع تحقیق بکار رفته در آنها کمتر از نوع توصیفی بلکه بیشتر از نوع تبیینی و تحلیلی است آن هم تنها با در نظر گرفتن تنها یک یا چند متغیر محدود (از جمله جوادی (۱۳۸۳)، معیدفر (۱۳۸۴)، زکریائی (۱۳۸۱)، و

^۱. descriptive research

^۲. explanatory research

گنجی (۱۳۸۵)^۱. از این رو، با اذعان به فقدان مطالعه جدی در زمینه الگوی کاربری اینترنت، تحقیق حاضر با استفاده از نوع تحقیق توصیفی سعی دارد تا به شناخت جامع و دقیق ابعاد الگوی کاربری اینترنت بپردازد.

۳-۲- طرح تحقیق^۲

طرح تحقیق را به معانی مختلفی به کار برده‌اند. برخی آن را در معنای وسیع شامل تدوین مسئله، عملیاتی‌کردن، نمونه‌گیری و انتخاب تکنیک‌های گردآوری داده‌ها می‌دانند. که در این تحقیق با استناد به تعریف دواس، آن را به معنای بسیار محدود آن به کار برده است. به نظر وی «نکته اصلی طرح تحقیق خوب این است که چارچوب‌های مرجع مناسبی فراهم آورد که زمینه‌ای برای استخراج گزاره‌های نسبتاً غیرمبهم باشد» (دواس، ۱۳۸۱: ۴۳). بنابراین، طرح تحقیق حاضر از نوع «مطالعه مورد یک ضرب»^۳ است. این طرح متضمن گردآوری اطلاعات از یک گروه در یک مقطع زمانی است. این طرح غالباً برای توصیف مناسب است و مستقیماً کاربردی در درک فرایندهای علی ندارد (دواس، ۱۳۸۱: ۵۰).

بررسی ادبیات تحقیق آشکار ساخت، پژوهش‌های انجام گرفته در این زمینه غالباً در قالب چنین طرح تحقیقی و با وفاداری به گردآوری اطلاعات خود در یک گروه و در یک مقطع زمانی انجام پذیرفته است (مثل جوادی (۱۳۸۳)، بابارضایی‌کاشانی (۱۳۷۹)، زکریایی (۱۳۸۱)، گنجی (۱۳۸۵)، معیدفر (۱۳۸۴)، یونگ (۱۹۹۸)، گالوپ (بیگس، ۲۰۰۰: ۲۸)، اندرسون (لیم، ۲۰۰۴: ۲۹)).

۳-۳- تکنیک جمع‌آوری اطلاعات

در تحقیقات علوم اجتماعی، برحسب موضوع تحقیق و روش‌شناسی کمی یا کیفی، تکنیک‌های مختلفی برای جمع‌آوری اطلاعات وجود دارد که هر کدام دارای ضعف‌ها و قوت‌های خاص خود است. مرور ادبیات و پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که محققان از طیف متنوعی از تکنیک‌ها استفاده نموده‌اند که در درجه

^۱. یکی از ایرادهایی که می‌توان به سیستم دانشگاهی ایران وارد ساخت این است که در اغلب رشته‌های علوم اجتماعی، دانشجو را مکلف می‌نمایند پایان‌نامه خود را از نوع تبیینی و بیشتر هم با تکنیک پرسشنامه انتخاب و انجام دهند (حتی در موضوعاتی که کار توصیفی در آن زمینه‌ها نشده است).

^۲. research plan

^۳. one-shot case study

نخست پرسشنامه به عنوان متداول‌ترین تکنیک مورد استفاده قرار گرفته است (مثل معیدفر (۱۳۸۴)، گنجی (۱۳۸۵)، جوادی (۱۳۸۳)، بابارضایی‌کاشانی (۱۳۷۹)، زکریائی (۱۳۸۱)، لی و زو (۲۰۰۲)، فخرایی و همکاران (۱۳۸۲)، حیاتی (۱۳۸۲)، اخوتی (۱۳۷۷)، برنر (۱۹۹۶)، دوران (۱۳۸۱) و تامپسون (۱۳۷۹). در مواردی معدود نیز «مصاحبه عمقی»، تکنیک جمع‌آوری اطلاعات بوده است مثل پرونوست (۲۰۰۲)، لی و زو (۲۰۰۲). این امر گویای اقبال کمتر محققان به تکنیک‌های معمول در روش کیفی (نسبت به تکنیک‌های متداول در روش کمی) است. بنابراین، از نکات قوت این تحقیق استفاده از تکنیک مصاحبه عمقی است.

مصاحبه عمقی، یکی از مهمترین و معمول‌ترین تکنیک‌ها در علوم اجتماعی است. مصاحبه عمقی در مقابل تکنیک‌های دیگر این حسن را دارد که معمولاً از یک طرف میزان اعتبار و روائی بیشتر و از طرف دیگر امکان محاسبات پیچیده آماری را فراهم می‌آورد. لذا مصاحبه عمقی - در صورتیکه شرایط لازم مهیا باشد و محدودیت‌ها و نواقص آن برطرف گردد - بدون شک با وصف هزینه زیاد مادی و زمانی، معتبرترین و مفیدترین تکنیک تحقیق در علوم اجتماعی است. در صورتیکه محقق تمام مراحل مقدماتی لازم (انتخاب تئوری‌ها، متغیرها و معرف‌های مناسب) را درست انجام داده باشد، در آن صورت به ترتیب مراحل تحقیق، مهمترین محدودیت کاربرد تکنیک مصاحبه عمقی در مرحله اول همکاری مصاحبه‌شوندگان و در مرحله دوم مشارکت و رفتار پرسشگران می‌باشد (رفیع‌پور، ۱۳۸۲: ۴۷-۴۰).

۳-۴- اعتبار و پایایی تحقیق

یکی از مباحثی که همواره در تحقیقات مطرح می‌گردد اعتبار و پایایی ابزار اندازه‌گیری تحقیق است. این امر از آنجا نشأت می‌گیرد که اعتبار و پایایی از ویژگیهای یک تحقیق علمی محسوب می‌گردد و بدین وسیله می‌توان به میزان دقت، درستی و قدرت اندازه‌گیری تحقیق پی برد. درخصوص اعتبار^۱ و پایایی^۲ روش‌های کیفی با استفاده از تکنیک مصاحبه عمقی باید اذعان داشت: در کاربرد متعارف، واژه اعتبار اشاره به این نکته دارد که یک سنجه تجربی تا چه حد معنای واقعی مفهوم مورد بررسی را به قدر کافی منعکس

1. validity

2. reliability

می‌کند (ببی، ۱۳۸۱: ۲۸۲ ج ۱). به اعتراف ببی (۱۳۸۱) اعتبار روش مصاحبه عمقی از مقیاس معتبری برخوردار است. وی «حضور داشتن» محقق برای دستیابی به شناخت عمیق درباره ماهیت امور انسانی را فن مؤثری قلمداد می‌نماید (ببی، ۱۳۸۱: ۶۳۴ ج ۲).

در کتاب «روش تحقیق کیفی» از مارشال و راس من (۱۳۷۷) از قول «لینکلن و گوبا» آمده است که قابل اعتبار بودن نخستین ویژگی مفروضات تحقیق کیفی است. بر اساس این ویژگی، پژوهشگر می‌تواند اثبات کند که تحقیق به صورت دقیق مشخص است و می‌توان آن را شرح داد یا وصف کرد. سپس تحقیق مزبور باید از نظر کسانی که واقعیت‌های اصولی را شناسایی می‌کنند، قابل اعتبار باشد.

نقطه قوت تحقیق کیفی این است که در این تحقیق، هدف اصلی کشف یا شرح یک مکان، یک فرایند، یک گروه اجتماعی یا ارائه الگویی از روابط متقابل بین افراد است. پیچیدگیهای متغیرها و روابط متقابل به صورت کامل تشریح می‌شود و این خود بخشی از داده‌هایی است که از مکان یا میدان تحقیق بدست می‌آید و نمی‌تواند روا نباشد. بنابراین، پژوهشگری که تحقیق کیفی انجام می‌دهد باید بتواند به صورتی معقول و مناسب این پارامترها را مشخص و بیان نماید و بدین وسیله مرزها و محدوده‌های تحقیق را مشخص کند (مارشال و راس من، ۱۳۷۷: ۱۹۶-۱۹۷).

پایایی یا قابلیت اعتماد نیز به طور خلاصه، عبارت است از اینکه آیا هر روش خاصی، هرگاه چندین بار در مورد موضوع واحدی به کار برده شود، هر بار نتیجه یکسانی بدست می‌دهد (ببی، ۱۳۸۱: ۲۷۴ ج ۱). همانطور که ببی (۱۳۸۱) در کتابش «روشهای تحقیق در علوم اجتماعی» اذعان می‌دارد روش‌های کیفی در قابلیت اعتماد دچار مشکل جدی هستند. بطوریکه محقق را دچار احتیاط می‌نماید (ببی، ۱۳۸۱: ۶۳۴ ج ۲).
بهرحال، در این مطالعه جهت قابلیت اعتماد تحقیق، از روش‌هایی که ببی در کتابش بدانها اشاره می‌نماید، مدد گرفته شد:

- وجود دو مصاحبه‌گر: هرگاه فقط یک مشاهده‌گر منبع اطلاعات باشد، باید در مورد قابلیت اعتماد مشاهده شک کرد، زیرا در برابر تأثیری که ذهنیت آن مشاهده‌گر در مشاهداتش می‌گذارد، عامل محافظی نداریم. با اطمینان نمی‌توانیم بگوییم که چه مقدار از آنچه گزارش شده از موقعیت مورد مشاهده و چه مقدار

از خود مشاهده‌کننده سرچشمه گرفته است (ببی، ۱۳۸۱: ۲۷۸ ج ۱). بنابراین، در این مطالعه سعی شد در مصاحبه‌ها از دو مصاحبه‌گر استفاده شود.

- نوع پرسش: ببی (۱۳۸۱) در کتابش اظهار می‌دارد که یکی از روش‌های که برای قابلیت اعتماد می‌توان استفاده نمود این است که سنجه‌های قابل اعتمادی برای سنجش ایجاد نماییم. بطوریکه، هنگام درخواست اطلاعات از مردم، دقت کنیم که فقط درباره چیزهایی که پاسخگویان جوابشان را می‌دانند از آنان سؤال کنیم و سؤال روشن و واضح مطرح گردد (ببی، ۱۳۸۱: ۲۷۹ ج ۱). در این مطالعه نهایت اهتمام بر طرح سئوالات مشخص و واضح که پاسخگویان بر آنها مشرفند، شد.

- استفاده از سنجه‌های تثبیت شده: راه دیگر برای قابلیت اعتماد در بدست آوردن اطلاعات از مردم، عبارتست از استفاده از سنجه‌هایی که قابلیت اعتماد آنها در تحقیقات گذشته به اثبات رسیده باشد (ببی، ۱۳۸۱: ۲۸۱ ج ۱). در این مطالعه سعی شد تا با استفاده از مرور تحقیقات صورت گرفته در ایران و جهان، از سئوالات معتبری که در تحقیقات آن قابلیت اعتماد آنها مورد بررسی قرار گرفته، استفاده شود.

۳-۵- جامعه آماری

جامعه آماری در این پژوهش به عنوان گروه هدف شامل افراد ۲۵ تا ۴۰ سال شهر تهران است. انتخاب گروه سنی ۲۵ تا ۴۰ سال چنانکه اشاره شد بدین خاطر است که آنان جزو نسل اول کاربران اینترنتی محسوب می‌گردند و بنابراین، بطور ایده‌آل از حداکثر سابقه (۱۰ سال) کاربری اینترنت برخوردارند. به عبارتی، اگر زمان ورود اینترنت در ایران را حدود سال ۱۳۷۳ و آغاز گسترش عمومی اینترنت در ایران را حدود سال ۱۳۷۵ بدانیم، کم‌سن‌وسال‌ترین کاربران در آن سال‌ها، ۱۵ ساله و پرسن‌وسال‌ترین آنان ۳۰ ساله بودند که امروز حدود سنی این افراد در حدود ۲۵ تا ۴۰ سال می‌باشد.

با بررسی تحقیقات پیشین درخصوص موضوع مشخص شد که این تحقیقات غالباً جامعه آماری خود را در دو گروه زیر قرار داده‌اند: ۱- دانشجویان و محصلین (مثل جوادی (۱۳۸۳)، بابارضایی‌کاشانی (۱۳۷۹)، زکریایی (۱۳۸۱)؛ و ۲- افراد نوجوان و جوان (مثل گنجی (۱۳۸۵)، معیدفر (۱۳۸۴)، یونگ (۱۹۹۸)، گالوپ

(بیگس، ۲۸:۲۰۰۰)، اندرسون (لیم، ۲۹:۲۰۰۴) که این دو گروه، غالباً در گروه نمونه انتخابی این تحقیق قرار می‌گیرند.

۳-۶- نمونه انتخابی

تحقیق حاضر از آنجا که فاقد یک چارچوب (ساختار) نمونه‌گیری^۱ (ساروخانی، ۱۳۷۲: ۱۵۹) است، نمونه‌گیری آن نیز باید از نوع نمونه‌گیری غیراحتمالی هدفمند^۲ (بی، ۱۳۸۱: ۴۰۵) باشد و روش رسیدن به آحاد نمونه انتخابی نیز به اقتضای موضوع تحقیق روش گلوله‌برفی^۳. در این روش، از قدیمی‌ترین و با سابقه‌ترین کاربران ۲۵ تا ۴۰ سال اینترنت - به عنوان نسل اول کاربران اینترنت در ایران - که در دسترس بودند، شروع کرده و در گام بعدی، این افراد، دیگر کاربران نسل اولی اینترنت را معرفی نمودند. این روند تا زمانی که اطلاعات بدست آمده از مصاحبه‌ها به مرز اشباع^۴ رسید و محققان احساس بسندگی نمودند، ادامه یافت. بنابراین، حجم نمونه در این تحقیق، بدین روال تعیین شد که نمونه تحقیق تا آن میزان تعیین می‌گردد که محققان احساس بسندگی نموده و افزایش حجم نمونه را ضروری ندانند که در این تحقیق، حجم نمونه با تعداد ۱۵ کاربر نسل اولی اینترنتی بدست آمد.

۳-۷- روش تحلیل اطلاعات

پس از جمع‌آوری اطلاعات از گروه انتخابی، گام بعد تجزیه و تحلیل این اطلاعات است. در تحقیقات علوم اجتماعی که به صورت پیمایشی و از تکنیک پرسشنامه استفاده شده است معمولاً نرم‌افزارهای آماری خاصی مورد استفاده قرار می‌گیرند. از جمله SPSS و Excel. اما تحلیل اطلاعات در تحقیق حاضر که

^۱. sampling frame

^۲. نمونه‌گیری غیراحتمالی هدفمند یا قضاوتی (non probability purposive sampling) از آن دسته نمونه‌گیری‌هاست که در این شیوه، نمونه براساس قضاوت شخصی یا اهداف تحقیق انتخاب می‌شود (بی، ۱۳۸۵: ۴۰۵).

^۳. نمونه‌گیری گلوله‌برفی (snowball)، یکی از شیوه‌های نمونه‌گیری غیراحتمالی است که برای جمعیت‌های نادر که محل استقرار آنها مشخص نیست مناسب است. عناصری از یک جمعیت، محقق را به عناصر دیگر این جمعیت راهنمایی می‌کنند. مثال افراد بی‌خانمان، مهاجران غیرقانونی (بی، ۱۳۸۵: ۴۰۶).

^۴. saturation

تحقیق کیفی است، با استفاده از توصیف آماری (همانند نما^۱، میانه^۲، میانگین^۳ و انحراف معیار^۴) و ترسیم نمودارهای مناسب (میله‌ای و دایره‌ای) در نرم‌افزار Excel صورت می‌گیرد. بطوریکه داده‌های حاصل از مصاحبه‌های عمقی، دسته‌بندی و تحلیل شده و به سؤالات تحقیق جواب داده خواهد شد. بنابراین، ۳ روش تحلیل اطلاعات در این تحقیق، با هدف گویاتر شدن هرچه بیشتر یافته‌ها، عبارتند از جدول، نمودار و تفسیر داده‌ها.

۳-۸- عملیاتی‌سازی و شیوه اندازه‌گیری

در پژوهش‌های علوم اجتماعی و انسانی، اندازه‌گیری و نحوه عملیاتی‌کردن^۱ از اهمیت فزونی نسبت به تحقیقات علوم غیرانسانی برخوردار است. این اهمیت از این امر نشأت می‌گیرد که در علوم اجتماعی با مفاهیم به لحاظ فیزیکی ناملموس سروکار داریم که اندازه‌گیری و عملیاتی‌سازی آن، به مراتب مشکل است. با توجه به اهمیت اندازه‌گیری، در این تحقیق برای عملیاتی‌سازی مفهوم «الگوی کاربری اینترنت» به شکل زیر عمل گردید.

همانطور که قبلاً نیز گفته شد «الگوی کاربری اینترنت» به عنوان یک سازه نظری از طریق دو بعد مورد اندازه‌گیری قرار خواهد گرفت:

الف) شکل استفاده از اینترنت: که به عبارت دیگر، به سنجش بعد الگوی کاربری اینترنت در زمان حال حاضر می‌پردازد. این بعد از الگوی کاربری اینترنت با استفاده از ۸ متغیر شامل نوع، اولویت، مکان، زمان، میزان و هزینه استفاده، استفاده انفرادی و دسته جمعی و در نهایت، استفاده انحصاری یا هم‌زمان از اینترنت مورد سنجش قرار خواهد گرفت.

^۱. mode
^۲. median
^۳. mean
^۴. average deviation
^۵. chart
^۶. Operationalisation

ب) روند تحول استفاده از اینترنت: به عبارت بهتر، این بعد نیز به سنجش آن بعد از الگوی کاربری اینترنت می‌پردازد که در زمان گذشته صورت پذیرفته است. بطوریکه، متغیرهای ۸ گانه شکل استفاده از اینترنت را در طول استفاده از اینترنت مورد سنجش قرار می‌دهد.

در ادامه، با توجه به مطالب فوق، به طور دقیق، به نحوه اندازه‌گیری متغیرهای ۸ گانه در قالب دو بعد شکل استفاده و روند تحول استفاده از اینترنت پرداخته می‌شود:

۳-۸-۱- شکل استفاده از اینترنت؛ شامل:

۳-۸-۱-۱- نوع استفاده از اینترنت

درخصوص استفاده از اینترنت، طبقه‌بندی‌های مختلف و متنوعی صورت گرفته است. از جمله طبقه‌بندی برحسب محتوای استفاده از اینترنت (مثل علمی، تجاری و...); هدف استفاده (مثل تفننی، سرگرمی و...); نوع استفاده (مثل چت کردن، ای میل و...); استفاده برخط (Online) (مثل چت کردن و...) و یا کنارخط (Offline) (مثل ای میل و...). در تحقیق حاضر، سعی شد با توجه به انواع طبقه‌بندی‌هایی که وجود دارد، انواع استفاده از اینترنت با توجه به خاصیت جامع بودن آورده شود. بطوریکه، جهت اندازه‌گیری این متغیر از ۱۳ گویه زیر استفاده خواهد شد:

- استفاده از رسانه‌های خبری و اطلاع‌رسانی • پست الکترونیک (ای میل) • مطالعه وبلاگ و وبلاگ‌نویسی
- استفاده تجاری و اقتصادی • استفاده از سایت‌های پورنوگرافیک • استفاده علمی، آموزشی و درسی
- سایت‌های دوستیابی • کسب اطلاعات عمومی و بهداشتی • اورکات و gaz zag
- وب‌گردی (بدون هدف پرسه زدن) • دانلود نمودن و گوش دادن موسیقی • جک و لطیفه • چت کردن

۳-۸-۱-۲- اولویت استفاده از اینترنت

پس از طرح پرسش انواع استفاده از اینترنت، از آنجاکه مصاحبه‌شوندگان در جواب به سؤال قبل تنها انواع استفاده خود را از اینترنت بدون اولویت‌گذاری از لحاظ درجه اهمیت بیان می‌نمودند، متغیر اولویت

استفاده از اینترنت بعنوان رفع این خلأ آورده شد. بطوریکه، از مصاحبه‌شوندگان این پرسش به عمل آمد که انواع استفاده‌ای که از اینترنت به عمل می‌آورند، به ترتیب اهمیت کاربری اولویت‌بندی نمایند.

۳-۸-۱-۳- مکان استفاده از اینترنت

مکان استفاده از اینترنت، از متغیرهای دیگری است با استفاده از دو سؤال اصلی مورد بررسی قرار گرفت:

- ۱- بیشتر در کدام یک از مکان‌های زیر از اینترنت استفاده می‌کنید؟
۱- منزل؛ ۲- محل کار؛ ۳- محل تحصیل؛ ۴- کافی‌نت؛ ۵- سایر (لطفاً نام ببرید:)
- ۲- در صورت استفاده از اینترنت در خانه، آیا در اتاق شخصی‌تان از اینترنت استفاده می‌کنید؟
۱- بلی؛ ۲- خیر

۳-۸-۱-۴- زمان استفاده از اینترنت

یکی از پارامترهای دیگری که در این تحقیق به عنوان مؤلفه «الگوی کاربری کنونی کاربران نسل اول اینترنتی» مطرح‌نظر قرار گرفت، زمان استفاده از اینترنت است که جهت اندازه‌گیری این متغیر به سؤال‌های زیر متوسل شدیم:

- ۱- بیشتر در چه زمان‌هایی از اینترنت استفاده می‌کنید؟
۱- صبح‌ها؛ ۲- ظهرها؛ ۳- غروب‌ها؛ ۴- شب‌ها؛ ۵- روزهای تعطیل؛ ۶- آخر هفته (پنج‌شنبه‌ها و جمعه‌ها)؛
۷- فصل تابستان؛ ۸- تعطیلات عید؛ ۹- سایر (لطفاً نام ببرید:)

۳-۸-۱-۵- میزان استفاده از اینترنت

میزان استفاده از اینترنت از آن دسته سؤالاتی است که مورد توجه محققان بسیاری قرار گرفته است. کماینکه میزان آن، نشان‌دهنده میزان وابستگی به اینترنت تلقی می‌گردد. بطوریکه، میزان استفاده بالا از

اینترنت را «اعتیاد اینترنتی»^۱ نام نهاده‌اند. در این تحقیق، جهت سنجش میزان استفاده از اینترنت، از ۳ سؤال باز استفاده می‌شود که عبارتند از:

- ۱- بطور متوسط چند ساعت در روز با اینترنت ارتباط دارید؟ ساعت
- ۲- بطور متوسط چند ساعت در هفته با اینترنت ارتباط دارید؟ ساعت
- ۳- معمولاً در هر بار یا نوبت، بطور متوسط به چه میزان به طور متوالی با اینترنت کار می‌کنید؟....

ساعت

۳-۸-۱-۶- استفاده انفرادی یا دسته جمعی از اینترنت

از سؤالاتی که کمتر در ادبیات تجربی درخصوص الگوی کاربری اینترنت بدان توجه شده است. استفاده انفرادی و یا دسته جمعی از اینترنت است. جهت اندازه‌گیری این متغیر از ۲ سؤال زیر استفاده می‌شود:

- ۱- آیا از اینترنت بیشتر به صورت انفرادی استفاده می‌نمایید یا دسته جمعی؟
- ۲- اگر دسته جمعی، بفرمایید با چه کسی یا کسانی (دوست؛ هم‌کلاس؛ هم‌محل؛ همکار؛ اعضای خانواده) از اینترنت استفاده می‌نمایید؟ و در چه مواقعی؟

۳-۸-۱-۷- استفاده هم‌زمان یا انحصاری از اینترنت

منظور از طرح این متغیر، شناخت این موضوع است که افراد در هنگام استفاده از اینترنت تمایل دارند تمرکزشان روی نوع استفاده‌ای که از اینترنت به عمل می‌آورند باشد یا خیر؟ و در صورت جواب منفی، چه کارهایی در کنار آن، انجام می‌دهند. دو سؤال زیر جهت سنجش این متغیر طرح‌ریزی شده است:

- ۱- آیا در کنار اینترنت کار(های) دیگری نیز انجام می‌دهید یا خیر؟ الف: بلی ب: خیر
- ۲- اگر بلی چه کار یا کارهایی؟ به ترتیب اهمیت نام ببرید؟

¹. Internet Addiction

۳-۸-۱-۸- میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت

آخرین متغیر برای سنجش الگوی کاربری اینترنت در زمان حال حاضر، میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت است. چراکه نگارندگان به نقش این متغیر در شکل‌گیری الگوی کاربری اینترنت معترف هستند. بنابراین، این متغیر با توسل به سؤال زیر مورد اندازه‌گیری قرار خواهد گرفت:

۱- لطفاً بفرمایید ماهانه چه مبلغ برای استفاده از اینترنت پرداخت می‌نمایید؟ (هزینه تلفن خانگی؛ هزینه کارت اینترنت؛ هزینه کافی‌نت؛ و ...)

۳-۸-۲- روند تحول استفاده

برای اندازه‌گیری یا اطلاع‌یابی یا کشف روند تغییرات الگوی کاربری از ۱۰ سال پیش تاکنون، از افراد می‌پرسیم که درباره گذشته کاربریشان از اینترنت و سیر تحولات آن تا به امروز، شکل استفاده از اینترنت خود را بیان نمایند. به عبارتی، این بعد در واقع الگوی کاربری اینترنت کاربران نسل اول اینترنت را در زمان گذشته و در طی زمان مورد عنایت و بررسی قرار می‌دهد. متغیرهای ۸ گانه‌ای که این بعد از الگوی کاربری اینترنت را مورد سنجش قرار می‌دهند، به شرح زیر است:

- تغییرات نوع استفاده از اینترنت در طول زمان؛
- تغییرات اولویت استفاده از اینترنت در طول زمان؛
- تغییرات میزان استفاده از اینترنت در طول زمان؛
- تغییرات مکان استفاده از اینترنت در طول زمان؛
- تغییرات زمان استفاده از اینترنت در طول زمان؛
- تغییرات استفاده انفرادی یا دسته جمعی در طول زمان؛
- تغییرات استفاده هم‌زمان یا انحصاری از اینترنت در طول زمان؛ و
- تغییرات هزینه ماهانه برای استفاده از اینترنت در طول زمان.

۳-۸-۳- متغیرهای زمینه‌ای استفاده‌کننده؛

در کنار سنجش مفهوم کلی «الگوی کاربری اینترنت»، ویژگی‌های زمینه‌ای مصاحبه‌شوندگان نیز مورد پرسش قرار خواهد گرفت. بطوریکه، ما اطلاعاتی از وضعیت فردی، خانوادگی و وضعیت اقتصادی - اجتماعی مصاحبه‌شوندگان یعنی جنس؛ سن؛ پایگاه اقتصادی و اجتماعی؛ تحصیلات؛ وضعیت اشتغال؛ سابقه آشنایی و کاربری با اینترنت بدست می‌آوریم.

فصل چهارم
یافته‌ها

مقدمه

پس از طرح مسئله، تعیین دقیق اهداف و سئوالات تحقیق، مرور ادبیات نظری و تجربی و درنهایت، انتخاب رویکرد روش‌شناختی و ساخت سئوالات مصاحبه، در این فصل یافته‌های تحقیق ارائه می‌شود. همانطور که کرلینجر (۱۳۷۴) اظهار می‌دارد نخستین گام در هر تحلیل، طبقه‌بندی و توصیف است (کرلینجر، ۱۳۷۴: ۲۱۵). طبقه‌بندی عبارتست از گروه‌بندی اطلاعات و داده‌ها در مقوله‌های فرعی یا بیان آنها با متغیر (متغیرهای) مناسب تازه. توصیف نیز به معنای نشان‌دادن توزیع داده‌ها بصورت جدول و نمودار- دستکم برای داده‌های کمی- و همینطور بیان این توزیع با اندازه‌های ترکیبی است. هدف این مرحله چیزی بجز نمایش خصوصیات توزیع و پراکش متغیرها و داده‌ها نیست (کیوی و کامپینهود، ۱۳۷۵: ۲۱۴).

بنابراین، در این فصل، ابتدا مشخصات افراد نمونه آورده شده و در ادامه، به ارائه یافته‌ها ابتدا برحسب شکل استفاده از اینترنت و سپس به ارائه یافته‌های حاصل از روند تحول شکل استفاده افراد از اینترنت پرداخته شود. نحوه گزارش‌دهی یافته‌ها نیز بدین صورت خواهد بود که ابتدا به توصیف پاسخ افراد نمونه براساس وجوه اشتراکی آنها و سپس به ارائه جزئیات بارز و مشخص یافته‌ها و درنهایت، به ارائه نمودار جهت گویا نمودن یافته‌ها پرداخته خواهد شد.

۴-۱- مشخصات افراد نمونه

اگر خواسته باشیم به طور اجمال، مشخصات افراد نمونه انتخابی در تحقیق حاضر را به شکل شفاف و گویا بیان سازیم، در این تحقیق، شایسته دیدیم ابتدا به ارائه توصیفی مجمل از مشخصات جمعیتی افراد نمونه مبادرت ورزیده و در گام بعد، جهت گویاتر شدن یافته‌ها نمودارهای متناسب با سطح متغیر آورده

شود. در ادامه، به ارائه یافته‌های حاصل از مشخصات افراد نمونه شامل جنس، سن، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، وضعیت اقتصادی و اجتماعی، وضعیت اشتغال، میزان سابقه آشنایی و میزان سابقه کاربری پرداخته می‌شود.

جنس: از تعداد ۱۵ نفر کاربر مورد نمونه تحقیق، تعداد ۵ نفر زن (۳۳ درصد) و ۱۰ نفر مرد (۶۷ درصد) بودند.

سن: نتایج توزیع فراوانی و درصدی سن افراد مورد نمونه نشان داد که ۶ نفر ۲۵ ساله (۴۰ درصد)، ۲ نفر ۳۹ ساله (۱۳/۳ درصد)، ۲ نفر ۲۶ ساله (۱۳/۳ درصد)، ۲ نفر ۲۷ ساله (۱۳/۳ درصد)، ۱ نفر ۲۹ ساله (۶/۵ درصد)، ۱ نفر ۲۸ ساله (۶/۵ درصد)، ۱ نفر ۳۱ ساله (۶/۵ درصد) هستند. بنابراین، افراد ۲۵ ساله بیش از یک سوم نمونه مورد تحقیق را دربرمی‌گیرد و در مجموع، بیش از دو سوم افراد نمونه نیز کمتر از ۳۰ سال هستند، و میانگین بدست آمده از سن افراد نمونه ۲۹/۲۸ سال (با انحراف معیار ۴/۶۱) می‌باشد.

میزان تحصیلات: توزیع فراوانی و درصدی میزان تحصیلات افراد نمونه نیز نشان داد که ۹ نفر (۵۹ درصد) کارشناسی‌ارشد، ۴ نفر (۲۷ درصد) کارشناسی، ۱ نفر (۷ درصد) دکترای و ۱ نفر (۷ درصد) دانشجوی دکترای بودند.

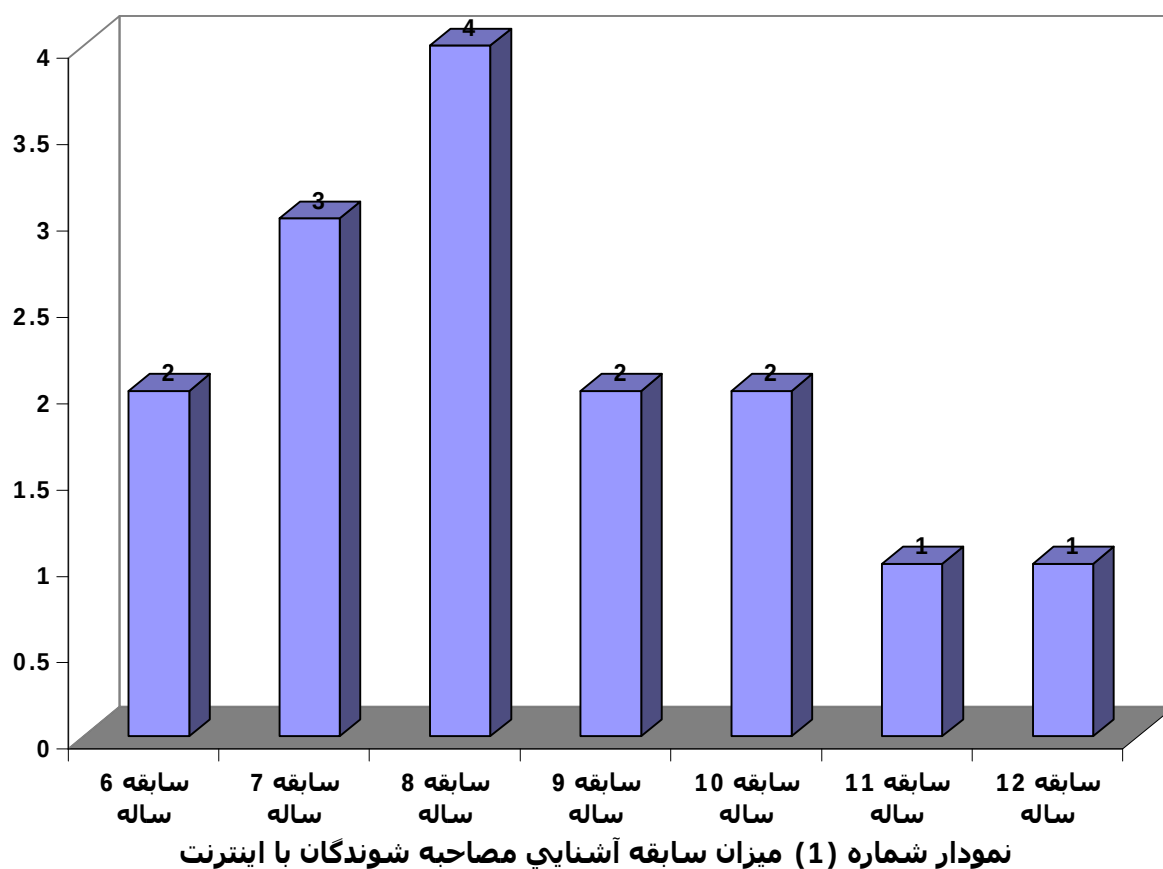
وضعیت اشتغال: از دیگر سئوالات مطرح درخصوص ویژگیهای فردی مصاحبه‌شوندگان، پاره‌وقت یا تمام‌وقت‌بودن شغل و نوع شغل آنها بود که نتایج نشان داد: ۵۴ درصد دارای شغل پاره‌وقت و ۴۶ درصد دارای شغل تمام‌وقت بودند. بنابراین، بیشترین افراد نمونه شاغل پاره‌وقت هستند. نوع شغل افراد نمونه عبارت بود از ۴ نفر (۲۷ درصد) پژوهشگر، ۴ نفر (۲۷ درصد) روزنامه‌نگار، ۳ نفر (۲۰ درصد) هیئت علمی، ۳ نفر (۲۰ درصد) کارشناس، و ۱ نفر (۷ درصد) مهندس کامپیوتر شاغل در بخش خصوصی.

وضعیت تأهل: توزیع فراوانی و درصدی وضعیت تأهل افراد نمونه نشان داد که ۵ نفر (۳۳ درصد) متأهل و ۱۰ نفر (۶۷ درصد) مجرد بودند.

وضعیت اقتصادی - اجتماعی: از یافته‌های جمعیتی دیگر این تحقیق اینکه، ۸ نفر (۵۴ درصد) خود را جزو پایگاه اقتصادی و اجتماعی متوسط متوسط دانستند، ۴ نفر (۲۶ درصد) خود را جزو پایگاه اقتصادی و

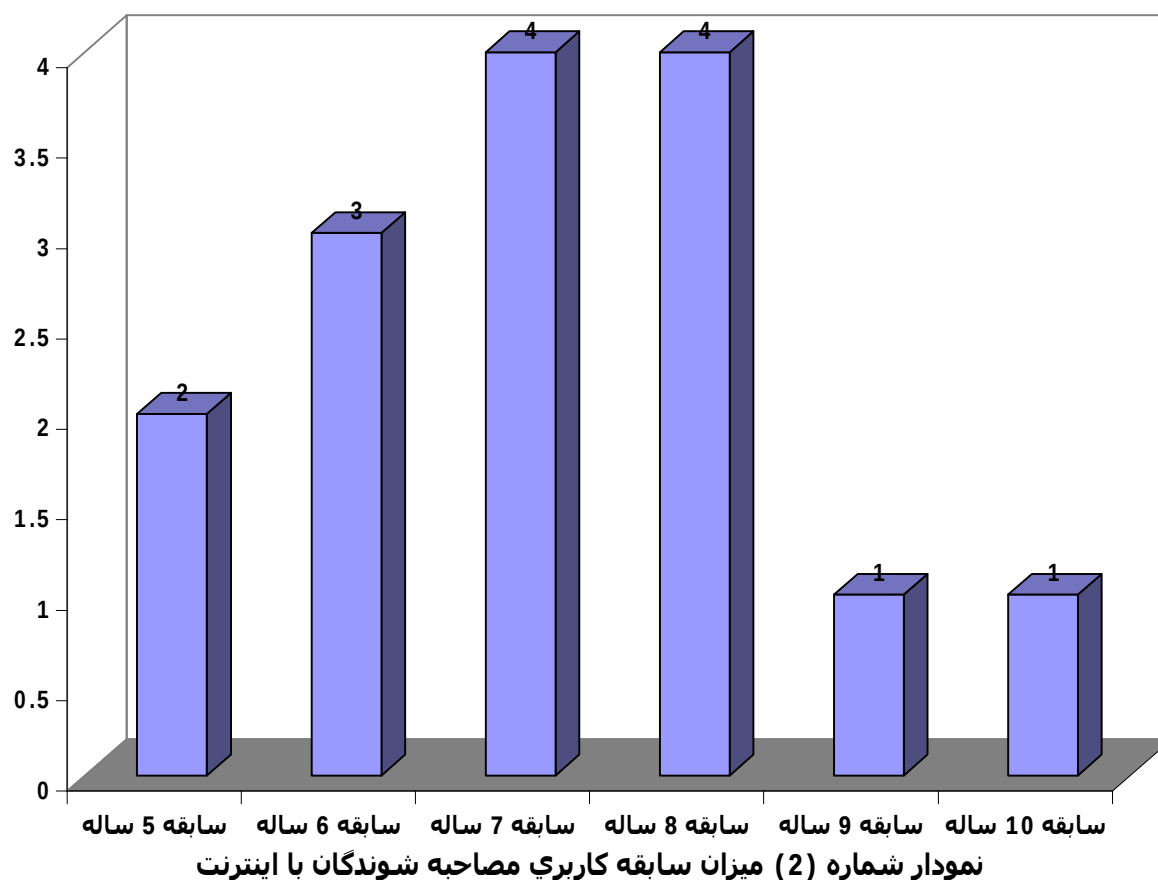
اجتماعی متوسط رو به پایین، و ۳ نفر (۲۰ درصد) نیز خود را جزو پایگاه اقتصادی و اجتماعی متوسط رو به بالا قرار دادند.

سابقه آشنایی افراد با اینترنت: نتایج بدست آمده دیگر نشان داد که ۲ نفر (۱۳/۳ درصد) دارای سابقه ۶ ساله، ۳ نفر (۲۰ درصد) دارای سابقه ۷ ساله، ۴ نفر (۲۷ درصد) دارای سابقه ۸ ساله، ۲ نفر (۱۳/۳ درصد) دارای سابقه ۹ ساله، ۲ نفر (۱۳/۳ درصد) دارای سابقه ۱۰ ساله، ۱ نفر (۶/۵ درصد) دارای سابقه ۱۱ ساله، ۱ نفر (۶/۵ درصد) دارای سابقه ۱۲ ساله بودند. میانگین سابقه آشنایی افراد با اینترنت نیز ۱۰ سال با انحراف معیار ۲/۳۴ است.



سابقه کاربری اینترنت: یافته‌های دیگر تحقیق نیز نشان داد که ۲ نفر (۱۳/۳ درصد) دارای سابقه ۵ ساله، ۳ نفر (۲۰ درصد) دارای سابقه ۶ ساله، ۴ نفر (۲۷ درصد) دارای سابقه ۷ ساله، ۴ نفر (۲۷ درصد) دارای سابقه ۸ ساله، ۱ نفر (۶/۵ درصد) دارای سابقه ۹ ساله، ۱ نفر (۶/۵ درصد) دارای سابقه ۱۰ ساله بودند. میانگین سابقه کاربری اینترنت نیز ۷/۵ سال با انحراف معیار ۱/۴۱ است.

با مقایسه میانگین سابقه آشنایی افراد نمونه با میانگین سابقه کاربری آنها می‌توان فهمید که بین زمان آشنایی تا زمان کاربری، فاصله‌ای به مدت ۲/۵ سال به چشم می‌خورد. به این معنی که، افراد بعد از ۲/۵ سال که با اینترنت آشنا شده‌اند به طور جدی شروع به کار با اینترنت نمودند.



جدول شماره (۱) مشخصات افراد نمونه

شماره	جنس	سن	تحصیلات	شغل	تأهل	پایگاه	آشنایی سابقه	سابقه کاربری
۱	مرد	۳۹	دکتر	هیئت علمی (شاغل تمام وقت)	متأهل	متوسط متوسط	۱۲	۱۰
۲	مرد	۲۸	دانشجوی دکتری	هیئت علمی (شاغل تمام وقت)	مجرد	متوسط متوسط	۸	۶
۳	زن	۲۵	کارشناس ارشد	کارشناس (شاغل تمام وقت)	مجرد	متوسط رو به پایین	۱۱	۸
۴	مرد	۳۹	کارشناس ارشد	هیئت علمی (شاغل تمام وقت)	متأهل	متوسط متوسط	۸	۷
۵	مرد	۲۶	کارشناس ارشد	کارشناس (شاغل تمام وقت)	متأهل	متوسط رو به پایین	۷	۷
۶	زن	۲۵	کارشناس ارشد	پژوهشگر (شاغل پاره وقت)	مجرد	متوسط رو به پایین	۹	۷
۷	مرد	۳۱	کارشناس ارشد	پژوهشگر (شاغل پاره وقت)	مجرد	متوسط رو به پایین	۶	۵
۸	مرد	۲۷	کارشناس ارشد	پژوهشگر (شاغل پاره وقت)	مجرد	متوسط رو به بالا	۸	۸
۹	مرد	۲۶	کارشناسی	روزنامه نگار (شاغل پاره وقت)	مجرد	متوسط متوسط	۸	۸
۱۰	مرد	۲۵	کارشناسی	روزنامه نگار (شاغل پاره وقت)	مجرد	متوسط رو به بالا	۷	۷
۱۱	زن	۲۷	کارشناس ارشد	کارشناس (شاغل تمام وقت)	متأهل	متوسط متوسط	۹	۵
۱۲	مرد	۲۹	کارشناس ارشد	مهندس (شاغل تمام وقت)	متأهل	متوسط رو به بالا	۱۰	۸
۱۳	زن	۲۵	کارشناس ارشد	پژوهشگر (شاغل پاره وقت)	مجرد	متوسط متوسط	۶	۶
۱۴	زن	۲۵	کارشناسی	روزنامه نگار (شاغل پاره وقت)	مجرد	متوسط متوسط	۷	۶
۱۵	مرد	۲۵	کارشناسی	روزنامه نگار و ترانه - سرا (شاغل پاره وقت)	مجرد	متوسط متوسط	۱۰	۹
نما	مرد	—	کارشناس ارشد	شاغل پاره وقت	مجرد	متوسط متوسط	—	—
میانگین	—	۲۹/۲۸	—	—	—	—	۱۰	۷/۵
انحراف معیار	—	۴/۶۱	—	—	—	—	۲/۳۴	۱/۴۱

۴-۲- شکل استفاده از اینترنت

همانگونه که گفته شد، جهت سنجش شکل استفاده از اینترنت، از ۸ مؤلفه استفاده گردید که عبارتند از: نوع؛ اولویت؛ مکان؛ زمان؛ میزان؛ هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت؛ استفاده انفرادی یا دسته جمعی از اینترنت؛ و استفاده هم‌زمان یا انحصاری از اینترنت. این مؤلفه‌ها، همگی الگوی کاربری اینترنت افراد در حال حاضر را مورد بررسی قرار می‌دهند. در ادامه، به ترتیب به ارائه یافته‌های تحقیق حاضر بر اساس این مؤلفه‌ها پرداخته خواهد شد:

۴-۲-۱- نوع استفاده از اینترنت

به عنوان اولین سؤال از افراد نمونه این پرسش به عمل آمد که چه نوع استفاده‌ای از اینترنت می‌نمایند. از نکات قابل توجه‌ای که در پاسخ افراد نمونه به این سؤال وجود داشت این بود که افراد معمولاً استفاده خود را برحسب دسته‌بندی‌های مختلفی برمی‌شمردند. بطوریکه مثلاً گاه در پاسخ ذکر می‌کردند که بیشتر «استفاده کاری» از اینترنت یا «استفاده با هدف ارتباطی» از اینترنت به عمل می‌آورند. و لذا از ذکر دقیق نوع استفاده از اینترنت خودداری می‌نمودند. نکته دیگر این بود که افراد نمونه، گاهی استفاده از ای‌میل (یا حتی چک‌کردن یا هومسنجر) را امری عادی قلمداد می‌نمودند. بطوریکه در پاسخ، از ذکر آنها اجتناب می‌نمودند. نکته قابل توجه دیگر در پاسخ افراد نمونه این بود که افراد به سلیقه خود برخی استفاده‌ها را جزو استفاده-های تفریحی قلمداد می‌نمودند که اگر خواسته باشیم تعریف نماییم، باید گفت: آن استفاده‌ای که از درجه اهمیت پایین‌تر برخوردار بوده و جدی نیستند.

بهرحال، در جمع‌بندی پاسخ افراد نمونه تحقیق در خصوص نوع استفاده از اینترنت باید ذکر نمود افراد در توصیف استفاده‌های خود از اینترنت، استفاده‌هایی چون چک‌کردن ای‌میل و یا هومسنجر (البته به قصد مشاهده آف‌ها و پاسخ بدان‌ها) را استفاده معمولی و عادی می‌دانند که همواره انجام می‌دهند و تمامی افراد نمونه نیز به استفاده از آنها اذعان نموده‌اند. همچنین، استفاده از موتورهای جستجو از دیگر استفاده‌های فراگیر در میان افراد نمونه است. بطوریکه، تمامی افراد نمونه بر استفاده از موتورهای جستجو - حال

موضوع جستجوها ممکن است برحسب اینکه علمی و جهت امور درسی یا پژوهشی یا کاری و یا موضوع- های مورد علاقه دیگر باشد از هم تفکیک یابند - اذعان داشته‌اند. همچنین، استفاده از سایت‌های خبری، از دیگر استفاده‌های فراگیر و مداوم در میان کاربران است. بنابراین، تا اینجا استفاده‌هایی چون چک کردن ای میل و یاهو مسنجر، موتورهای جستجو و سایت‌های خبری از جمله استفاده‌هایی هستند که خاصیت فراگیر، عادی و نسبتاً مداوم بین افراد نمونه دارد. سایر استفاده‌ها نیز بیشتر برحسب فرد تفاوت پیدا می- نماید. مثلاً وبلاگ نویسی و وبلاگ خوانی، تحصیل کردن، دانلود موسیقی، کار تجاری، خرید اینترنتی و غیره. از آنجاکه تحقیق حاضر از نوع کیفی و با استفاده از تکنیک مصاحبه عمقی انجام گرفت، مصاحبه‌شوندگان در پاسخ به سئوالات مصاحبه، از این آزادی عمل برخوردار بودند تا جهت غنی کردن دقت پاسخ‌شان به سئوالات مصاحبه، مواردی را که لازم دیدند، بیفزایند. در زیر برخی نکات و توضیحات قابل توجهی که افراد نمونه درخصوص انواع استفاده خود از اینترنت مطرح ساختند، آورده شده است:

- بهزاد ۳۹ ساله در توصیف استفاده‌های خود از اینترنت بیان می‌دارد اولین کار وی در هر روز به محض آمدن به سر کار، چک کردن ای میل، حذف کردن و پاسخ دادن به ای میل‌ها است، بعد رفتن به سایت‌های خبری و مطالعه اخبار روز. همچنین، در صورت نیاز برای موضوعاتی که روی آنها کار می‌کند و بدان علاقه دارد سراغ موتورهای جستجو و استفاده از سایت‌های تخصصی می‌رود که البته این دو نوع استفاده به فراخور نیاز شکل می‌گیرد. وی نکته‌ای را خاطرنشان می‌سازد و آن اینکه استفاده‌اش از اینترنت در خانه معمولاً بیشتر وجه تفریحی دارد.

- زهرا ۲۵ ساله - کارشناس ارشد علوم اجتماعی - نیز در توصیف نوع استفاده خود از اینترنت اذعان دارد معمولاً استفاده گوناگون و متنوعی از اینترنت به عمل می‌آورد. بطوریکه، معمولاً از هر قابلیت که اینترنت داشته باشد، استفاده می‌کند. ولی چون سرعت اینترنت در بعضی استفاده‌ها خیلی پایین است از آنها استفاده نمی‌کند. وی وب گردی^۱ را یکی از انواع استفاده خود از اینترنت به شمار می‌آورد. البته در ادامه

^۱ . web surfing

بلافاصله می‌افزاید منظور از وب‌گردی به معنی هدفمند آن است یعنی مرور سایت‌های مختلف در اینترنت در زمینه‌ای خاص.

- نوذر ۳۱ ساله مجرد و کارشناس ارشد مطالعات بین‌الملل نیز در توصیف استفاده‌های خود از اینترنت، به صراحت انواع استفاده خود از اینترنت را در دو طبقه تا اندازه‌ای متضاد از هم قرار می‌دهد: طبقه اول، چت‌نمودن و استفاده از سایت‌های پرنوگرافیک با هدف سرگرمی و تفریحی، طبقه دوم، موتورهای جستجو (به ویژه موتورهای جستجوی علمی) با هدف استفاده درسی و تحصیلی.

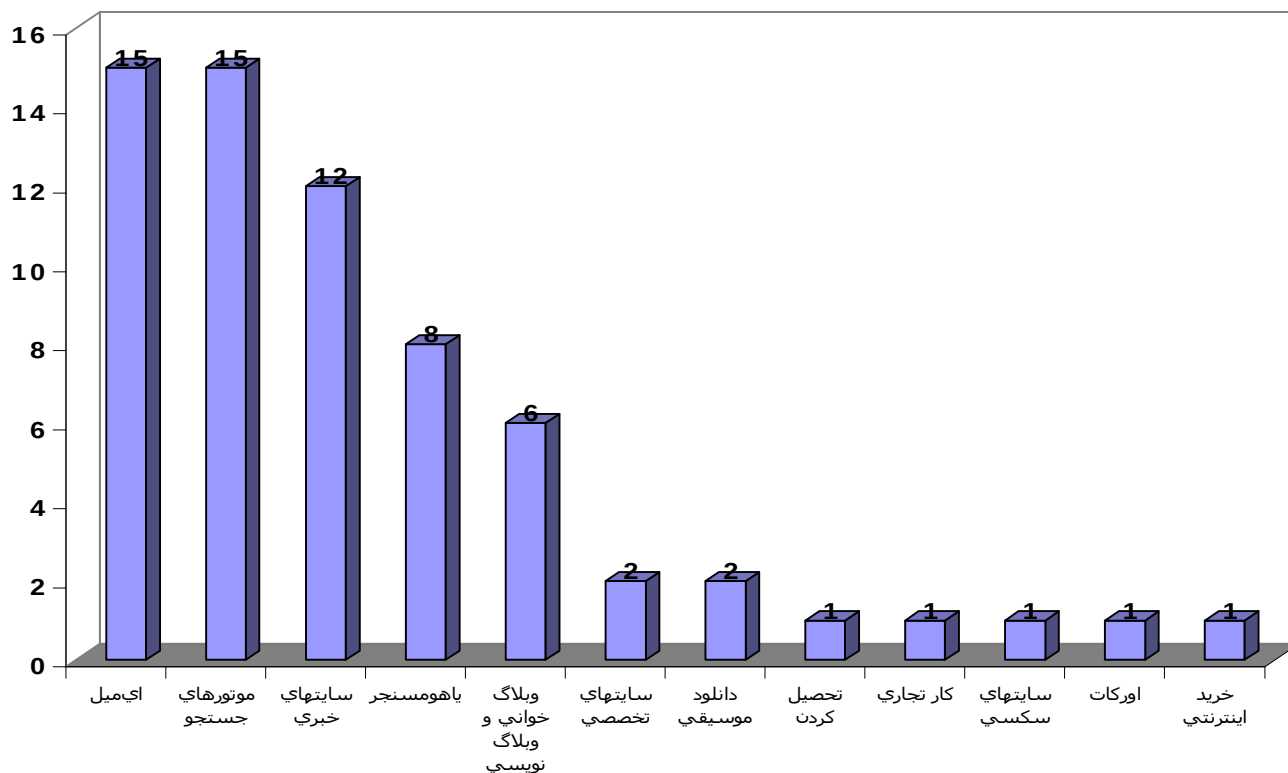
- تاتار ۲۶ ساله نیز اظهار می‌دارد برای بهره‌بردن از جنبه‌های تفننی و سرگرمی اینترنت و از سوی دیگر به منظور عدم اتلاف وقت جهت مرور سایت‌های جالب و سرگرم‌کننده و مشاهده مطالب جذاب اینترنت به عضویت در سایت «گروه مارشال مدرن» درآمده است. تا مطالب مفید اینترنت را برایش ارسال نمایند.

- نیما ۲۵ ساله نیز که خود را تولیدگر محتوا در اینترنت می‌داند در استفاده‌های خود از اینترنت با محور قراردادن کار خود که در ارتباط با تجارت الکترونیک است، قائل به طبقه‌بندی دوگانه استفاده از اینترنت است: ۱) استفاده‌هایی که در راستای کار خود شامل به روز کردن سایت و وبلاگ خود، و پاسخ درخواست مشتریان و مراجعان سایت است؛ ۲) استفاده‌های غیرکاری. با این طبقه‌بندی وی انواع استفاده‌های خود را از اینترنت چنین برمی‌شمرد: چک کردن ای‌میل، استفاده از موتورهای جستجو جهت جستجوی موضوعات مورد علاقه پژوهشی و علمی، استفاده از یاهو مسنجر، فتوبلاگ، تحصیل به صورت اینترنتی.

- بهاره ۲۶ ساله نیز از آن دسته از افرادی است که استفاده خود از اینترنت را بر پایه یک هدف اصلی بنا نهاده است. بدین معنی که وی هدف خود را در چت‌نمودن و یاهو مسنجر، تقویت زبان انگلیسی می‌داند.

در زیر، با ترسیم نمودار میله‌ای (ستونی) انواع استفاده‌ای که مصاحبه‌شوندگان نمونه تحقیق از اینترنت به عمل می‌آورند نشان داده شده است.^۱

همانگونه که با مشاهده نمودار زیر می‌توان پی برد، انواع استفاده مصاحبه‌شوندگان از اینترنت را می‌توان در قالب ۳ گروه گنجانده عبارتند از: ۱- استفاده‌های فراگیر شامل ایمیل (۱۵ نفر)، موتورهای جست‌وجو (۱۵ نفر) و سایتهای خبری (۱۲ نفر)؛ ۲- استفاده‌های خاص متداول چون یاهومسنجر (۸ نفر)، وبلاگ‌خوانی و وبلاگ‌نویسی (۶ نفر)؛ و ۳- استفاده‌های بسیار خاص شامل مرور سایتهای خبری، دانلود موسیقی، تحصیل کردن، کار تجاری، سایتهای سکسی، اورکات و خرید اینترنتی.



نمودار شماره (3) انواع استفاده مصاحبه‌شوندگان از اینترنت

^۱ نکته قابل توجه‌ای که در یافته‌های این تحقیق باید مدنظر داشت این است که به واسطه اینکه تحقیق حاضر، یک تحقیق کیفی است، افراد نمونه مختار بودند در پاسخ‌شان به سئوالات مصاحبه، همزمان چند گزینه را انتخاب نمایند که در این صورت، جمع پاسخ‌ها برابر با تعداد کل افراد نمونه ۱۵ نفر نخواهد بود. بنابراین، بدین خاطر است که از آوردن درصد به جای فراوانی اجتناب گردید.

۴-۲-۲- اولویت استفاده از اینترنت

پس از اینکه از افراد پرسیده شد چه استفاده‌هایی از اینترنت به عمل می‌آورید، با هدف اولویت‌گذاری بین انواع استفاده از اینترنت از لحاظ درجه اهمیت، در ادامه، اولویت‌های افراد در استفاده از اینترنت مورد سؤال قرار گرفت. به عبارت دیگر، این پرسش به عمل آمد، «بین انواع استفاده‌ای که از اینترنت به عمل می‌آورید اولویت‌گذاری شما در استفاده چگونه است؟» که نتایج پرسش فوق نشان داد اولویت استفاده افراد از اینترنت، در وهله اول و مهمترین عامل، اهمیت‌دار بودن آن و بیشترین زمانی که افراد به اینترنت اختصاص می‌دهند، است. چرا که افراد معمولاً اولویت زمانی استفاده آنها با اولویت زمان‌بری و اهمیت‌دار بودن تفاوت پیدا می‌کند. بطوریکه افراد استفاده‌هایی چون چک‌کردن ای‌میل و یاهومسنجر و مرور سایت‌های خبری را نسبت به سایر استفاده‌ها در اولویت استفاده قرار می‌دهند. درضمن، از نتایج پاسخ‌ها این یافته بدست آمد که شرایط و موقعیت کاری و تحصیلی نقش زیادی در اولویت افراد در استفاده از اینترنت بازی می‌کند.

درمجموع، نتایج بدست آمده از پاسخ افراد نمونه به این پرسش نشان داد بیشتر مصاحبه‌شوندگان (۷ نفر) استفاده از موتورهای جستجو را در اولویت اول خود قرار داده و پس از آن چک‌کردن ای‌میل و یاهومسنجر (۴ نفر) در جایگاه دوم قرار گرفته است.

از نکات قابل توجه و تکمیلی به عنوان توضیحات غنابخش یافته‌های افراد، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- کرم ۲۸ ساله در توصیف اولویت استفاده خود از اینترنت بیان می‌دارد اولویت زمانی استفاده‌اش از اینترنت عبارتند از چک‌کردن ای‌میل، جستجوی موضوعات مورد علاقه و مرور سایت‌های علمی و اولویت اهمیت استفاده‌اش از اینترنت نیز عبارتند از جستجوی موضوعات علمی و مقالات، مرور سایت‌های خبری و چک‌کردن ای‌میل است. همچنین، وی درصد اهمیت هر یک از استفاده‌های خود را با این درصدها تعیین می‌نماید: استفاده از موتورهای جستجو (برای جستجوی موضوعات علمی و مقالات) ۸۰ درصد، مرور سایت‌های خبری ۱۵ درصد، چک‌کردن ای‌میل ۵ درصد.

- زهره ۲۵ ساله نیز با تاکید بر تقسیم‌بندی اولویت استفاده خود برحسب زمانی که در گذشته به کار مشغول بود و زمانی که [از کار خود] بیرون آمد، چنین اظهار می‌دارد که هر دو حالت، چک کردن ای میل و یاهو مسنجر و استفاده از سایت خبری «بی بی سی»^۱ از استفاده‌های عادی در هر دو وضعیت قلمداد می‌گشت. وی در تکمیل اظهارات خود می‌افزاید در زمانی که سرکار بود استفاده از موتور جست‌وجو برای جست‌وجوی موضوعات علمی و پژوهشی از مهمترین و پراهمیت‌ترین استفاده‌ها قلمداد می‌آمد. اما بعد از خروج از کار، کسب اطلاعات از دانشگاه‌های خارجی از اهمیت و اولویت بالا به شمار آمد.

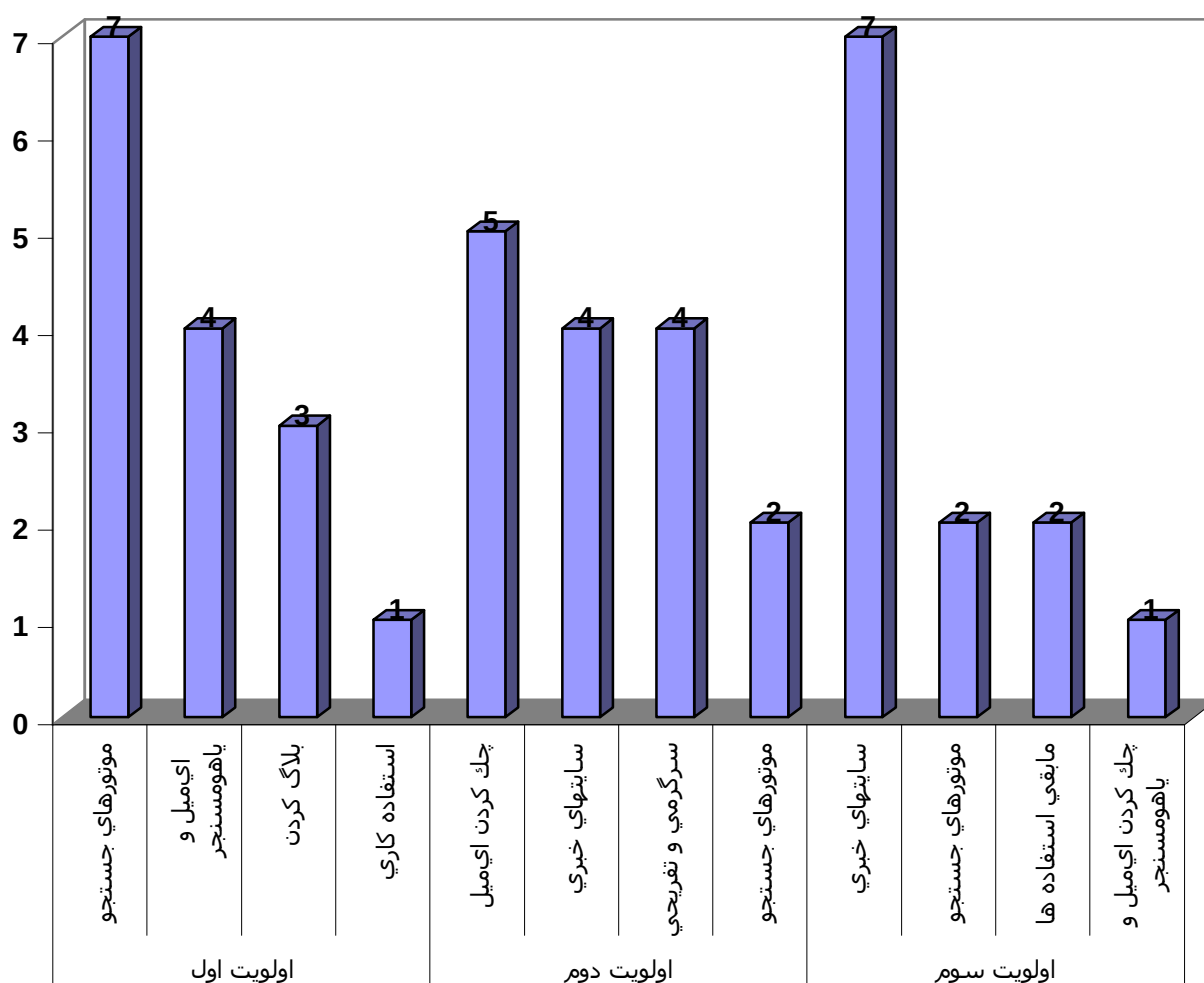
- تاتار ۲۷ ساله نیز پس از توصیف اولویت‌های استفاده خود از اینترنت، در تشریح و تکمیل مباحث خود اظهار می‌دارد که موقعیتی که فرد در آن قرار دارد خیلی در شکل‌گیری استفاده وی از اینترنت مؤثر است. مثلاً اگر فشار دروس دانشگاهی مقطع کارشناسی ارشد نبود و وقت بیشتری داشتم بیشتر به چت کردن و استفاده سرگرمی از اینترنت می‌پرداختم. چراکه من به آنها نیاز دارم هرچند بسیار اتفاق افتاده این نیازها به دلایل مختلف چون نداشتن وقت، نبود امکانات، نداشتن هزینه و غیره تحقق پیدا نمی‌کنند. بنابراین، وی این فرض را مطرح می‌سازد که استفاده کردن از چت و مرور سایت‌های پورنوگرافیک و استفاده تفریحی و سرگرمی از اینترنت از سوی برخی افراد به دلیل نبود نیاز در آنها نیست بلکه به دلیل نبود شرایط و امکانات لازم است. چه بسا در صورت تحقق شرایط این نیازها، استفاده از این نوع امکانات اینترنت مهیا می‌شود.

- نیما ۲۵ ساله نیز اولویت استفاده خود را در دو دسته کلی از هم منفک می‌نماید که شامل استفاده کاری و تولید محتوا (۶۰ درصد) و استفاده ارتباطی و تفریحی (۴۰ درصد). این تقسیم‌بندی بیشتر بدان خاطر است که وی استفاده‌اش از اینترنت متأثر از رویکردش به اینترنت است که به منظور کسب درآمد و انجام تجارت الکترونیک از طریق اینترنت است. وی استفاده‌هایی که در راستای کارکردهای استفاده ارتباطی و تفریحی از اینترنت به عمل می‌آورد شامل کسب خبر، تحصیل کردن و مرور سایت‌های سرگرمی و... می‌داند.

^۱ . British Broadcasting Company or BBC

در صفحه بعد، با ارائه نموداری اولویت اول تا سوم استفاده افراد نمونه از اینترنت به خوبی نمایش داده خواهد شد.

همانگونه که در نمودار زیر مشاهده می‌شود الگوی غالب در میان مصاحبه‌شوندگان درخصوص اولویت استفاده از اینترنت نشان می‌دهد که در اولویت اول، موتورهای جست‌وجو از فراگیری بیشتری در میان مصاحبه‌شوندگان برخوردار است. در اولویت دوم، چک‌کردن ای‌میل و نهایتاً، در اولویت سوم، سایتهای خبری قرار دارد. بنابراین، موتورهای جست‌وجو، چک‌کردن ای‌میل و سایتهای خبری به انواع استفاده‌ای است که مصاحبه‌شوندگان در اولیت استفاده خود در حال حاضر تعیین و نهاده شده و به شکل الگوی منسجم در آورده‌اند.



نمودار شماره (4) اولویت استفاده مصاحبه‌شوندگان از اینترنت

۴-۲-۳- مکان استفاده از اینترنت

از مؤلفه‌های دیگر برای تعیین شکل استفاده افراد از اینترنت، الگوی مکانی افراد برای استفاده از اینترنت چگونه است. نتایج حاصل‌آمده نشان می‌دهد، مکان استفاده افراد از اینترنت تحت تأثیر شرایط و موقعیت افراد می‌باشد. بطوریکه، کسانی که به تحصیل اشتغال دارند بیشتر در دانشگاه از اینترنت استفاده می‌کنند. و افرادی که به کار ثابت اشتغال دارند بیشتر در محل کار به اینترنت دسترسی دارند. بنابراین، درخصوص الگوی مکانی استفاده از اینترنت باید متذکر شد ۴ عامل موقعیت و شرایط تحصیلی و کاری افراد، هزینه‌بر بودن استفاده از اینترنت و عامل میزان استفاده از اینترنت و در نهایت، میزان اهمیت دسترسی به اینترنت نقش بسزایی در اینکه فرد در چه مکانی از اینترنت استفاده نماید، دارد. بطوریکه، افراد سعی می‌کنند بیشتر نیاز خود را از اینترنت در مکان‌هایی پاسخ گویند که استفاده‌شان رایگان باشد. همچنین، افرادی که شرایط آنها طوری است که لازم است همواره از اینترنت استفاده نمایند بیشتر از خانه یا کافی‌نت یا حتی خانه دوستانشان از اینترنت استفاده می‌نمایند.

آندسته از افرادی نیز که اظهار داشته‌اند که از خانه به اینترنت متصل می‌گردند در پاسخ به این پرسش که در خانه در کجا به اینترنت متصل می‌گردید، ۸ نفر مدعی بودند که بیشتر از اتاق مطالعه (شخصی) به اینترنت وصل می‌شوند که این اتاق غالباً اتاق خواب نیز محسوب می‌گردد. در مقابل، تنها ۱ نفر بر استفاده از اینترنت در اتاق پذیرایی اشاره داشته است.

از آنجاکه قلمرو مکانی تحقیق حاضر در تهران بوده است و در این شهر شاهد آپارتمان‌نشینی و بالطبع کمبود فضای زندگی هستیم، خانه‌ها به شکلی نیست که افراد دارای اتاق کار مخصوص به خود باشند، بنابراین، کامپیوتر افراد نیز در اتاق خواب قرار دارد. بعلاوه در ایران هنوز کامپیوتر بعنوان ابزاری برای کار مورد استفاده قرار نمی‌گیرد، بلکه استفاده سرگرمی و تفنن و کسب خبر از کامپیوتر بیشتر در میان خانواده‌ها حاکم است. بنابراین، همانطوریکه نتایج تحقیق که ماحصل مصاحبه‌های صورت گرفته است، نشان می‌دهد مصاحبه‌شوندگانی که در خانه به اینترنت متصل می‌گردند، را می‌توان در قالب دو دسته از هم منفک نمود: دسته اول، افرادی هستند که از اتاق مخصوص که اتاق خواب هم تلقی می‌شود به اینترنت متصل می‌شوند.

این دسته از افراد را کسانی تشکیل می‌دهند که مجرد و در یک خانواده کم‌جمعیت زندگی می‌کنند و یا متأهل و بدون فرزند هستند. دسته دوم، نیز افرادی هستند که کامپیوترشان در اتاق پذیرایی قرار دارد و از این اتاق وارد اینترنت می‌شوند. این افراد معمولاً در خانواده نسبتاً پرجمعیت‌تر که بیش از ۲ نفر از کامپیوتر استفاده می‌نمایند، زندگی می‌کنند.

در مجموع، نتایج یافته‌های سؤال فوق نشان داد که ۱۰ نفر در محل کار، ۹ نفر در خانه، ۶ نفر در محل تحصیل، ۱ نفر در منزل دوست و ۱ نفر هم در کافی‌نت از اینترنت استفاده می‌نمایند. در پاسخ افراد نمونه درخصوص الگوی مکانی آنها از اینترنت، مواردی که قابل تأمل و قابل توجه هستند، این موارد هستند:

- زهرا ۲۵ ساله درخصوص الگوی مکانی استفاده‌اش از اینترنت بیان می‌دارد که سه مکان دانشگاه، محل کار و محل زندگی را برای استفاده از اینترنت نام می‌برد. دانشگاه برای مواقعی که در دانشگاه حضور دارد و محل کار برای مواقعی که سرکار است و خانه، برای مواقعی که سرکار نمی‌رود.

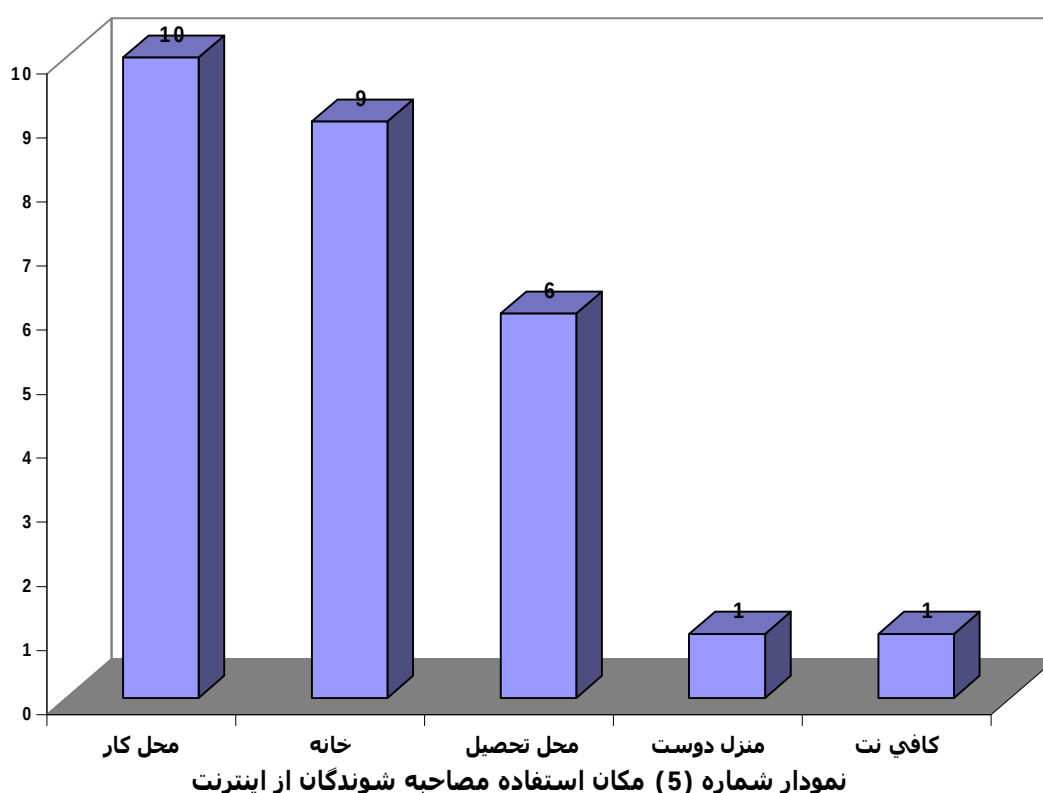
- علی ۲۶ ساله نیز دو مکان محل زندگی (خانه) و محل کار را برای استفاده از اینترنت برمی‌شمارد. وی در ادامه اظهار می‌دارد که تا چندی پیش ۷۰ تا ۸۰ درصد استفاده‌اش از اینترنت در خانه و تنها ۲۰ تا ۳۰ درصد در محل کار بوده است، اما بعد از اینکه لپ‌تاب^۱ خریده بیشتر در محل کار از اینترنت استفاده می‌نماید که ۹۰ درصد استفاده‌اش در محل کار می‌باشد.

جهت گویاتر شدن و توصیف بهتر الگوی مکانی استفاده افراد از اینترنت از نمودار صفحه بعد استفاده شده است.

با اتکاء به نتایج نمودار شماره (۵) می‌توان الگوی غالب را در مکان استفاده مصاحبه‌شوندگان مورد شناسایی قرار داد. بطوریکه، می‌توان گفت که دو نوع الگوی غالب تحت عناوین مکانهای ثابت و مکانهای متغیر استفاده از اینترنت را از داده‌های تحقیق بیرون کشید. مکانهای ثابت که از خصیصه همیشگی کاربری از سوی مصاحبه‌شوندگان برخوردارند عبارتند از: محل کار، محل سکونت و محل

^۱ . laptop

تحصیل و مکانهای متغیر نیز که از ویژگی موقتی بودن کاربری از سوی مصاحبه‌شوندگان برخوردارند عبارتند از منزل دوست و کافی نت، که این مکانها، کاربری آنها برحسب ضرورت و نیاز شدید بوجود می‌آید.



۴-۲-۴- زمان استفاده از اینترنت

از دیگر مؤلفه‌های شکل استفاده از اینترنت، الگوی زمانی افراد از اینترنت می‌باشد. بطوریکه از افراد این پرسش به عمل آمد «بیشتر در چه زمانی(هایی) از اینترنت استفاده می‌کنند؟» نتایج بدست آمده نشان می‌دهد، شکل‌گیری الگوی زمانی نیز همانند الگوی مکانی تابع عواملی هست که ذکر شد. بطوریکه کسی که دارای شغل ثابت است و یا در دانشگاه مشغول تحصیل است در سرکار یا دانشگاه از اینترنت و در ساعات حضور در این مکان از اینترنت استفاده نماید که رایگان نیز است. نکته جالب دیگر

وابسته بودن الگوی زمانی به کارت شبانه است. زیرا کارت شبانه را باید در ساعات خاصی استفاده نمود و افراد باید در آن ساعات از اینترنت استفاده نمایند.

با این توضیح، نتایج پرسش فوق نشان داد که ۸ نفر از مصاحبه‌شوندگان زمان شب، ۵ نفر صبح‌ها، ۵ نفر عصرها را برای استفاده از اینترنت انتخاب می‌نمایند. درضمن، ۳ نفر از افراد نمونه نیز به این امر معترف بودند که الگوی مشخص و دقیق برای زمان استفاده از اینترنت ندارند. در کنار یافته‌های فوق، برخی از افراد نمونه مباحث تکمیلی قابل توجه‌ای در پاسخ‌هایشان درخصوص زمان استفاده از اینترنت مطرح نمودند که از جمله می‌توان به افراد زیر اشاره نمود:

- بهزاد ۳۹ ساله زمان استفاده خود را بدین صورت توصیف می‌نماید که معمولاً صبح‌ها در بدو ورود به سر کار وارد اینترنت شده (چک کردن ای میل و...) و عصرها نیز حین خروج از سرکار دوباره سراغ اینترنت می‌رود. در این بین نیز ممکن است در صورت حوصله و وقت خالی و برحسب نیاز به جستجو و مراجعه به سایت‌های دیگر بپردازد. اما دو کار چک کردن ای میل و استفاده از سایت‌های خبری جزو کارهای همیشگی و معمول در اول صبح و عصرها هنگام خروج از سرکار وی است.

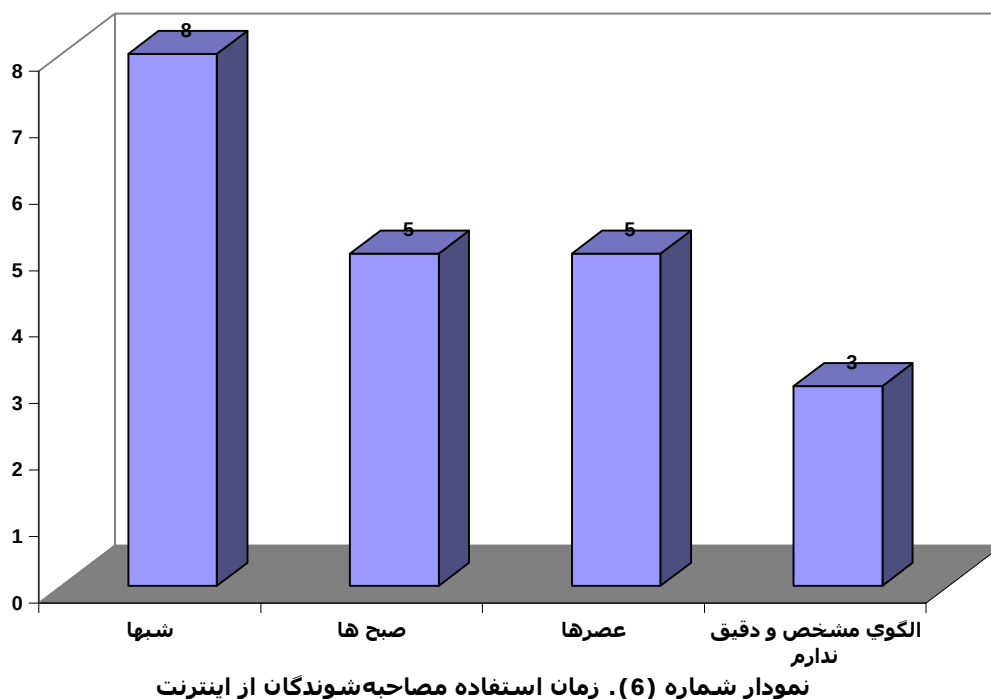
- اندیشه ۲۵ ساله نیز الگوی زمانی خود را برای استفاده از اینترنت چنین توصیف می‌نماید: ساعات اداری که در سرکارم (معمولاً استفاده از اینترنت نیز بیشتر مرتبط به کار است) و در دانشگاه نیز بین ساعات ۴-۶ بعدازظهر و در نهایت در خانه، بین ساعات ۱۱-۱۰ شب که از کارت شبانه استفاده می‌کنم. وی در ادامه بیان می‌دارد که در روزهای تعطیل حتماً از اینترنت استفاده نموده که در این صورت یا از کافی‌نت یا به خانه دوستش رفته و از اینترنت استفاده می‌نماید.

- نیما ۲۵ ساله به عنوان یک کاربر حرفه‌ای و به عنوان کسی که بیشترین زمان استفاده را از اینترنت به عمل می‌آورد و با توجه به اینکه همواره با اینترنت سروکار دارد اظهار می‌دارد که روزها تا ساعت ۶ از اینترنت در محل کار استفاده می‌نماید و بعد از آن تا ۱۲ شب در خانه از اینترنت استفاده می‌نماید و به اصطلاح وی همواره آنلاین است.

در ادامه، در زیر الگوی زمانی استفاده افراد نمونه از اینترنت در قالب نموداری به خوبی مشخص شده است.

با استناد به یافته‌های بدست‌آمده از زمان استفاده از اینترنت معنای نهفته در این یافته بازگوکننده الگوی ۳ وجهی از زمان استفاده از اینترنت است، الگویی که به شرح زیر می‌توان صورت‌بندی نمود: الگوی ثابت زمانی، الگوی متغیر زمانی و فاقد الگوی زمانی. در توضیح این الگوها باید گفت که در الگوی ثابت زمانی، به دلایلی چون وابسته‌بودن کاربران اینترنت به حضور در محل کار، محل تحصیل و محل سکونت و کارت شبانه و غیره، آنها مجبورند همیشه در یک زمان خاصی از اینترنت استفاده نمایند. بعنوان مثال، افرادی که دانشجویان و تنها در ساعات حضور در دانشگاه و صبح‌ها از اینترنت استفاده نمایند. الگوی استفاده آنها ثابت و در صبح روزهای حضور در دانشگاه رقم می‌خورد.

اما الگوی متغیر زمانی اشاره دارد به این مطلب که فاقد مکانهای ثابت کاربری اینترنت هستند از سوی دیگر، وضعیت آنها ایجاب می‌کند که در برهه‌های مختلف زمانی از اینترنت استفاده نمایند. مثلاً گاه در صبح که دسترسی به اینترنت دارند از آن استفاده می‌نمایند و گاه عصرها. افراد واقع در این الگو، هرچند دارای الگوی ثابت نیستند ولی فاقد الگوی نیستند و دارای یک الگوی زمانی نیمه‌منسجم هستند. اما در الگوی فاقد زمانی، افرادی قرار دارند که در ۳ حالت می‌گنجند: ۱- افرادی که سر و کارشان همواره با اینترنت است و لذا موقعیت اقتضاء می‌کند که در زمانهای مختلف به اینترنت دسترسی داشته باشند. ۲- افرادی که نیاز و ضرورت فوری به استفاده از اینترنت ندارند و هرگاه موقعیت استفاده از اینترنت برایشان پیش آید، از آن استفاده می‌نمایند. ۳- افرادی که امکانات دسترسی محدودی به اینترنت دارند و از اینرو، برحسب اتفاق و در هر زمانی که شرایط مهیا باشد از اینترنت استفاده می‌نمایند.



۴-۲-۵- میزان استفاده از اینترنت

میزان استفاده افراد از اینترنت از دیگر مؤلفه‌ها برای تعیین الگوی کاربری افراد از اینترنت است. از افراد نمونه خواسته شد تا میزان استفاده خود را از اینترنت برحسب هفته به صورت ساعت مشخص نمایند. که نتایج بدست آمده نشان داد بیشتر مصاحبه‌شوندگان مدت استفاده خود را بطور متوسط هفته-ای ۷ تا ۱۵ ساعت که از جهت دسته‌بندی الگوی مصرف، جزو مصرف متعادل از اینترنت به شمار می-آید که این دسته از افراد بیش دو سوم افراد نمونه را تشکیل می‌دهند و آن دسته از افرادی نیز که کمتر از این میزان از اینترنت استفاده می‌نمایند بیشتر به خاطر دامنه استفاده آنها از اینترنت است که کاربریشان تنها به چک کردن ای میل و یاهو مسنجر یا مرور سایت‌های خبری و در صورت نیاز استفاده از موتورهای جست‌وجو محدود می‌شود. اما آن دسته از افرادی که استفاده‌شان از اینترنت بیشتر از ۱۵ ساعت در هفته است یعنی پرمصرفند، این میزان استفاده به خاطر شرایط کاری آنها (نه شرایط تحصیلی) است که به

نوعی آنها را متوسل به استفاده بیشتر از اینترنت می‌نماید، نظیر افراد مشغول در کسب و کار اینترنتی و یا خبرنگاران سایبرنتیکی^۱.

علاوه بر نتایج فوق، ۳ نفر از افراد نمونه در تکمیل پاسخ‌شان بدین پرسش، موارد جالبی را اذعان نمودند که عبارتند از:

- اندیشه ۲۵ ساله درخصوص میزان استفاده خود از اینترنت اظهار می‌دارد در طول هفته متوسط روزی ۶-۷ ساعت با اینترنت کار می‌کند و روزهای پنجشنبه و جمعه متوسط روزی ۱-۲ ساعت با اینترنت کار می‌کند. و در کل هفته متوسط ۳۲ ساعت از اینترنت استفاده می‌نماید. وی مطرح می‌سازد که پیش آمده در ماه‌های پیش، متوسط ۶۵ ساعت در هفته از اینترنت استفاده می‌نمود. بطوریکه در روز جمعه گاهی ۱۰ ساعت با اینترنت کار می‌کرد.

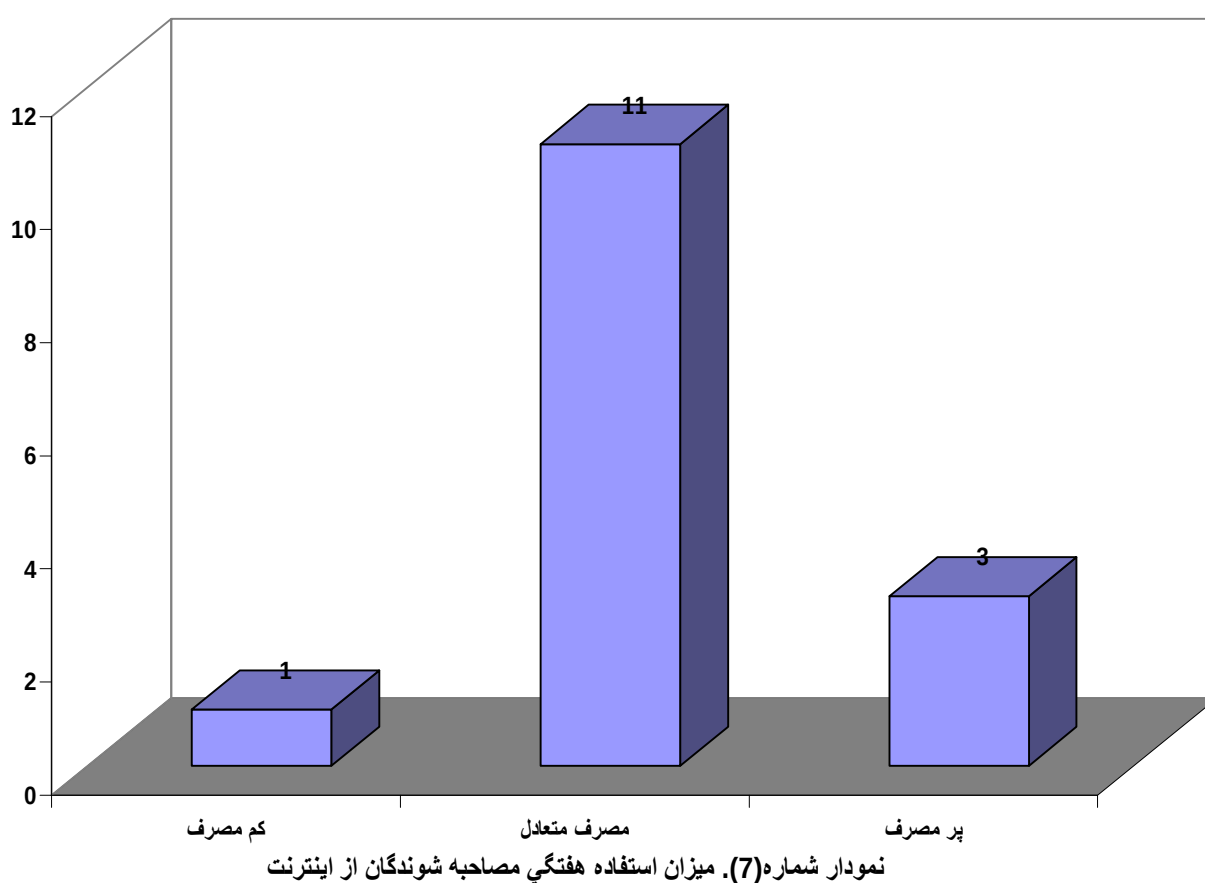
- نیما ۲۵ ساله نیز مدت استفاده خود را از اینترنت متوسط روزی ۱۳-۱۲ ساعت در طول هفته به- جز پنجشنبه‌ها و جمعه‌ها برمی‌شمارد. که این میزان در یک هفته متوسط ۶۰ تا ۶۵ ساعت از اینترنت است. وی دلیل این میزان استفاده از اینترنت را به واسطه مرتبط بودن کارش با اینترنت دانسته است یعنی کسب و کار اینترنتی.

در نمودار صفحه زیر به راحتی می‌توان صحت نتایج فوق را به شکل هرچه گویاتر و امکان مقایسه میزان استفاده‌های هفتگی افراد نمونه از اینترنت را به صورت هفتگی مشاهده نمود.

با استناد به نتایج نمودار شماره (۷) می‌توان الگوی مدت استفاده مصاحبه‌شوندگان از اینترنت در حال حاضر را در قالب ۳ دسته از هم جدا نمود که عبارتند از: میزان پرمصرف، مصرف متعادل و کم مصرف. ۱- میزان کم مصرف از اینترنت را به مدت زمان کمتر از ۷ ساعت در هفته از اینترنت تلقی می‌شود که در این تحقیق، ۱ نفر از مصاحبه‌شوندگان جزو این دسته‌اند. ۲- مصرف متعادل به مدت زمانی بین ۷ تا ۱۵ ساعت در هفته تلقی می‌شود که در این تحقیق بیشترین تراکم پاسخها را به خود

^۱ . cyberjournalist

اختصاص داده است یعنی ۱۱ نفر از مصاحبه‌شوندگان جزو این دسته‌اند. ۳- پرمصرف: منظور مدت زمان بیش از ۱۶ ساعت در هفته است که در این تحقیق، ۳ نفر از مصاحبه‌شوندگان جزو این دسته‌اند.



۴-۲-۶- استفاده انفرادی و دسته جمعی از اینترنت

ششمین مؤلفه استفاده‌شده برای سنجش شکل استفاده از اینترنت، استفاده‌نمودن انفرادی یا دسته جمعی از اینترنت است. نتایج نشان داد غالب افراد نمونه گرایش دارند به اینکه استفاده‌شان از اینترنت به صورت انفرادی باشد. شاید بتوان گفت اینترنت در بین افراد نمونه وسیله‌ای است که تنها برای استفاده یک نفر اختصاص دارد و استفاده دسته جمعی از اینترنت بندرت و تابع شرایط خاصی است که «نیاز» آن را تعیین می‌نماید، نیاز به یاد دادن، یاد گرفتن، تفنن. نظیر زمانی که می‌خواهیم صفحه یا مطلب یا تصویر جالبی را به دوستان، همکاران و اعضای خانواده نشان دهیم. یا به کسی در یافتن سایت یا در تکمیل نمودن فرمی در اینترنت (نظیر ثبت نام در کنکور کارشناسی ارشد دانشگاه‌ها) کمک نمائیم.

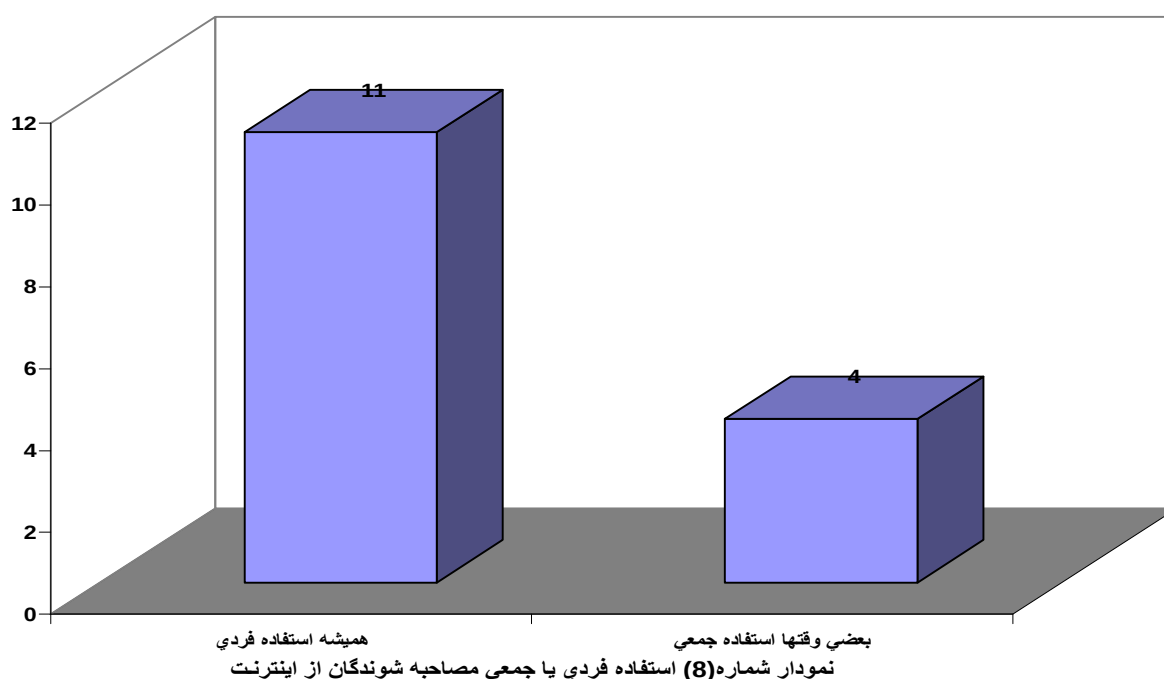
در مجموع، نتایج پاسخ بدین سؤال نشان داد که ۱۱ نفر از افراد نمونه اظهار داشته‌اند که همیشه به صورت انفرادی از اینترنت استفاده می‌نمایند. این درحالیست که ۴ نفر نیز اظهار داشته‌اند که بعضی وقتها از اینترنت به صورت دسته‌جمعی یا گروهی استفاده می‌نمایند.

بهرحال، تأمل در جزئیات پاسخ برخی از افراد نمونه درخصوص این پرسش می‌تواند در بهتر درک نمودن جنبه‌های مختلف این متغیر مفید فایده قرار گیرد.

- بهزاد ۳۱ ساله در پاسخ بدین سؤال بیان می‌دارد معمولاً بطور انفرادی از اینترنت استفاده می‌نماید. البته وی بیان می‌سازد که درخصوص این موضوع برحسب اینکه در محل کار به اینترنت متصل باشد یا خانه، تفاوت پیدا می‌نماید. بطوریکه، موقعی که در سرکار با اینترنت استفاده می‌نماید بیشتر به صورت انفرادی از اینترنت استفاده می‌نماید و استفاده دسته جمعی بندرت، آن هم در مواقعی که برای جستجو و یا نشان دادن خبری به همکاران باشد. اما در مواقعی که در خانه از اینترنت استفاده می‌نماید معمولاً ۵۰ درصد استفاده انفرادی و ۵۰ درصد استفاده دسته جمعی است که استفاده دسته جمعی معمولاً با همسر در مواقعی است که «محتوای ای میلی را می‌خواهم نشان دهم» یا در استفاده‌های تفریحی مثلاً تماشای کلیپ فلشی باشد.

- اندیشه ۲۵ ساله نیز چنین اظهار می‌دارد که بیشتر استفاده انفرادی از اینترنت به عمل می‌آورد (۹۷ درصد). استفاده دسته جمعی نیز تنها مواقعی است که خانه دوستم بروم یا در دانشگاه باشم که با دوستانم به طور مشترک به جست‌وجو پرداخته یا ای‌میل جالبی را به هم نشان دهیم. در صفحه بعد با ارائه نموداری توزیع پاسخ افراد نمونه درخصوص پرسش مطرح‌شده به خوبی نشان داده می‌شود.

با اذعان به یافته فوق، بیشتر افراد معترف بودند که همیشه از اینترنت به صورت فردی استفاده می‌نمایند و کم پیش می‌آید که بعضی وقتها بصورت دسته‌جمعی از اینترنت استفاده نمایند. تلاش در جهت کشف معنای یافته فوق ناخودآگاه ما را به طرح چند سؤال رهنمون می‌سازد: ۱- آیا اینترنت ماهیتاً از آن دسته تکنولوژی‌هایی است که می‌بایست بصورت فردی از آن استفاده شود؟ ۲- آیا می‌توان استفاده فردی یا جمعی از اینترنت را به نوع کاربری افراد مرتبط دانست یا با هدف و انگیزه کاربری افراد؟ ۳- آیا می‌توان استفاده فردی یا جمعی از اینترنت را با مکان، زمان، میزان و امکانات در دسترس، هزینه استفاده از اینترنت مرتبط دانست؟ شاید کسی استدلال نماید یک رایانه عبارتست از یک موس، یک کیبورد، یک مانیتور و یک کیس. بنابراین، استفاده از اینترنت نیز باید یک نفره باشد چرا که غیر از این، باید به ازای هر چند نفر، ما چند تا موس، چند تا کیبورد و غیره داشته باشیم.



۴-۲-۷- استفاده هم‌زمان یا انحصاری از اینترنت

هفتمین مؤلفه مورد استفاده دیگر جهت سنجش شکل استفاده از اینترنت این بود که از مصاحبه‌شوندگان این پرسش به عمل آمد. «در حین استفاده از اینترنت به کار(های) دیگری می‌پردازند و یا بطور انحصاری بر کاربری اینترنت متمرکز می‌شوند؟» که نتایج بدست آمده نشان می‌دهد اکثریت قریب به اتفاق افراد نمونه اذعان داشته‌اند که در حین استفاده از اینترنت به امور دیگری نیز می‌پردازند. حال این امور می‌تواند مربوط به کارهای دیگر با اینترنت و کامپیوتر یا مربوط به اموری دیگر باشد. نتایج یافته‌های تحقیق نشان داد از مرسوم‌ترین کارهایی که افراد نمونه در کنار استفاده از اینترنت انجام می‌دهند، به ترتیب: گوش‌دادن به موسیقی (۹ نفر)، تایپ‌کردن (۹ نفر)، صحبت با تلفن (۵ نفر)، صحبت با دیگران (۵ نفر)، یاهومسنجر (۴ نفر)، خوردن (۴ نفر)، مطالعه‌نمودن (۳ نفر)، ترجمه کردن (۲ نفر) و سرزدن به سایت‌های خبری (۱ نفر) است.

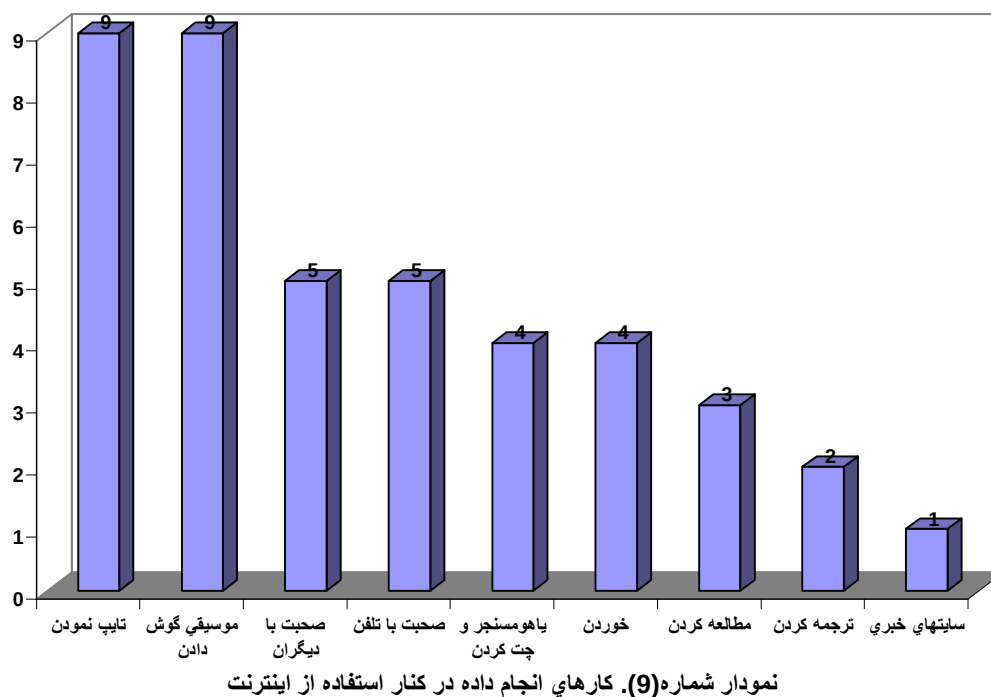
در کنار یافته‌های فوق، از نکات قابل توجه در میان پاسخ افراد می‌توان به جزئیات زیر اشاره داشت:

- کرم ۲۷ ساله با اذعان به اینکه معمولاً و به طور عادی در کنار استفاده از اینترنت کار دیگری نمی‌کند. اما اظهار می‌دارد که به ندرت اتفاق افتاده که در کنارش به اموری چون تایپ‌کردن، ترجمه-کردن، خوردن چای، گوش‌دادن به موسیقی و آشپزی کردن (مواقع استفاده از اینترنت در خانه) بپردازد.

- اندیشه ۲۵ ساله نیز در پاسخ به این پرسش بیان می‌دارد که در کنار استفاده از اینترنت معمولاً به تایپ، ویرایش، اموری مرتبط به کارش، گوش‌دادن موسیقی، استفاده از یاهومسنجر، گفتگو و صحبت با همکاران و صحبت با تلفن می‌پردازد. البته لازم به ذکر است که این توصیف مواقعی است وی سرکار است. اما در مواقعی که در دانشگاه و یا منزل دوستش از اینترنت استفاده می‌کند چون از یک طرف وقت استفاده کم است و از طرف دیگر، هزینه‌بر است بیشتر تمرکز دارد بر آن نوع استفاده‌ای که از اینترنت به عمل می‌آورد.

- زهره ۲۵ ساله نیز با اذعان به اینکه معمولاً در زمان استفاده از اینترنت تمرکزش بیشتر روی استفاده‌ای که در اینترنت می‌کند، است. بطوریکه، اظهار می‌دارد این امر باعث خستگی زیاد وی می‌شود. بنابراین، اضافه می‌دارد کم اتفاق می‌افتد در کنار استفاده از اینترنت به کار دیگری مشغول گردد. و استفاده حاشیه‌ای من شاید تنها به گوش دادن موسیقی خلاصه می‌شود.

در ادامه، جهت گویاتر نمودن پاسخ افراد نمونه بدین پرسش به ارائه نموداری در زیر متوسل گردید. با مشاهده نمودار شماره (۹) می‌توان قائل به الگوی ۳ طبقه‌ای از یافته فوق شد. بطوریکه در طبقه اول، تایپ نمودن و موسیقی گوش دادن جزو کارهای متداول، در طبقه دوم، صحبت با دیگران و صحبت با تلفن و یاهو مسنجر جزو کارهای نیمه متداول و نهایتاً، در طبقه سوم، مطالعه کردن، ترجمه کردن و سایتهای خبری جزو کارهای خاص محسوب می‌گردند.



۴-۲-۸- میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت

آخرین مؤلفه‌ای که برای سنجش شکل استفاده از اینترنت آورده شد، میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت می‌باشد. بطوریکه، از افراد نمونه این پرسش به عمل آمد «بطور متوسط برای استفاده از اینترنت چه مبلغی را پرداخت می‌نمائید؟» که البته این مبلغ شامل هزینه تلفن، هزینه کافی‌نت می‌باشد. نتایج بدست آمده نشان داد یک سوم افراد نمونه برای استفاده از اینترنت هزینه‌ای نمی‌پردازند چرا که در محل کار یا محل تحصیلشان به اینترنت متصل می‌گردند (۵ نفر). مابقی مصاحبه‌شوندگان نیز هزینه پرداختی ماهانه خود را چنین برشمرده‌اند: ۴ نفر بالای ۱۵ هزار تومان در هر ماه می‌پردازند. ۳ نفر بین ۱۰ تا ۱۵ هزار تومان و نهایتاً، ۳ نفر کمتر از ۱۰ هزار تومان هزینه برای استفاده از اینترنت می‌پردازند.

علاوه جمع‌بندی فوق، جزئیاتی نیز در پاسخ افراد نمونه درخصوص این پرسش وجود داشت که نکات ارزشمندی را نشان می‌داد:

- زهره ۲۵ ساله بیان می‌کند از آنجا که هزینه استفاده از اینترنت برایش مهم است از کارت شبانه که مبلغ کارت آن ارزان‌تر است استفاده می‌نماید که با این اوصاف، ماهانه ۱۰ هزار تومان برای استفاده از اینترنت می‌پردازد.

- علی ۲۶ ساله نیز اظهار می‌دارد که ماهیانه ۲۰ هزار تومان برای استفاده از اینترنت می‌پردازد که برای استفاده از اینترنت نیز از کارت استفاده نمی‌کند بلکه از ای‌دی‌اس‌ال^۱ استفاده می‌کند که تا قبل از استفاده از آن، از کارت اینترنت استفاده نموده که بطور متوسط هزینه‌ای برابر با ۳۰ هزار تومان در هر ماه می‌شد.

- نیما ۲۵ ساله نیز میزان هزینه پرداختی ماهانه خود را ۴۱۳۰۰ تومان ذکر نموده است چرا که از سیستم بی‌سیم^۲ استفاده می‌کند.

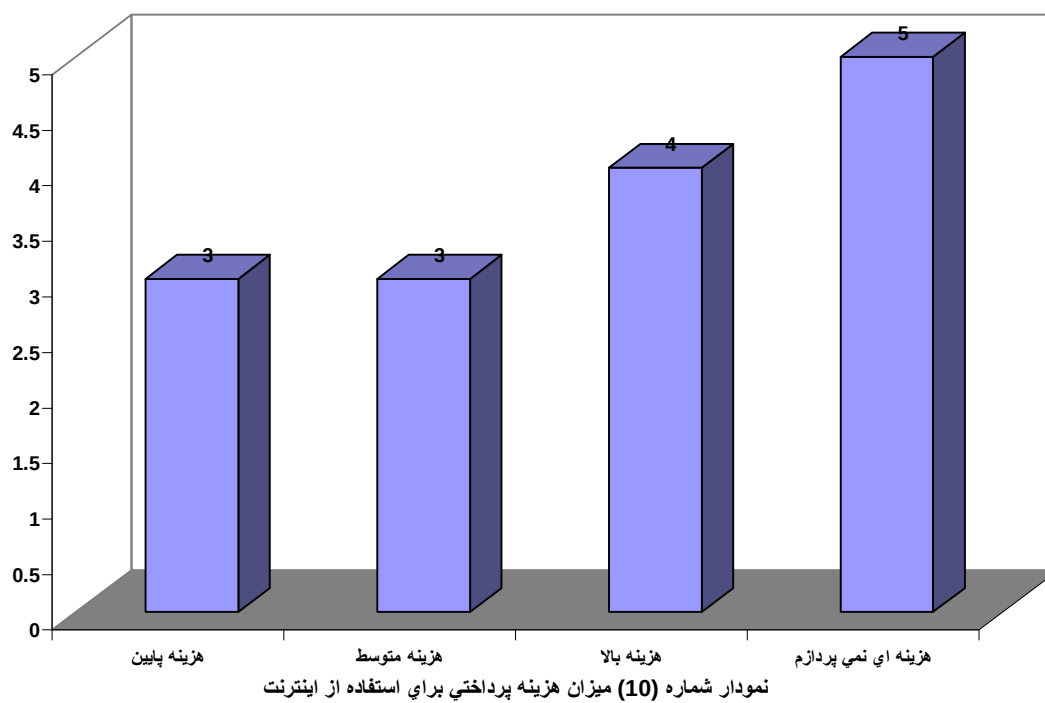
^۱ . Asymmetric Digital Subscriber Line or ADSL

^۲ . wireless

نمودار زیر ما را کمک می‌نماید تا درک بهتری از پاسخ افراد نمونه درخصوص هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت داشته باشیم.

در این مطالعه، همانگونه که در فصول پیشین ذکر شد، هزینه استفاده را جزو الگوی کلی ۸ گانه کاربری اینترنت به حساب آوردیم و یافته نمودار شماره (۱۰) نیز میزان هزینه پرداختی مصاحبه‌شوندگان نسل اولی اینترنت در استفاده از اینترنت است. وقتی به اول پاراگراف بر می‌گردیم و مطالب را بخوانیم ناخودآگاه این نکته به ذهن ما متبادر می‌شود این است که یکی از پارامترهایی که افراد با این سابقه کاربری در کاربری خود از اینترنت در نظر می‌گیرند الگوی پرداخت هزینه برای استفاده از اینترنت است. بطوریکه، افراد متناسب با نیاز خود و سطح دسترسی و امکانات خود به اینترنت، میزان هزینه پرداختی خود را از اینترنت نیز تعیین می‌نمایند.

بعنوان مثال، کسی که بواسطه کارش (تجارت الکترونیک) بیشترین نیاز را به اینترنت دارد، بیشترین هزینه را برای استفاده از اینترنت می‌پردازد و کسی که نیازش تنها به چک‌کردن ای‌میل و استفاده از موتورهای جست‌وجو است، سعی می‌نماید که با کمترین هزینه و یا بدون پرداخت هزینه از اینترنت استفاده نماید.



۳-۴- روند تحول شکل استفاده از اینترنت در طول استفاده از اینترنت

پس از اینکه از مصاحبه‌شوندگان الگوی کاربری آنها از اینترنت در حال حاضر مورد پرسش و بررسی قرار گرفت. در گام بعد، با هدف شناسایی سیر تحول کاربری اینترنت، از مصاحبه‌شوندگان همان ۸ مولفه کاربری مجدداً با بیانی دیگر، مورد پرسش قرار گرفت. بعنوان مثال، از مصاحبه‌شوندگان پرسیده شد «شما فرمودین در حال حاضر بیشتر در محل کار از اینترنت استفاده می‌نمایید، می‌توانید بگویید که در آغاز کاربری اینترنت بیشتر در چه مکانهایی از اینترنت استفاده می‌نمودید و چگونه شد که هم‌اکنون در محل کار از اینترنت استفاده می‌نمایید، لطف کنید سیر تحول مکان استفاده خود را از اینترنت برای ما شرح دهید؟». در ادامه، پاسخ مصاحبه‌شوندگان درخصوص روند تحول هر یک از ۸ مولفه مورد بررسی الگوی کاربری اینترنت آورده شده است.

۳-۴-۱- روند تغییرات نوع استفاده از اینترنت در طول زمان

بعنوان اولین سؤال جهت سنجش روند تحول شکل استفاده از اینترنت، از آنها این پرسش به عمل آمد، «انواع استفاده‌ای که از اینترنت از زمان آغاز کاربری اینترنت به عمل می‌آورند، توصیف نمایند؟». که جهت پاسخ افراد نمونه به این پرسش، افراد نیازمند مکشی جهت تفکر و یادآوری گذشته خود بودند و احیاناً مصاحبه‌گران نیز گاهی جهت یادآوری، مطالبی (به شیوه‌ای که باعث سوگیری پاسخ‌ها نشود) را گوشزد می‌نمودند. بهرحال، نتایج بدست‌آمده از پرسش انواع استفاده‌هایی که مصاحبه‌شوندگان از اینترنت در آغاز کاربری داشتند نشان داد که موتورهای جستجو را بدون استثناء تمامی افراد نمونه مورد استفاده قرار می‌دادند. البته لازم به توضیح است که ماهیت جست‌وجو در زمان آغاز کاربری تا اندازه‌ای با ماهیت جست‌وجو در حال حاضر تفاوت دارد. پس از آن، چت‌نمودن (۱۳ نفر) بیشترین استفاده را در میان افراد نمونه را داشت. مشاهده سایت‌های پورنوگرافیک (۶ نفر) و وب‌گردی (۴ نفر) و بالاخره، استفاده از سایت‌های سیاسی و خبری (۳ نفر) نیز از دیگر استفاده‌های رایج میان افراد نمونه به شمار می‌آمد.

آنچه افراد نمونه در توصیف سیر تحول استفاده‌های خود از اینترنت بیان داشتند این بود که به دلایلی چون کنجکاوی، آشنایی بیشتر با دنیای مجازی اینترنت، ارتباط راحت و بدون محدودیت با جنس مخالف، شور جوانی و نوجوانی، برخورداری از تب و تاب سیاسی، استفاده‌هاشان از اینترنت شکل می‌گرفت و این امر تا جایی ادامه پیدا می‌نمود که شاهد هدفمند شدن استفاده‌های افراد از اینترنت و در نتیجه محدود شدن دامنه استفاده از اینترنت باشیم.

بنابراین، برخلاف الگویی که مصاحبه‌شوندگان در استفاده از اینترنت در حال حاضر متصور شدند، در آغاز کاربری خود شاهد بی‌الگویی بارز هستیم. بطوریکه، افراد مدام از جنبه‌های مختلف اینترنت را مورد استفاده قرار داده و به سرعت نیز آن را رها کرده و به سمت دیگر گرایش پیدا می‌نمایند تا اینکه، در نهایت، این سرگردانی ناشی از استفاده‌های بی‌هدف بتدریج رو به کاهش رفته و تمرکز افراد بر جنبه‌های خاصی قرار می‌گیرد. از سوی دیگر، در اوان کاربری افراد از اینترنت شاهدیم که اهمیت جنبه‌های مختلف اینترنت برای وی مشخص نیست و نمی‌تواند قائل به تفاوت و ارزش‌گذاری بین آنها گردد. اما بتدریج این توانمندی را پیدا می‌نماید. همانطور که در حال حاضر، قائل به طبقه‌بندی انواع استفاده‌های خود از اینترنت است منجمله طبقه‌بندی برحسب اهمیت، زمان استفاده، هدف کاربری و غیره.

در ادامه، ذکر برخی جزئیات مرتبط با پاسخ افراد نمونه نکات قابل توجه‌ای را پیش روی ما قرار می‌دهد:

- اندیشه ۲۵ ساله در توصیف روند تحول انواع استفاده خود از اینترنت بیان می‌دارد از آنجا که اوایل استفاده‌اش از اینترنت برمی‌گردد به فعالیت وی در انجمن علمی دانشگاه، بنابراین، استفاده‌اش از اینترنت بیشتر شامل جست‌وجوی فیلم‌های روز و پوستر فیلم‌ها بود و در ادامه، می‌افزاید که اوایل به دلیل عدم آشنایی با اینترنت، استفاده‌اش از اینترنت محدود می‌شد به دانلود فیلم‌ها. بعدها بتدریج جنبه‌های بیشتری در خصوص اینترنت یاد گرفت. همچنین، تحت تأثیر دوستانش شروع به استفاده از سایر امکانات اینترنت شامل یاهو مسنجر، ای‌میل، موتور جست‌وجو و وبلاگ‌نویسی و وبلاگ‌خوانی نمود. هم‌اکنون نیز به دلیل اشتغال به کار، استفاده‌اش از اینترنت، بیشتر جنبه کاری دارد.

- زهره ۲۵ ساله نیز در توصیف سیر تحول انواع استفاده خود از اینترنت بیان می‌دارد اوایل انواع استفاده‌اش بیشتر براساس جذابیت‌های امکانات اینترنت شکل می‌گرفت. بنابراین، استفاده‌اش سطحی و ابتدایی بود. بطوریکه، انواع استفاده‌اش در آن زمان، موارد زیر را در بر می‌گرفت: چک کردن ای‌میل، سایت‌های سیاسی، کسب اطلاعات شخصی چون بلیط قطار، نقشه‌ها، فرهنگ لغات و چت نمودن. که در زمان فعلی به خاطر محدودیت در دسترسی به اینترنت، این تنوع استفاده از اینترنت، تقلیل یافته و شامل استفاده‌های مهم مرتبط با نیاز وی را شامل شده است.

- علی ۲۷ ساله نیز در توصیف روند تحول انواع استفاده از اینترنت چنین بیان می‌دارد که وی از کاربران قدیمی اینترنت است و شروع کارش با اینترنت از «بی‌بی‌اس»^۱ و «ایترانت»^۲ بود. بعد از شروع به کار با اینترنت، به چت نمودن، مطالعه سایت‌ها، یاهو مسنجر، ای‌میل می‌پرداخت. بطوریکه، در ادامه می‌افزاید یک سال بعد از استفاده از اینترنت، چت می‌نموده است بعد وارد روزنامه‌نگاری شده و از سایت‌های خبری استفاده می‌نمود. وی سیر تحول نوع استفاده خود را از اینترنت، سیر از استفاده‌های آنلاین به استفاده‌های آفلاین می‌داند.

- نیما ۲۵ ساله نیز بعنوان یک کاربر قدیمی و حرفه‌ای همانند علی ۲۷ ساله اظهار می‌دارد که زمان استفاده‌اش از اینترنت به «بی‌بی‌اس» برمی‌گردد. در زمان استفاده‌اش از «بی‌بی‌اس»، نوع استفاده‌اش از اینترنت به دوستیابی اختصاص پیدا می‌نمود که در دوستیابی به صحبت و عضویت در گروه‌های مشتمل بر افراد هم‌سن و سال و با دغدغه‌های مشترک بود که تعداد اعضای گروه به ۲۰۰ نفر می‌رسید. بعدها با کمک همین افراد مجله‌ای اینترنتی را ایجاد نمودند. بعد از آمدن اینترنت اکسپلورر^۳ استفاده‌های وی از اینترنت به شرح زیر شکل گرفت: سایت‌های پورنوگرافیک، که ۱ تا ۲ سال طول کشید که دلیل استفاده، کنجکاو بود. اما اعتراف می‌کند که بیشترین وقتش برای تولید محتوا در اینترنت بود. در ادامه می‌افزاید بیشتر کسانی که هم- اکنون تولیدکننده محتوا هستند همان کسانی هستند که قبلاً از «بی‌بی‌اس» استفاده می‌کردند. البته دیگر به

¹. Bulletin Board System or BBS

². interanet

³. Internet Explorer

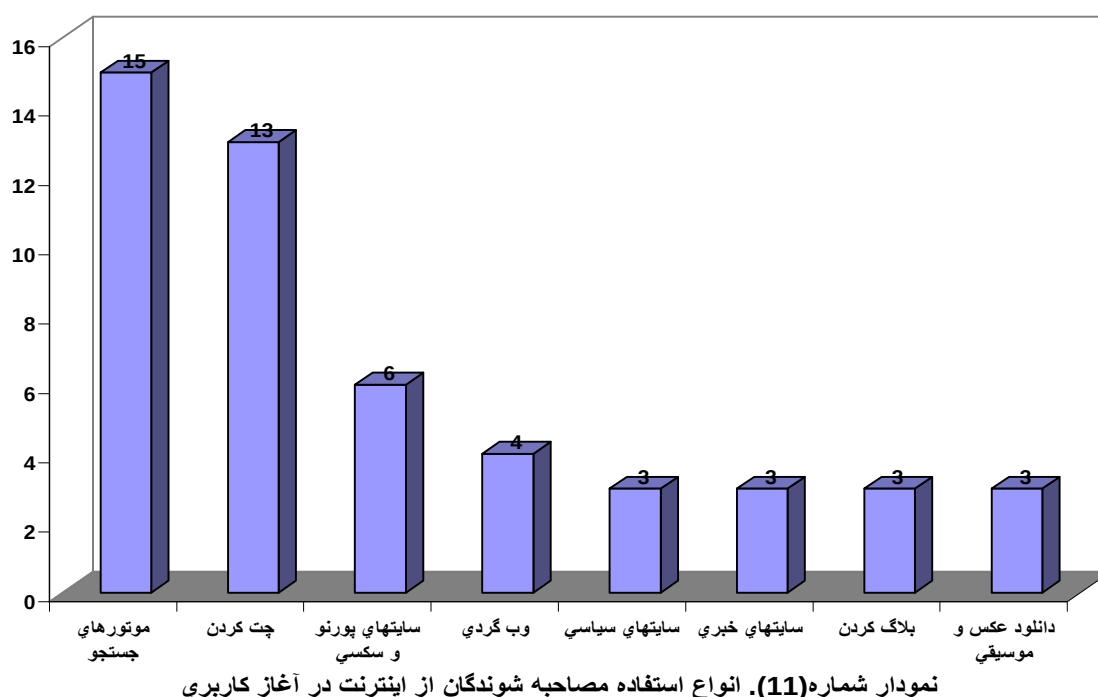
دلیل اینکه کارش تجارت الکترونیک است، بیشترین زمان و تمرکز استفاده‌اش از اینترنت به این کار اختصاص دارد و استفاده‌های دیگر در حاشیه قرار دارند.

- زهره ۲۷ ساله نیز در توصیف روند تحول نوع استفاده خود چنین بیان می‌دارد از سال ۸۰ تا ۸۱ فقط به چک کردن ای میل و چت نمودن (البته با دوستان شناخته شده) می‌پرداخت اما بعد از سال ۱۳۸۱ که سرکار آمد چت خیلی کم شد و در عوض، استفاده از موتورهای جستجو (به قصد اهداف کاری)، سایت‌های خبری، وبلاگ خوانی، دانلود و گوش دادن به موسیقی، ای میل افزایش یافت.

- فریدون ۲۸ ساله نیز در توصیف روند تحول نوع استفاده خود از اینترنت بیان می‌دارد که ۳ نوع استفاده جست‌وجوی سایت‌های پورنوگرافیک، ای میل و جستجوی علمی استفاده‌های بودند که وی در اوایل استفاده از اینترنت انجام می‌داد. و در ادامه توضیح می‌دهد که تا قبل از اینترنت، اصلاً فیلم و عکس سکسی ندیده بود اما بعد از اینترنت، فرصتی پیش آمد که به سمت سایت‌های پورنوگرافیک کشیده شود. البته احساس گناه نیز وی را اذیت می‌نمود ولی در عین حال، این میل محدود هم نمی‌شد. تا اینکه پس از مدتی این میل فروکش کرد و کم‌رنگ گردید و در نهایت، دیگر سراغ آن نرفت و هم‌اکنون، اشتغال و تأهل و فرصت کم، استفاده وی را از اینترنت محدود به استفاده‌های خاص نموده است. البته وی مدعی شد که با راه اندازی وبلاگی به ارائه نظرات و اندیشه‌های خود در جامعه طنز از افتادن به وادی استفاده آفلاین اجتناب نموده و از سطحی از ارتباط با مخاطبان خود برخوردار است.

- یوسفی ۲۵ ساله نیز در توصیف سیر تحول استفاده خود از اینترنت بیان می‌دارد چت، بیش از ۹۰ درصد استفاده‌اش را از اینترنت، به خود اختصاص می‌داد چراکه وی بیان می‌دارد، از آنجاکه در آن موقع امکانات فارسی کم بود و بنابراین، افراد مجبور بودند به سمت چت کردن و سایت‌های پورنوگرافیک بروند. در ادامه، نیز می‌افزاید، استفاده‌های دیگر وی سایت‌های ورزشی بود که به دلیل علاقه‌اش به فوتبال شکل گرفت. ولی این الگو به تدریج دستخوش تغییر شد بطوریکه، با ورود وبلاگ به ایران، با ایجاد یک وبلاگ شخصی سایر استفاده‌هایش از اینترنت تحت الشعاع قرار گرفت که هم اکنون نیز ادامه دارد و از این طریق شکلی از ارتباطات اینترنتی را با افراد هم‌فکر و هم‌اندیشه خود پیدا نموده است.

نمودار زیر، گویای انواع استفاده افراد نمونه در آغاز کاربری از اینترنت است:



۲-۳-۴- روند تغییرات اولویت استفاده از اینترنت در طول زمان

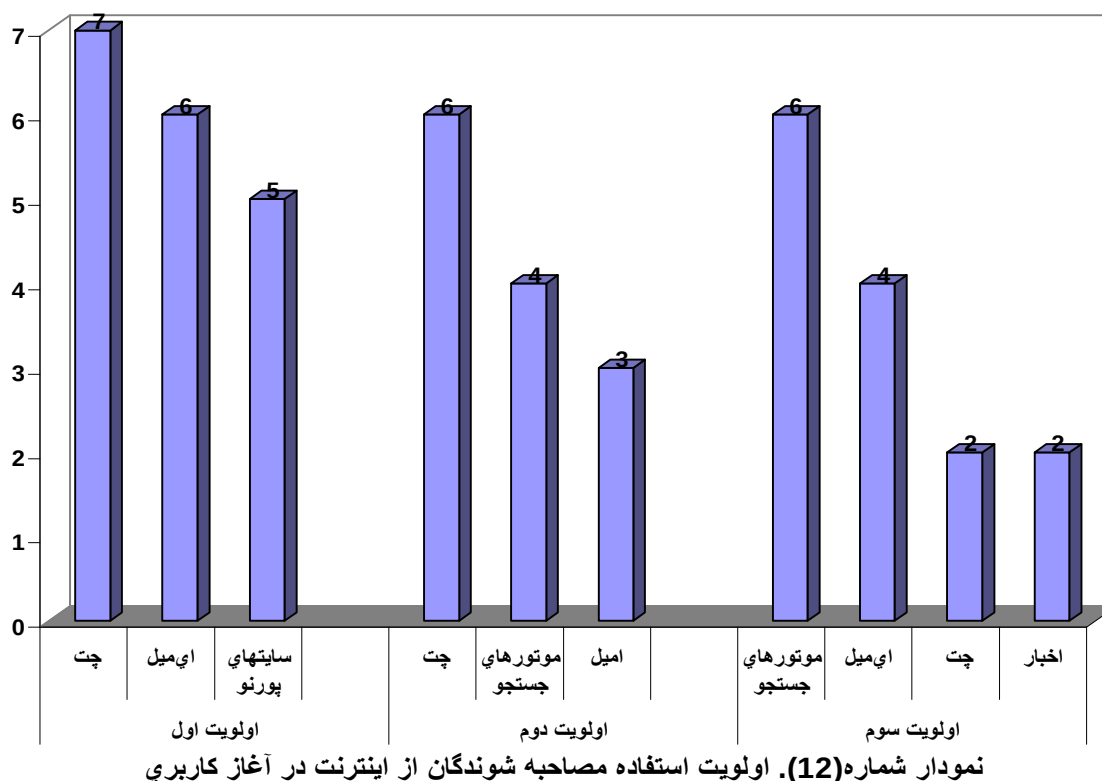
دومین مؤلفه مورد استفاده جهت سنجش روند تحول شکل استفاده افراد از اینترنت، اولویت استفاده افراد در طول استفاده از اینترنت است. بطوریکه، از افراد نمونه این پرسش به عمل آمد اگر خواسته باشید بین استفاده‌هایی که در طول استفاده از اینترنت به عمل آورده‌اید، اولویت‌بندی نمایید، چگونه است؟ که نتایج نشان داد که چت، ای‌میل و سایت‌های پورنو از استفاده‌هایی هستند که افراد نمونه به عنوان اولویت‌های اول خود در اوایل استفاده از اینترنت بیان ساخته‌اند. اولویت دوم استفاده افراد نمونه عبارتند از: چت، موتورهای جست‌وجو، ای‌میل بوده و درنهایت، اولویت سوم استفاده افراد نمونه از اینترنت موتورهای جست‌وجو، ای‌میل و سایت‌های پورنو است.

از نکات قابل توجه در میان پاسخ افراد نمونه می‌توان به مورد زیر اذعان داشت:

- اندیشه ۲۵ ساله در توصیف روند تحول اولویت استفاده خود از اینترنت بیان می‌دارد که در طول استفاده از اینترنت، استفاده‌هایش متأثر از فعالیت‌های دانشجویی و آشنایی با اینترنت بود. بطوریکه، در بدو شروع استفاده از اینترنت تنها به دنبال جستجوی فیلم‌ها بود. بتدریج و با آشنایی بیشتر با اینترنت اولویت استفاده‌اش از اینترنت بدین صورت شکل گرفت: چت و فیلم ۵۰ درصد، فیلم ۳۰ درصد و موتورهای جست‌وجو ۲۰ درصد. ولی هم اکنون این الگو تغییر یافته است و متأثر از شرایط کاری وی شده است.

با مشاهده نمودار شماره ۱۲ و مقایسه آن با نمودار شماره ۳، به عبارتی، مقایسه اولویت استفاده از اینترنت در زمان حال حاضر، با زمان آغاز کاربری می‌توان پی برد که چت بعنوان اولویت اول استفاده افراد از اینترنت در آغاز کاربری جایش را به موتورهای جست‌وجو و چک‌کردن ای‌میل می‌دهد و از سوی دیگر، موتورهای جست‌وجو به قصد جست‌وجوی موضوعات ی و پورنو و غیرعلمی و کاری جایش را به مرور سایتهای خبری می‌دهد.

بنابراین، میل شدیدی به چت‌کردن و سایتهای پورنو و ی در آغاز کاربری به مرور چند ماه با اذعان گفته‌های مصاحبه‌شوندگان-۶ ماه- بتدریج کاسته‌شده و بتدریج جایش را به موتورهای جست‌وجو به قصد کاری و تحصیلی در راستای نیاز تحصیلی و کاری و استفاده از ای‌میل و یاهو‌مسنجر در راستای نیاز ارتباطی با دوستان مشخص تحصیلی و کاری و نهایتاً استفاده از سایتهای خبری در راستای نیاز به کسب اطلاعات و اخبار می‌دهد.



۴-۳-۳- روند تغییرات مکان استفاده از اینترنت در طول زمان

پرسش مطرح شده دیگر برای سنجش روند تحول شکل استفاده از اینترنت، تغییرات الگوی مکان استفاده از اینترنت در طول زمان است. نتایج بدست آمده نشان داد بیشتر افراد نمونه در محل تحصیل از اینترنت استفاده می‌نمایند. بیشتر افراد نمونه از آنجا که در دوران دانشجویی با اینترنت آشنا شده‌اند، محل تحصیل یعنی دانشگاه اولین مکان برای آشنایی و کاربری دنیای اینترنت بود و از آنجا که هزینه‌ای نیز برای افراد نداشته است، مکان خوبی برای استفاده از اینترنت جهت یادگیری، ارضای کنجکاوی و ارتباط با دنیای پیرامون قلمداد می‌گشت که چه بسا همراه با آزمون و خطاهای بسیاری در امر یادگیری و شناخت دنیای اینترنت بود. محل سکونت نیز مکان دیگری بود که افراد نمونه پس از محل تحصیل از اینترنت استفاده می‌نمودند. این افراد نیز شامل کسانی هستند که سابقه و پیشینه خانوادگی کاربری کامپیوتر را داشته و علاوه بر محل تحصیل، در محل سکونت نیز از اینترنت استفاده می‌نمایند.

در ادامه، ذکر برخی جزئیات افراد نمونه درخصوص روند تغییرات الگوی مکانی استفاده از اینترنت جالب توجه است:

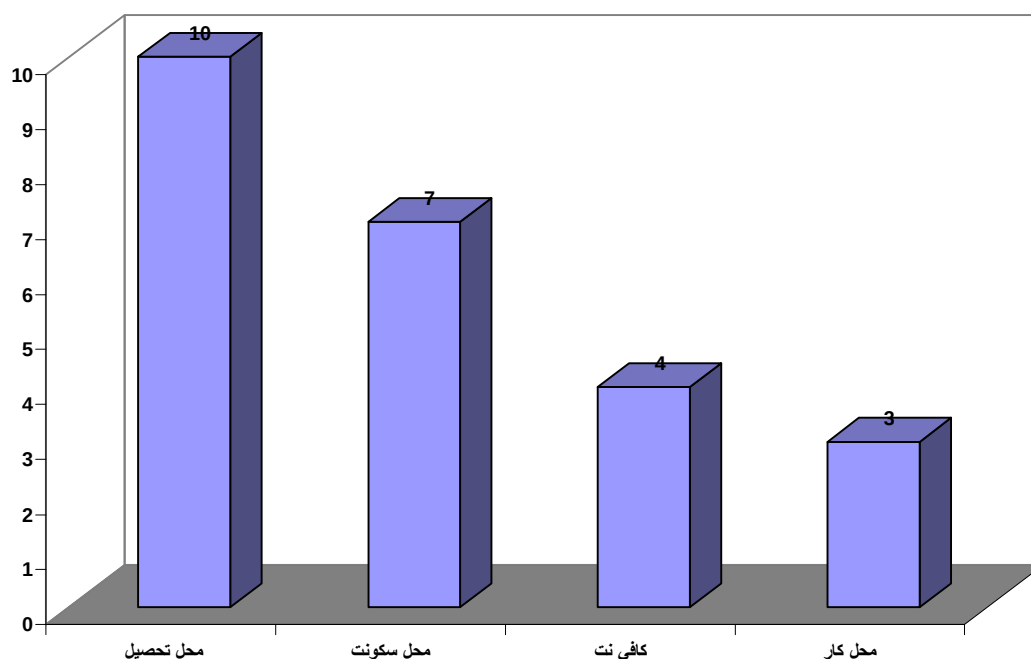
- زهره ۲۵ ساله در توصیف تغییرات الگوی مکان استفاده خود از اینترنت، ۳ مکان دانشگاه به عنوان محل تحصیل، خوابگاه به عنوان محل سکونت و کافی نت را برای استفاده از اینترنت برمی شمرد. وی دلیل تنوع مکان های استفاده خود را تنوع استفاده های خود از اینترنت می داند. که گاهی سرعت پایین اینترنت و کیفیت آن مجبور می شد به کافی نت ها نیز برود. ولی بعدها متناسب با موقعیت کاری، بیشتر در محل کار خود از اینترنت استفاده می نمود.

- زهره ۲۷ ساله نیز مکان های استفاده خود را از اینترنت چنین برمی شمرد: سایت دانشگاه به عنوان محل تحصیل و کافی نت و محل کار. وی نیز دلیل تنوع مکان استفاده خود را از اینترنت به خاطر چت- نمودن با دوستش که در خارج زندگی می کرد، ذکر می نماید. و در ادامه، می افزاید در خانه گرچه کامپیوتر داشته ولی چون دست خواهر کوچکترش بود به وی وقت نمی داد که از اینترنت استفاده نماید. ولی هم اکنون به دلیل اشتغال، تنها در محل کار از اینترنت استفاده می نماید و نیاز وی نیز تا اندازه نیست که علاوه بر محل کار، از سایر مکانها به اینترنت متصل شود.

در صفحه بعد، یافته های بدست آمده پیرامون الگوی مکانی استفاده از اینترنت در طول زمان با ترسیم نموداری به خوبی نشان داده می شود.

همانگونه که در نمودار شماره (۱۳) مشاهده می شود ۱۰ نفر از مصاحبه شوندگان مکان استفاده از اینترنت خود را در آغاز کاربری را محل تحصیل، ۷ نفر از مصاحبه شوندگان در محل سکونت، ۴ نفر در کافی نت و ۳ نفر در محل کار به اینترنت وصل می شوند. یافته فوق در مقایسه با الگوی مکان استفاده مصاحبه شوندگان در زمان حال حاضر، محل کار، خانه، محل تحصیل، منزل دوست و کافی نت نشان می دهد که الگوی مکان استفاده از محل تحصیل و محل سکونت، کافی نت و محل کار در آغاز کاربری به تدریج تغییر یافته و جایش را به الگوی مکان استفاده به ترتیب محل کار، خانه و محل تحصیل، منزل دوست و کافی نت می دهد. در تغییر این الگو لازم به توضیح است که در آغاز کاربری، محل تحصیل

مکانی بود که بیشتر افراد از آنجا به اینترنت دسترسی داشته‌اند. به چند دلیل، ۱- اینترنت تازه فراگیر شده بود و دانشگاهها اولین مراکزی بودند که به اینترنت دسترسی داشتند. ۲- بیشتر نسل اولی کاربران اینترنت دانشجوی بودند. ۳- افراد برای یادگیری اینترنت و آزمون و خطا و به اصطلاح ارضاء کردن حس کنجکاوی و هیجان روبروشدن با تکنولوژی جدید، دانشگاه بهترین مکان بود. اما هم اکنون با اشتغال به کار افراد، محل کار اولویت اول مکان استفاده افراد قلمداد می‌گردد وجه مشترک محل تحصیل در آغاز کاربری و محل کار، در رایگان بودن استفاده از اینترنت است.



نمودار شماره (13). مکان استفاده از اینترنت در آغاز کاربری

۴-۳-۴- روند تغییرات زمان استفاده از اینترنت در طول زمان

از افراد نمونه پرسیده شد «از آغاز کاربری با اینترنت، الگوی زمانی استفاده‌شان از اینترنت چگونه بوده است؟» که پاسخ افراد نمونه نشان داد شب‌ها و بعدازظهرها بیشترین زمان‌هایی بودند که افراد از اینترنت استفاده می‌نمودند. افرادی که شب‌ها از اینترنت استفاده می‌نمودند کسانی بودند که در خانه به اینترنت متصل می‌شدند و افرادی که بعدازظهرها از اینترنت استفاده می‌کردند آن دسته افرادی بودند که پس از فراغت از تحصیل و کار فرصت پیدا می‌نمودند که از اینترنت استفاده می‌نمودند. همچنین، صبح‌ها و در طول حضور در دانشگاه نیز از بیشترین زمان‌هایی بودند که افراد به استفاده از اینترنت مبادرت می‌ورزیدند. این زمان بیشتر مختص کسانی بودند که در دانشگاه حضور داشته و در این مکان از اینترنت استفاده می‌نمودند. لازم به ذکر است که ۶ نفر از پاسخگویان اظهار داشته اند که فاقد الگوی مشخص زمانی برای استفاده از اینترنت هستند که نسبت به پاسخ مصاحبه‌شوندگان به این سؤال در زمان کنونی، شاهد نسبت بیشتر هستیم.

در ادامه، به برخی از جزئیات پاسخ افراد نمونه درخصوص پرسش فوق اشاره خواهد شد:

- علی ۲۷ ساله در توصیف الگوی زمانی استفاده خود از اینترنت بیان می‌سازد که روزها الگوی زمانی خاصی نداشته ولی شب‌ها معمولاً ساعت ۱۰ تا ۱۲ شب از اینترنت استفاده می‌نمود. از طرفی استفاده از اینترنت در این ساعت شب بدین خاطر بود که در ساعات زودتر تلفن منزل اشغال شده و موجب اعتراض اهل منزل می‌شد. ولی بعدها شرایط وی تغییر یافت که این تغییر باعث تغییر الگوی زمانی وی نیز گردید. بطوریکه، با خرید لپ‌تاپ بیشتر از طریق لپ‌تاپ و در محل کار به اینترنت متصل می‌شود.

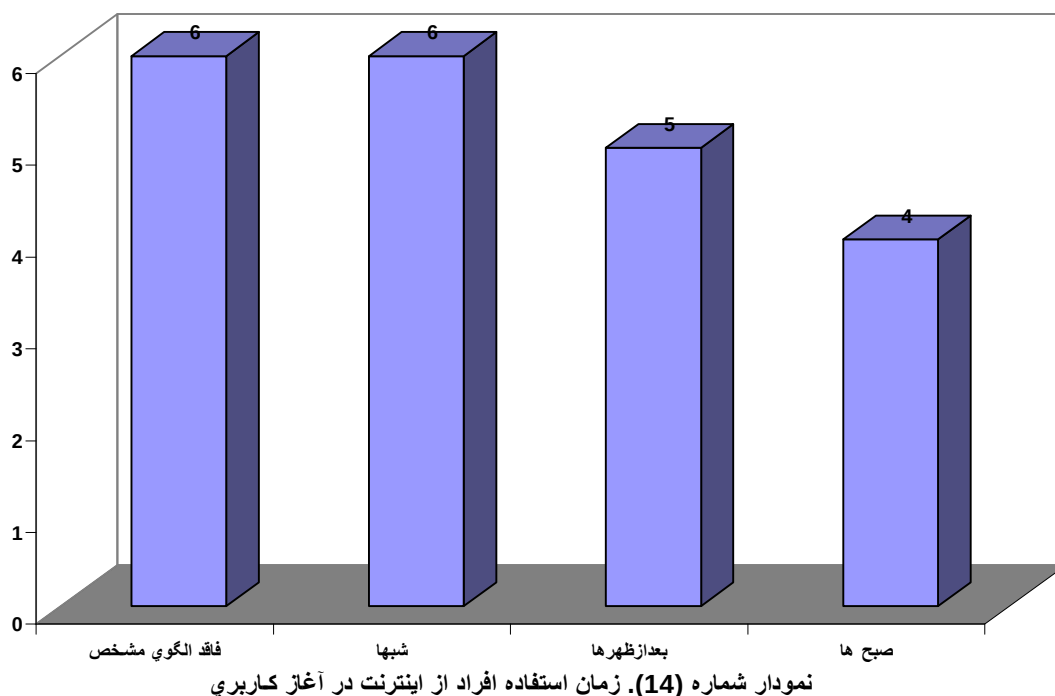
- نیما ۲۵ ساله نیز در پاسخ به الگوی زمانی استفاده خود از اینترنت بیان می‌دارد از آنجاکه پس از فراغت از تحصیل در مدرسه مجبور می‌شد از اینترنت استفاده نماید و چون مدرسه‌اش نیز ۱ هفته شیفت صبح بود و هفته دیگر شیفت بعدازظهر، بنابراین، در یک هفته از ساعت ۳ تا ۴ بعدازظهر هر روز

از اینترنت استفاده می‌نمود و هفته دیگر ۹ تا ۱۰ شب. البته وی در ادامه اضافه می‌دارد که پس از مدتی با ورود اینترنت اکسپلورر الگوی زمانی وی با اجازه خانواده‌اش از ۱۲ تا ۳ شب تغییر پیدا نمود.

- زهره ۲۷ ساله نیز الگوی زمانی خود را برحسب ۳ مکان استفاده از اینترنت از هم منفک می‌نماید. بدین شکل که زمانی که در دانشگاه به اینترنت متصل می‌شد هم صبح‌ها و هم بعدازظهرها از اینترنت استفاده می‌نمود که بیشتر صبح‌ها بین ساعات ۹ تا ۱۲ می‌باشد. زمانی که در کافی‌نت از اینترنت استفاده می‌کرد زمان استفاده بعدازظهرها و بین ساعت ۵ تا ۷ بعدازظهر بود. و در نهایت، پس از اشتغال به کار، معمولاً زمان خاصی برای استفاده از اینترنت وجود نداشت و در طول ساعات کار هر زمان امکان استفاده از اینترنت برایش وجود داشت.

بنابراین، با استناد به یافته زمان استفاده افراد در آغاز کاربری و مقایسه آن با الگوی زمان استفاده افراد در کاربری در زمان حاضر می‌توانیم شاهد تغییراتی در این الگویی ۳ وجهی باشیم. بطوریکه در آغاز کاربری دیگر، فاقد الگوی ثابت زمانی از اینترنت هستیم چرا که عاملی که باعث شکل‌گیری این الگو بود یعنی نیاز همیشگی و سر و کار داشتن همیشگی با اینترنت وجود ندارد. بنابراین، در آغاز کاربری شاهد دو وجه یعنی الگوی متغیر زمانی و فاقد الگوی زمانی استفاده از اینترنت هستیم و در آغاز کاربری نیز شاهدیم که میزان افرادی که دارای فاقد الگوی زمانی هستند بیش از زمان حاضر است.

اما وجه مشترکی که الگوی زمانی آغاز کاربری و حال حاضر وجود دارد. عدم تفاوت محسوس بین اوقات شبانه روز یعنی شبها، عصرها و صبح‌ها دارد. بطوریکه، کماکان شبها چه در اوان کاربری و چه در حال حاضر بیشترین زمانی بوده است که افراد از اینترنت استفاده می‌نمایند.



۴-۳-۵- روند تغییرات میزان استفاده از اینترنت در طول زمان

درخصوص الگوی مدت زمان یا میزان استفاده افراد نمونه از اینترنت نتایج نشان داد که استفاده افراد از اینترنت در بدو شروع کاربری با اینترنت در مقایسه با مدت زمان استفاده از اینترنت در زمان کنونی از درصد پایین تری برخوردار است. بطوریکه، هرچند استفاده‌هایی که افراد از اینترنت می‌نمودند استفاده‌های هدفمند و الگومندی نبوده است. اما به دلایلی چون کیفیت و سرعت پایین اینترنت در آن زمان، عدم امکان مناسب برای دسترسی برای اینترنت و ضعف امکانات و غیره، مدت زمان استفاده از اینترنت پایین بود. از سوی دیگر برخی افراد الگوی میزان استفاده‌شان از اینترنت به صورت روزانه نبوده بلکه یک روز یا دو روز در میان بوده است.

درمجموع، نتایج یافته‌های مصاحبه عمقی نشان داد که ۴ نفر از افراد نمونه، هفته‌ای کمتر از ۵ ساعت، ۳ نفر بین ۵ تا ۹ ساعت در هفته، ۳ نفر بیشتر از ۲۰ ساعت در هفته از اینترنت و در نهایت، ۱ نفر نیز به میزان استفاده ۱۰ تا ۱۹ ساعت در هفته اذعان داشته است.

از نکات قابل توجه می‌توان به جزئیات افراد نمونه در پاسخ به این پرسش اشاره نمود:

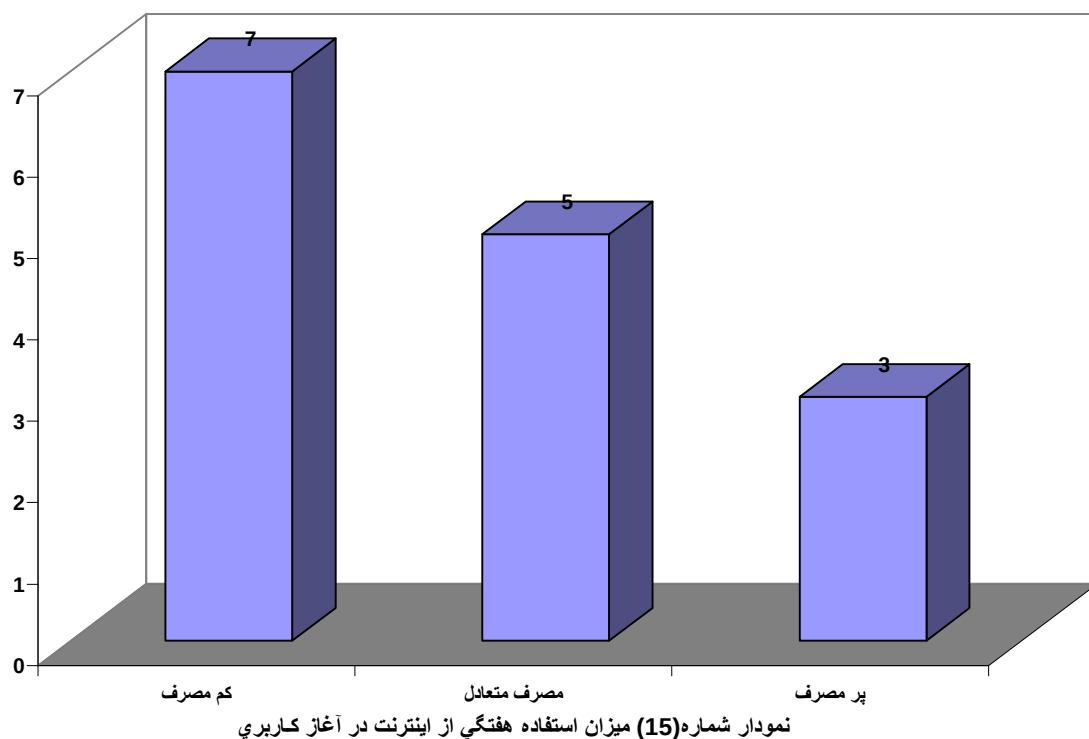
- زهره ۲۵ ساله در توصیف تغییرات الگوی مدت زمان استفاده خود از اینترنت بیان می‌دارد چون کیفیت ارائه خدمات اینترنت و سرعت آن در آن زمان بسیار پایین بود. و از طرفی رغبت و استقبال بچه‌های دانشگاه از اینترنت عمدتاً به خاطر چت کردن زیاد بود، فرصتی برای استفاده از اینترنت (علیرغم رغبت زیاد به اینترنت) برای وی پیش نمی‌آمد. بطوری که، مدت استفاده وی از اینترنت به روزی ۱ ساعت محدود می‌شد. ولی هم‌اکنون با امکان دسترسی همیشگی به اینترنت، محدودیتی در میزان استفاده از اینترنت ندارد.

- نیما ۲۵ ساله نیز در توصیف تغییرات الگوی میزان استفاده خود از اینترنت چنین مطرح می‌سازد از آنجاکه در موقعی که از «بی‌بی‌اس» استفاده می‌نمود متوسط روزی ۱ ساعت از آن استفاده می‌کرد. اما پس از شروع به کاربری با اینترنت اکسپلورر مدت زمان استفاده به روزی ۴ تا ۵ ساعت تغییر پیدا نمود.

- زهره ۲۷ ساله نیز در پاسخ بدین پرسش بیان می‌دارد اوایل قبل از اینکه به کار بیاید در هفته ۳ بار و هر بار نیز ۱ ساعت (مجموعاً هفته‌ای ۳ ساعت) از اینترنت استفاده می‌نمود. اما پس از اشتغال به کار چون اینترنت همیشه قابل دسترس بود معمولاً میزان استفاده به روزی ۲ ساعت و هفته‌ای ۱۰ ساعت افزایش یافت.

در صفحه بعد نمودار الگوی تغییرات میزان استفاده از اینترنت در طول زمان آورده شده است. با مشاهده نمودار شماره ۱۵ و مقایسه آن با نمودار شماره ۵، به جرأت می‌توان شاهد تغییرات محسوسی در الگوی مدت زمان استفاده افراد از اینترنت در طی کاربری افراد باشیم. بطوریکه، در آغاز کاربری بیشتر افراد استفاده کمی از اینترنت به عمل می‌آوردند. یعنی کم مصرف بودند اما هم

اکنون مصرف آنها به تعادل رسیده و میزان استفاده آنها در حد نرمال و معمولی است. به قسمی، در آغاز کاربری شاهد سیر نزولی در مدت استفاده از اینترنت بودیم به ترتیب اولویت کم مصرف، مصرف متعادل و پرمصرف. اما هم اکنون این الگو تغییر یافته است. بطوریکه مصرف متعادل در اولویت اول، پر مصرف اولویت دوم و کم مصرف در اولویت آخر قرار دارند. بنابراین می‌بینیم که در حال حاضر افراد کم مصرف کمتر به چشم می‌خورند، در حالیکه در آغاز کاربری اکثریت با این گروه بوده‌اند.



۴-۳-۶- روند تغییرات استفاده انفرادی یا دسته جمعی از اینترنت در طول زمان

پیرامون پاسخ افراد نمونه به پرسش روند تغییرات استفاده انفرادی یا دسته جمعی از اینترنت در طول زمان، نتایج بدست آمده از تحقیق حاضر نشان داد، در مقام مقایسه دو مقطع زمانی حال و گذشته، به مراتب استفاده افراد به صورت دسته جمعی بوده است تا انفرادی. به چند دلیل، اول اینکه چون افراد هنوز به اینترنت آشنایی و تسلط کافی نداشتند نیازمند فراگیری استفاده از اینترنت بودند و از طرف

دیگر همین افراد به اشخاص دیگری نیز یاد می‌دادند. دلیل دوم اینکه چون استفاده افراد در اوایل بیشتر چت‌نمودن و از این دست - که به قول مصاحبه‌شونده‌ها، استفاده‌های سطحی و مبتذل از اینترنت - استفاده دسته جمعی از لذت و جذابیت بیشتری برخوردار بود. استفاده دسته جمعی می‌توانست در دانشگاه به عنوان محل تحصیل با هم‌دانشگاهی‌ها و در خانه و خوابگاه به عنوان محل سکونت با افراد خانواده و هم‌اتاقی‌ها و در نهایت، در محل کار با همکاران باشد که در هر کدام از این مکان‌ها، نوع استفاده افراد تفاوت پیدا می‌نمود.

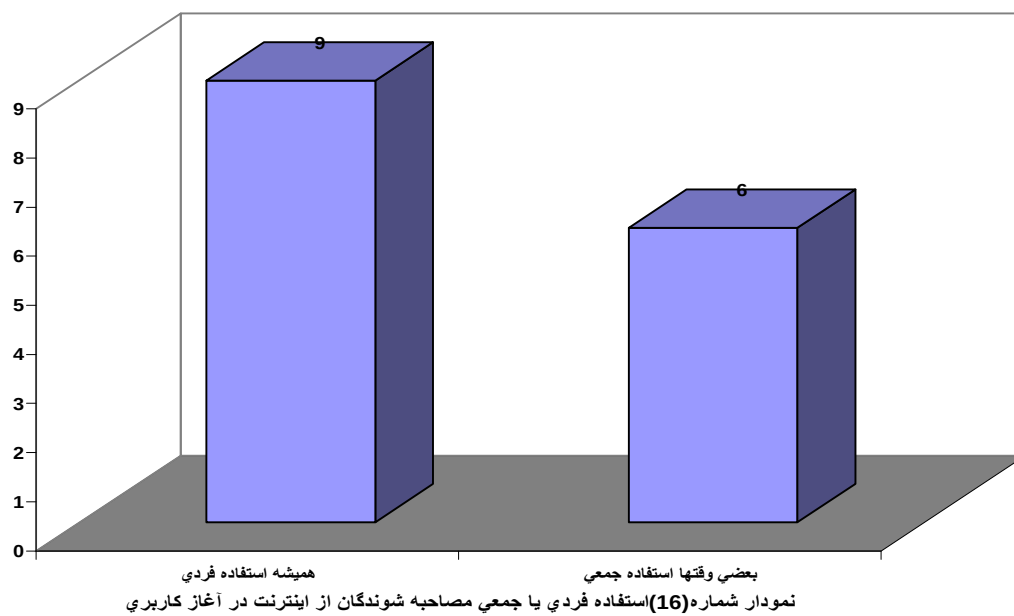
در ادامه، به برخی از جزئیات پاسخ‌های افراد نمونه اشاره خواهد شد. از جمله اینکه:

- تقی ۳۹ ساله در توصیف پاسخ خود مطرح می‌سازد ابتدا استفاده‌اش از اینترنت دسته جمعی بود چرا که جنبه آموزشی داشته است. اما به تدریج سهم استفاده انفرادی پررنگ‌تر گردید.

- زهره ۲۵ ساله نیز در توصیف پاسخ خود چنین بیان می‌دارد که در اوایل استفاده‌اش از اینترنت به طور مساوی ۵۰ درصد استفاده انفرادی و ۵۰ درصد استفاده دسته جمعی بوده است. در استفاده دسته جمعی بیشتر با دوستان و هم‌اتاقی‌ها در خوابگاه بود که بیشتر جنبه فراگیری داشت. البته بارها هم پیش می‌آمد که با هم چت هم می‌کردند. اما هم اکنون، دیگر کمتر این اتفاق پیش می‌آید که با هم چت یا کار دیگری در اینترنت نماییم.

- مریم ۲۵ ساله نیز در پاسخ بدین سؤال، چنین توضیح می‌دهد که معمولاً در خانه استفاده از اینترنت به صورت دسته جمعی بود و با حضور دوستان، اما در دانشگاه به عنوان محل تحصیل استفاده به صورت انفرادی بود. ولی هم‌اکنون ترجیح می‌دهد بصورت فردی از اینترنت استفاده نماید.

بنابراین، در آغاز کاربری بیشتر افراد بر استفاده فردی از اینترنت اذعان داشتند که در شکل کنونی نیز استفاده فردی نه تنها بر استفاده جمعی غلبه داشته بلکه به مراتب از گذشته نیز بیشتر شده است و تغییری که در این الگو از گذشته تا زمان حاضر روی داده، کاهش استفاده جمعی در زمان کنونی است. بطوریکه افراد در آغاز کاربری تمایل بیشتری به استفاده جمعی از اینترنت داشتند تا زمان حاضر.



۴-۳-۷- روند تغییرات استفاده هم‌زمان یا انحصاری از اینترنت در طول زمان

از مؤلفه‌های مورد سنجش برای الگوی کاربری اینترنت در زمان گذشته این بود که افراد در کنار استفاده از اینترنت به کار دیگری نیز می‌پرداختند یا نه، تنها تمرکزشان روی استفاده‌ای که از اینترنت می‌کردند، بود. که نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که در مقایسه با پاسخ افراد نمونه به این سؤال در زمان حال حاضر، تمرکز افراد روی استفاده‌ای که از اینترنت می‌کنند، بیشتر بوده است. این به خاطر دلایل متعددی بود، از جمله عدم‌آشنایی و عدم تسلط کافی به اینترنت، عدم وقت کافی و غیره. بنابراین، بیش از دو سوم افراد نمونه اذعان نموده‌اند که تمرکز آنها روی استفاده‌ای بود که از اینترنت به عمل می‌آورند و در کنارش کاری انجام نمی‌دادند. درعین حال، در صورت انجام کار دیگر، تنها یک کار صورت می‌گرفت که عمدتاً هم گوش‌دادن به موسیقی بود (۳ نفر)، صحبت با تلفن (۱ نفر)، صحبت با دیگران (۱ نفر)، خوردن (۱ نفر) از دیگر کارهای جانبی در کنار استفاده از اینترنت بود.

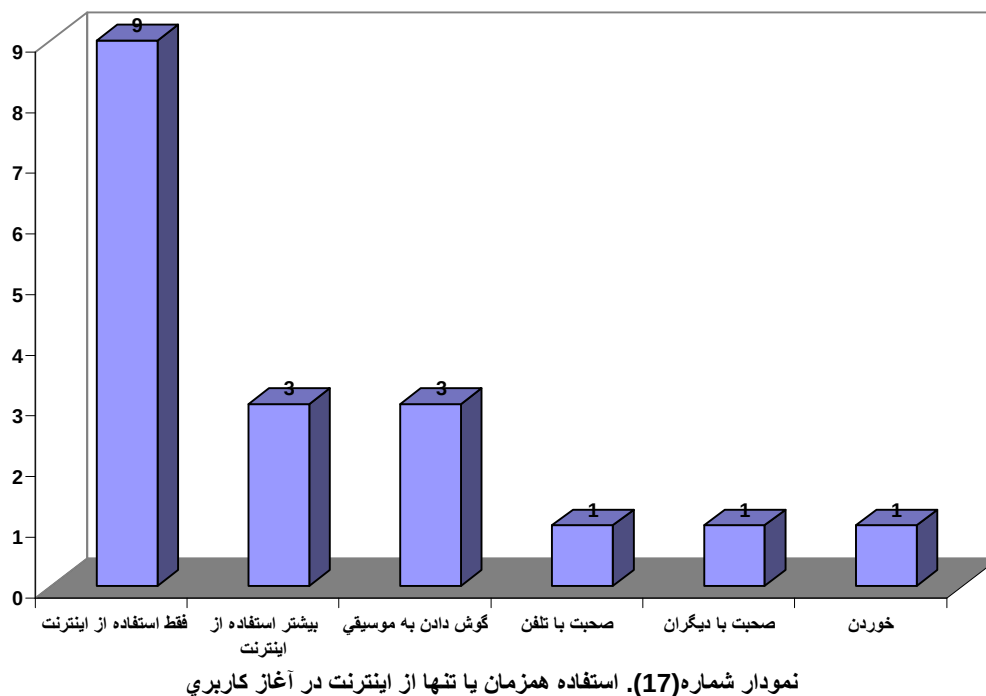
علاوه بر نتایج فوق، علی ۲۷ ساله و فریدون ۲۷ ساله، در پاسخ به سؤال فوق، نکات تکمیلی بیان داشته‌اند:

- علی ۲۷ ساله در توصیف پاسخ خود چنین بیان می‌دارد که تمرکزش در استفاده از اینترنت تنها روی استفاده‌ای که از اینترنت می‌نمود، بوده است چرا که امکانات نبود. بنابراین، وی نقش امکانات را در این زمینه مهم ارزیابی می‌نماید. ولی حالا که هم امکانات بیشتر است و سرعت اینترنت بیشتر شده است، جهت صرف جویی در وقت و یا بهینه‌ساختن زمان و کارهایش، هم‌زمان چند کار انجام می‌دهند، که البته مهارت وی نیز در استفاده از اینترنت در این کار همراهی می‌نماید.

- فریدون ۲۷ ساله نیز با اذعان به اینکه تمرکزش روی استفاده از اینترنت بود تا کاری دیگر، در علت این کار وی توضیح می‌دهد چون شب‌ها از اینترنت استفاده می‌نمود و همه خواب بودند این امکان مهیا نبود کارهای حاشیه‌ای دیگر انجام بدهد. بنابراین، بیشتر روی کاری که در اینترنت می‌کرد تمرکز داشت ولی هم اکنون که شرایط سابق بر او حاکم نیست در هم‌زمان چند کار چون گوش‌دادن به موسیقی، تایپ‌نمودن و مرور سایتهای مختلف، چک کردن ای‌میل را انجام می‌دهد.

در صفحه بعد، با ترسیم نموداری، پاسخ افراد نمونه به پرسش استفاده فردی و جمعی از اینترنت در اوایل کاربری نشان داده شده است.

بنابراین، همانگونه که در نمودار شماره (۱۷) مشاهده می‌شود الگوی غالب درخصوص استفاده همزمان یا تنها از اینترنت در آغاز کاربری بدین صورت است که در آغاز کاربری افراد بیشتر گرایش داشتند که تنها از اینترنت استفاده نمایند و همزمان کار دیگری انجام ندهند. این درحالیست که هم اکنون دیگر هیچکدام از مصاحبه‌شوندگان تمایل ندارند که تمرکزشان را به اینترنت بدهند.



۴-۳-۸- روند تغییرات میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت در طول زمان

آخرین مؤلفه‌ای که برای سنجش روند تحول شکل استفاده از اینترنت مورد استفاده قرار گرفت، میزان هزینه پرداختی ماهیانه برای استفاده از اینترنت بوده است. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد بیشتر افراد نمونه اذعان داشته‌اند در اوایل کاربری اینترنت برای استفاده از اینترنت هزینه‌ای پرداخت نمی‌نموده‌اند. چرا که بیشتر در محل تحصیل یعنی دانشگاه از اینترنت استفاده می‌نمودند و کسانی که برای استفاده از اینترنت هزینه پرداخت می‌نمودند هزینه پرداختی ماهیانه متوسط کمتر از ۱۰ هزار تومان بود، که در مقام مقایسه، این مقدار هزینه متناسب با تورم کشور هم‌اکنون به کمتر از ۱۵ هزار تومان در ماه افزایش یافته است.

در ادامه، به ارائه برخی جزئیات پاسخ افراد نمونه درخصوص سؤال مربوطه اشاره خواهد شد:

- تقریباً ۳۹ ساله در توضیح پاسخ خود بیان می‌دارد در موقعی که در تهران سکونت داشت هزینه‌ای برای استفاده از اینترنت - به دلیل تحصیل در دانشگاه - پرداخت نمی‌کرد. اما در موقعی که به شهرستان می‌رفت مجبور بود برای خرید کارت اینترنت هزینه پرداخت نماید.

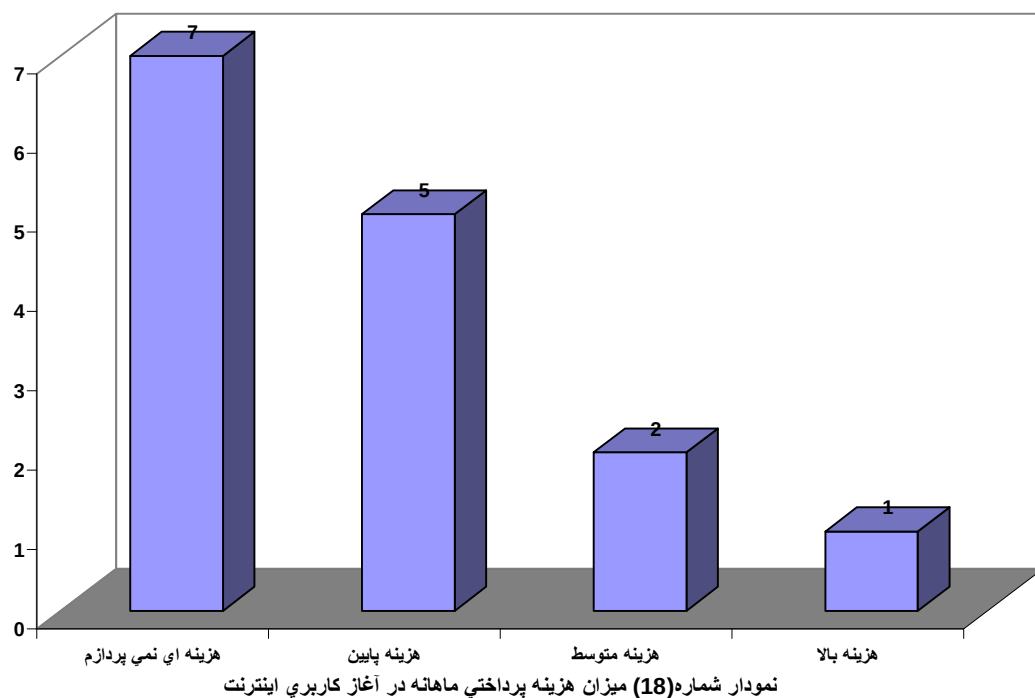
- نیمی ۲۵ ساله نیز میزان هزینه پرداختی ماهانه خود را زمانی که از «بی‌بی‌اس» استفاده می‌نمود، متوسط ۵ هزار تومان و زمانی که با اینترنت شروع به کار نمود ماهیانه متوسط ۲۰ تا ۳۰ هزار تومان ذکر نمود. و این میزان هم‌اکنون به دلیل حجم بسیار بیشتر استفاده از اینترنت، از میزان بسیار زیادی برخوردار است. بطوریکه هم‌اکنون از سیستم وایرلس استفاده می‌نماید که رقم آن قابل توجه است.

- فریدون ۲۹ ساله نیز اظهار می‌دارد، در اوایل، ماهیانه ۵ هزار تومان برای استفاده از اینترنت پرداخت می‌نمود. ولی پس از مدتی چون خط تلفن مشغول می‌گشت، خط تلفن جداگانه‌ای برای استفاده از اینترنت خریداری نمود که به مراتب هزینه استفاده از اینترنت نیز افزایش یافت.

در زیر جهت گویاتر شدن پاسخ افراد نمونه به سؤال فوق به ارائه نمودار میله‌ای پرداخته می‌شود.

در پی شناخت سیر تحول میزان هزینه پرداختی مصاحبه‌شوندگان از اینترنت از گذشته تاکنون با استناد به نتایج دو پاسخ بدست آمده می‌توان گفت که اولاً مصاحبه‌شوندگان در آغاز کاربری کمتر از

حال حاضر برای استفاده از اینترنت هزینه می‌پرداختند، به عبارتی، مصاحبه‌شوندگان اذعان داشتند که پس از شروع کاربری اینترنت یا هزینه نمی‌پرداختند و در صورت پرداخت مبلغ آن بسیار کم بود. اما هم‌اکنون میزان هزینه پرداختی برای استفاده از اینترنت بیشتر شده است اما نکته‌ای که درخصوص میزان هزینه پرداختی از گذشته تاکنون وجود دارد، این است که در روند تحول کاربری اینترنت، افراد تمایل به عدم پرداخت هزینه برای استفاده از اینترنت داشتند.



۴-۴- یافته‌های جانبی

با هدف بررسی جنبه‌های تکمیلی «الگوی کاربری اینترنت» در ایران، در پایان مصاحبه عمقی، ۳ سؤال تکمیلی از افراد نمونه به عمل آمد: ۱- استفاده از اینترنت چه تأثیری در ارتباطات اجتماعی شما داشته است؟ ۲- استفاده از اینترنت چه تأثیری بر شما در استفاده از سایر رسانه‌ها به جا گذاشته است؟ ۳- روند تحول الگوی کاربری اینترنت خود را در کل چگونه توصیف می‌نمائید؟ که در ادامه، به یافته‌های حاصل از پاسخ افراد نمونه به ۳ پرسش فوق پرداخته می‌شود:

۴-۴-۱- تأثیر استفاده از اینترنت بر ارتباطات اجتماعی

یکی از مباحث مطرح خواه در نزد تئوری‌پردازان و اندیشمندان ارتباطات و خواه در نزد پژوهشگران «تأثیر رسانه‌ها» است. کمااینکه این موضوع، قدمتش با پیدایی علم ارتباطات پیوند عمیقی دارد. براساس مدل لاسول هم دیدیم که «تأثیر» یکی از ارکان ۵ گانه مدل وی بوده است. از این رو، با شکل‌گیری مطالعات مرتبط با اینترنت، یکی از موضوعات و مباحث داغ و جذاب، کیفیت «تأثیرگذاری اینترنت» بر افراد بوده است. چه- بسا نظریه‌ها و دیدگاه‌های نسبتاً متضادی هم پیرامون تأثیر اینترنت شکل گرفت. در ایران هم یکی از بحث- هایی که در محافل علمی حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات (حتی در نزد اربابان رسانه‌های ارتباط جمعی، گروه‌های و رجال متنفذ سیاسی، مذهبی و فرهنگی) نضج و گسترش یافت، همین مقوله (کیفیت) تأثیرگذاری اینترنت بر افراد است که عمدتاً هم فاقد دیدگاه متقن علمی و کارشناسانه بود. با این تفاسیر، نگارندگان با اهتمام بر این مسائل، شایسته دیدند با هدف سنجش تأثیرگذاری اینترنت این سؤال را به عنوان مکمل تحقیق خود مورد بررسی قرار دهند. که در نهایت، نتایج بدست‌آمده نشان می‌دهد که به اعتراف تمامی افراد نمونه استفاده از اینترنت، تأثیری بر شکل ارتباطات با اعضای خانواده نگذاشته است. همچنین از نتایج دیگر تحقیق این بود که بیشتر افراد نمونه اذعان نموده‌اند که استفاده از اینترنت باعث گردید که دوستان آنها زیاده‌تر شوند. دوستانی که به اعتراف آنها از طریق اینترنت با همدیگر آشنا شده‌اند. و در نهایت، تبدیل به دوستان حقیقی و صمیمی گردیده‌اند. جالب است که دوران (۱۳۸۱) نیز در تحقیق خود

این سؤال را از پاسخگویان مطرح نموده و نتیجه‌ای همسو با تحقیق حاضر بدست آورده است. بطوریکه، پاسخگویان وی اظهار می‌دارند که از زمان استفاده از اینترنت نه تنها در تعداد دوستان آنها تغییری حاصل نشده بلکه بیشتر نیز شده است (دوران، ۱۳۸۱). در ادامه، به ارائه برخی پاسخ‌های افراد نمونه به این سؤال خواهیم پرداخت.

- زهره ۲۷ ساله در پاسخ به این سؤال بیان می‌دارد هر چند استفاده از اینترنت ارتباطات وی را با دوستانش محدودتر نموده و به اصطلاح منزوی‌تر نموده ولی بلافاصله در ادامه می‌افزاید این تاثیر بیشتر به خاطر خصوصیات شخصیتی وی باشد که بالقوه مستعد انزوا و دوری از اطرافیان است کمااینکه اینترنت در این بین عامل تشدیدکننده باشد.

- نوذر ۳۱ ساله نیز در پاسخ به این سؤال بیان می‌دارد از این جهت اینترنت بار مثبتی برای وی داشته است. بطوریکه باعث شده است نظر دوستانش در مورد وی تغییر پیدا نماید و وجهه خوبی نزد آنها پیدا نماید. همچنین ارتباطش با جنس مخالف نیز بهتر و آسان‌تر شده و راحت‌تر توانست با جنس مخالف ارتباط برقرار نماید.

- علی ۲۶ ساله نیز در پاسخ بدین سؤال بیان می‌دارد که در مجموع استفاده از اینترنت ارتباطش را زیاد تحت تأثیر قرار نداده است. چرا که در برخی مواقع کم بوده اما در جنبه‌های دیگر بیشتر شده است. هرچند اعتراف می‌نماید که تعداد دوستانش بسیار زیادتر و عمیق‌تر شده است. بطوریکه شبکه‌ای مجازی از دوستان در اینترنت شکل گرفت. دوستانی که از تنوع قابل توجهی برخوردارند. که هر کدام معرف و هویت مستقل مجازی دارند. وی تعداد دوستان صمیمی خود را که در اینترنت شکل گرفت بالای ۱۰۰ نفر دانسته است. و در ادامه اظهار می‌دارد که وبلاگ وی از وبلاگ‌های پربیننده در اینترنت است که مراجعان زیادی را پذیرا می‌شود.

- فریدون ۲۹ ساله نیز در خصوص تأثیر اینترنت بر ارتباطاتش بیان می‌دارد که اینترنت فرصتی فراهم نموده تا پسرها و دخترهایی که شبیه به هم فکر می‌کنند با هم دوست شوند. این امر در دنیای واقعی امکان‌پذیر نبود. اینترنت باعث شده دوستان وی زیاد شود. اما آنچه که وی در برخورد با اینترنت همیشه

مدنظر داشته است، این بود که اینترنت وسیله‌ای خنثی است باید هدفمند با آن برخورد نمود. بنابراین وی سعی نموده است همواره از تأثیرات منفی اینترنت بر حذر باشد و به نوعی معتاد نشود، هرچند هم اکنون بارها شده دوست دارد به محض رفتن به خانه سریع وارد اینترنت شود که به نوعی اعتیاد به اینترنت محسوب می‌شود.

- مریم ۲۵ ساله نیز درخصوص تأثیر اینترنت اظهار می‌دارد پس از استفاده از اینترنت در اوایل استفاده- اش چون بیشتر چت می‌نموده دوستان وی زیاد بودند اما این دوستی‌ها، کمتر پایدار و بیشتر سطحی بودند اما پس از ایجاد وبلاگ، دوستان زیاد و عمیقی پیدا نمود. دوستانی که با هم هم‌عقیده و هم‌فکر بودند چه دوستان پسر چه دختر. دوستانی هم که بعدها دوستان حقیقی شدند بدین شکل با هم دوست شدند که ابتدا با کامنت^۱ گذاشتن و ای‌میل و تلفن و سپس با قرار ملاقات گذاشتن با هم دوست صمیمی شدند. البته وی بیان می‌دارد که اینترنت در شکل ارتباط با دوستان سابقش زیاد تأثیری نگذاشته است.

- یوسفی ۲۵ ساله در پاسخ به این سؤال بیان می‌دارد که اینترنت باعث گردید دوستان وی زیادتر شوند. اینترنت باعث شد هویت مجازی پیدا نماید و به وی نقابی داد و وی که در شهرستان اقامت داشت باعث پیشرفتش گردید. و فرصت‌های دوستی بسیاری برایش فراهم نمود. که بعدها تبدیل به دوستی‌های حقیقی و صمیمی نمود که البته بیشترشان بلاگر بودند. البته وی بیان می‌دارد که اینترنت تأثیری در رابطه‌اش با خانواده‌اش نداشته است.

۴-۲- کاربری اینترنت چه تأثیری بر شما در استفاده از سایر وسایل ارتباطات جمعی گذاشته

است؟

درخصوص پاسخ افراد نمونه به این سؤال که استفاده از اینترنت چه تأثیری بر شما در استفاده از سایر وسایل ارتباطات جمعی دارد؟ نتایج بدست‌آمده نشان می‌دهد بیشتر مصاحبه‌شوندگان اظهار داشته‌اند که اینترنت تأثیری بر استفاده از سایر رسانه‌ها چون تلویزیون، روزنامه و غیره نداشته است. تنها برخی از افراد

^۱. comment

نمونه تأیید نموده‌اند که استفاده از اینترنت باعث گشته که مطالعه روزنامه و تلویزیون از سوی آنها کاهش یابد که آن هم به خاطر ارضای نیازهای تأمین‌شده از طریق این دو رسانه با توسل به استفاده از اینترنت و کامپیوتر است.

در ادامه، به برخی از نتایج بدست‌آمده درخصوص پرسش فوق که نکات تکمیلی را بازگو می‌نمایند، اشاره خواهد شد:

- زهره ۲۵ ساله درخصوص تأثیر اینترنت بر روی سایر رسانه‌های جمعی اظهار می‌دارد که اینترنت در استفاده‌اش از سایر رسانه‌های جمعی تأثیری نداشته است و تنها تأثیر اینترنت این بود که وی قبلاً بسیار رمان می‌خوانده که حالا به جایش وبلاگ‌خوانی و وب‌گردی می‌نماید.

- تاتار ۲۷ ساله نیز در پاسخ بدین سوال بیان می‌دارد که اینترنت سیستم اطلاع‌گیری وی را تغییر داده و کارهایش را از این پس بیشتر از طریق اینترنت انجام می‌دهد.

- علی ۲۶ ساله، نیما ۲۵ ساله، فریدون ۲۹ ساله، بهاره ۲۵ ساله و مریم ۲۵ ساله همگی اظهار داشته‌اند استفاده از اینترنت تأثیری در استفاده‌شان از سایر رسانه‌های جمعی نداشته است.

- زهره ۲۷ ساله نیز در پاسخ بدین سؤال اظهار می‌دارد که اینترنت باعث گشته است میزان مطالعه روزنامه‌اش کاهش یابد و از طریق اینترنت بیشتر اخبار را دنبال نماید. اما در خصوص میزان استفاده از تلویزیون چون در خانه از اینترنت استفاده نمی‌نماید، تغییری حاصل نکرده است.

- یوسفی ۲۵ ساله نیز درخصوص این سؤال بیان می‌دارد اینترنت باعث گشته است که میزان استفاده-اش از تلویزیون کم گردد. چون نیازهای خود را از طریق اینترنت و کامپیوتر برآورده نماید. اما درخصوص سایر رسانه‌های جمعی چون مطبوعات و... اینترنت تأثیری نداشته است.

۴-۳- الگوی کاربری اینترنت

و بالأخره، به عنوان آخرین سؤال تکمیلی در انتهای مصاحبه این سؤال از افراد نمونه پرسیده شد، الگوی کاربری خود را از اینترنت به طور خلاصه توصیف نمایند. پاسخ افراد نمونه نشان داد بیشتر و تقریباً

تمامی افراد نمونه معتقد بودند که در اوایل استفاده آنها از اینترنت، کنجکاوی، جذابیت و سرگرمی الگوی کاربری آنها را تعیین می‌نمود. بطوری که، چت‌های افراطی، وب‌گردی‌های بی‌هدف، سایت‌های پورنو بازگوکننده الگوی بیشتر افراد در اوایل استفاده از اینترنت بوده است. اما به تدریج الگوهای هدفمند، مشخص و بابرنامه شکل می‌گیرند.

در ادامه، به برخی از پاسخ‌های افراد نمونه که جزئیات بیشتری را نشان می‌دهد، آورده خواهد شد:

- بهزاد ۳۹ ساله کنجکاوی، جذابیت و سرگرمی را مبنای الگوی کاربری خود در اوایل استفاده خود از اینترنت قلمداد می‌نماید که هر چه جلوتر می‌آمد با شناخت کافی از اینترنت، الگوی وی نیز هدفمندتر و تحدیدشده‌تر گردید.

- تاتار ۲۷ ساله نیز اظهار می‌دارد که مبنای شکل‌گیری الگوی کاربری اینترنت، جذابیت و نیاز افراد است. فردی ممکن است نیاز داشته باشد چت نماید و به سایت‌های پورنو برود ولی به دلایلی که نقش محدودکننده دارند نمی‌تواند این نیاز را ارضاء نمایند که در این بین شرایط و موقعیت فرد بسیار در این زمینه نقش دارد. وقت، هزینه و امکانات از جمله دلایلی هستند که می‌تواند در این میان مؤثر باشند.

- علی ۲۷ ساله نیز نقش مهمی به امکانات در شکل‌گیری الگوی کاربری می‌دهد. بطوریکه، تأثیر زیادی در شکل‌گیری الگوی زمانی، مکانی، مدت زمان استفاده و نوع استفاده و... افراد از اینترنت دارد. و بیان می‌دارد که مسأله سایت‌های پورنو در گذشته زیاد مطرح نبود بلکه بعد از فیلترینگ بود که این مسئله لوث گردید. چرا که وی مدعی است کسانی که عکس سکسی را جست‌وجو می‌نمایند، معلوم است که چیزی از اینترنت نمی‌دانند و کلمات بکار رفته نیز کلمات عمومی است تا تخصصی. بنابراین، کنجکاوی نسبت به سایت‌های سکسی مربوط به اوایل کاربری اینترنت است. یعنی موقعی که چیزی از اینترنت زیاد نمی‌دانیم.

- نیما ۲۵ ساله نیز اذعان می‌دارد که در اوایل، استفاده از اینترنت، انرژی زیادی به هرز می‌رود. به عبارت دیگر، افراد در برخورد با اینترنت الگومند و هدفمند برخورد نمی‌کنند. غریزه کنجکاوی، جذابیت و سن پایین نوجوانی همگی در شکل‌گیری این الگو مؤثر واقع می‌شود. ولی به تدریج به سمت نوع خاص الگوی هدفمند پیش می‌روند.

- یوسفی ۲۵ ساله نیز این نکته را خاطرنشان می‌سازد که استفاده درست یا نادرست ربطی به اینترنت ندارد بلکه به شخصیت آدم‌ها بستگی دارد. و خانواده‌ها بهتر است به جای سختگیری بی‌مورد، بچه‌ها را خوب تربیت نمایند تا آنها انتخاب درست داشته باشند.

- فریدون ۲۹ ساله اظهار می‌دارد پس از اینکه مدتی از استفاده‌اش از اینترنت شکل گرفت، متوجه شد که استفاده‌هایش از اینترنت بی‌هدف و بی‌معناست. تصمیم گرفت در دریای اینترنت حواسش را جمع نماید تا غرق نشود. بنابراین، سعی نموده از تأثیرات منفی اینترنت خود را دور نگه دارد.

فصل پنجم:
بحث و نتیجه گیری

مقدمه

فصل حاضر به عنوان مهم‌ترین فصل تحقیق، به بحث و نتیجه‌گیری تحقیق می‌پردازد. ساختار این فصل بدین صورت است که ابتدا در بخش اول، خلاصه یافته‌های تحقیق آورده می‌شود که در این بخش به مقایسه ادبیات نظری و تجربی با یافته‌های تحقیق پرداخته خواهد شد. و در ادامه، در بخش دوم به نتیجه‌گیری تحقیق پرداخته و در انتها یعنی در بخش سوم نیز به ارائه پیشنهادات تحقیق مبادرت ورزیده خواهد شد.

۵-۱- بررسی اهم یافته‌ها و مقایسه آن با یافته‌های نظری و تجربی پیشین

هدف از تدوین این بخش، مقایسه الگوی کاربری اینترنت است که در تحقیق حاضر بدست آمده با الگوهای کاربری اینترنت که در یافته‌های نظری و تجربی دیگران بیان شده است. برای نیل به این هدف، ابتدا به ارائه اهم یافته‌های تحقیق بر اساس دو مؤلفه اصلی الگوی کاربری اینترنت یعنی شکل استفاده از اینترنت و روند تحول استفاده از اینترنت پرداخته خواهد شد و در ادامه، به ارائه یافته‌های نظری و تجربی دیگران درخصوص هر یک از مؤلفه‌ها و درنهایت، به مقایسه یافته‌های تحقیق حاضر با یافته‌های نظری و تجربی دیگران پیرامون هر یک از مؤلفه‌های الگوی کاربری اینترنت خواهیم پرداخت.

۵-۱-۱- شکل استفاده از اینترنت

همانطوریکه قبلاً گفته شد جهت سنجش شکل استفاده از اینترنت، از ۸ مؤلفه استفاده گردید که در ادامه، به ترتیب به ارائه یافته‌های تحقیق درخصوص هر یک از این مؤلفه‌ها به همراه مقایسه با یافته‌های نظری و تجربی سایر پژوهشگران پرداخته خواهد شد:

۵-۱-۱-۱- نوع استفاده از اینترنت

افراد نمونه در توصیف استفاده‌های خود از اینترنت، استفاده‌هایی چون چک کردن ای میل و یاهو مسنجر (البته به قصد مشاهده آف‌ها و پاسخ بدن‌ها) را استفاده معمولی و عادی و البته متداول‌ترین و عمده‌ترین نوع استفاده از اینترنت خود دانستند که همواره انجام می‌دهند و تمامی افراد نمونه نیز به استفاده از آنها اذعان نموده‌اند. همچنین، استفاده از موتورهای جست‌وجو از دیگر استفاده‌های فراگیر در میان افراد نمونه است. بطوریکه، تمامی افراد از این نوع امکان اینترنت استفاده می‌نمایند. حال موضوع جست‌وجوهای آنها ممکن است برحسب اینکه علمی و جهت امور درسی یا پژوهشی یا کاری و یا موضوع‌های مورد علاقه دیگر باشد از هم تفکیک می‌یابند. همچنین، استفاده از سایت‌های خبری، از دیگر استفاده‌های فراگیر در میان کاربران است و به طور نسبتاً مداوم از سوی افراد صورت می‌گیرد. بنابراین، استفاده‌هایی چون چک کردن ای میل و یاهو مسنجر، موتورهای جست‌وجو و سایت‌های خبری از جمله استفاده‌هایی هستند که خاصیت فراگیر، عادی و نسبتاً مداوم بین افراد نمونه دارند. سایر استفاده‌ها نیز بیشتر برحسب فرد تفاوت پیدا می‌نماید. مثلاً وبلاگ‌نویسی و وبلاگ‌خوانی، تحصیل کردن، دانلود موسیقی، کار تجاری، خرید اینترنتی و غیره. در مقام مقایسه با یافته‌های این تحقیق، یافته‌های تجربی بدست‌آمده از مطالعات دیگران چون جوادی (۱۳۸۳: ۸)؛ معیدفر (۱۳۸۴: ۱۰۱)؛ گنجی (۱۳۸۵: ۹۲)؛ بابارضایی کاشانی (۱۳۷۹: ۱۰۵)؛ کیسلر و همکاران (۲۰۰۲: ۱۳۱)؛ اندرسون (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۲۹)؛ گرینفلد (دیگلاس، ۲۰۰۰: ۱)؛ نای و لوتز (۲۰۰۲: ۱۵)؛ نای و هیلینگوس (۲۰۰۲: ۲۵)؛ هوریگان و راینی (۲۰۰۲: ۳۱)؛ ماندلی (۲۰۰۲: ۲۲)؛ کوچت و همکاران (۲۰۰۲: ۳۵)؛ برسون و همکاران (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۹)؛ بولن و هری (۲۰۰۰: ۱۸)؛ موسسه گالوپ (مور و

بیگس، ۲۰۰۰: ۲۸) نیز همسو با یافته این تحقیق، ای میل یا پست الکترونیک را به عنوان عمده ترین استفاده افراد از اینترنت قلمداد نمودند.

همچنین، مطالعات جوادی (۱۳۸۳: ۸)؛ معیدفر (۱۳۸۴: ۱۰۱)؛ کیسلر و همکاران (۲۰۰۲: ۱۳۱)؛ یونگ (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۱۰)؛ گرینفلد (دیگلاس، ۲۰۰۰: ۱)؛ کوپر و همکاران (دیگلاس، ۲۰۰۰: ۳۳)؛ ماندلی (۲۰۰۲، ۲۲)؛ کوجت و همکاران (۲۰۰۲: ۳۵)؛ برسون و همکاران (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۹)؛ موسسه گالوپ (مور و بیگس، ۲۰۰۰: ۲۸) نیز هماهنگ با یافته این تحقیق، یاهومسنجر را به عنوان عمده ترین استفاده افراد از اینترنت قلمداد نمودند.

به علاوه، مطالعات زکریائی (۱۳۸۱: ۶)؛ بابارضایی کاشانی (۱۳۷۹: ۱۰۵)؛ یونگ (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۱۰)؛ اندرسون (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۲۹)؛ نای و لوتز (۲۰۰۲: ۱۵)؛ برسون و همکاران (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۹)؛ موسسه گالوپ (مور و بیگس، ۲۰۰۰: ۲۸) و اخوتی (۱۳۸۲: ۶۸) نیز همسو با یافته این تحقیق، موتور جست و جو را بعنوان عمده ترین استفاده افراد از اینترنت قلمداد نمودند. و بالأخره، مطالعات معیدفر (۱۳۸۴: ۱۰۱) و گنجی (۱۳۸۵: ۹۲) نیز همسو با یافته این تحقیق، استفاده از رسانه های خبری را بعنوان عمده ترین استفاده افراد از اینترنت برشمردند.

در عین حال، مطالعات معیدفر (۱۳۸۴: ۱۰۱) و یونگ (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۱۰) متداول ترین نوع استفاده افراد از اینترنت را بازی کردن و مطالعه گرینفلد (دیگلاس، ۲۰۰۰: ص ۱) نیز متداول ترین نوع استفاده افراد از اینترنت را پورنو دانسته اند. و در ضمن، مطالعات گرینفلد (دیگلاس، ۲۰۰۰: ۱)؛ نای و لوتز (۲۰۰۲: ۱۵) و موسسه گالوپ (مور و بیگس، ۲۰۰۰: ۲۸) نیز معمول ترین نوع استفاده افراد از اینترنت را استفاده تجاری و خرید آنلاین دانسته اند که علت تفاوت یافته های تحقیق حاضر با یافته های ذکر شده را می توان به نوع جامعه آماری و قلمرو تحقیق در ایران و خارج دانست. بطوریکه، تحقیق حاضر از نسل اول کاربران اینترنتی بعنوان نمونه تحقیق استفاده نمود که سن آنها بین ۲۵ تا ۴۹ سال بود. بنابراین، استفاده هایی چون بازی کردن (معیدفر و یونگ) نمی توانست بر روی نمونه این تحقیق مصداق داشته باشد. از سوی دیگر، این نسل، نسلی هستند که دوران کنجکاوی و هیجان پذیری نسبت به اینترنت که ماحصل آن پورنوگرافی است

را پشت سر گذاشته و به ادعای تحقیق حاضر، هم‌اکنون از الگوی منسجم در قبال اینترنت برخوردارند. بنابراین، استفاده از پورنوگرافی (گرینفلد) نیز بر آنها مصداق نخواهد داشت. اما در مطالعه گرینفلد، نای و لوتز و گالوپ معلوم شد که استفاده تجاری و خرید آنلاین جزو استفاده‌های معمول کاربران است که در علت تفاوت یافته‌های فوق، اولاً همه تحقیقات ذکر شده در خارج از ایران و در کشورهای پیشرفته صورت گرفته است که در آن کشورها اینترنت، آنچنان عمومیت یافته که مباحثی چون تجارت الکترونیکی و خرید آنلاین بسیار جا افتاده است، اما در ایران که تحقیق حاضر در آن انجام گرفته، هنوز این امر معمول نیست و لذا جزو استفاده‌های فراگیر از اینترنت به شمار نمی‌آید.

بنابراین، با تأمل در مطالعات صورت گرفته پیرامون موضوع، یافته‌های دیگران را می‌توان در قالب دو دسته از هم منفک نمود: دسته اول، آنهایی که تنها به انواع استفاده‌هایی که کاربران از اینترنت دارند، اشاره داشته‌اند چون جوادی (جوادی، ۱۳۸۳: ۸) و معیدفر (معیدفر، ۱۳۸۴: ۱۰۱). و دسته دوم، مطالعاتی که قائل به نوعی الگومندی بین انواع استفاده‌ها از اینترنت بوده‌اند که متداول‌ترین آنها استفاده یا الگوی ارتباطی (یعنی استفاده از اینترنت به منظور ارتباط با دیگران) و الگوی غیرارتباطی (شامل کسب اطلاعات و کاری) دانست. از جمله این مطالعات می‌توان به مطالعات گنجی (گنجی، ۱۳۸۵: ۹۲) و کیسلر و همکاران (کیسلر و همکاران، ۲۰۰۲: ۱۳۱) اشاره داشت. و از الگوهای دیگر نیز می‌توان به الگوی آنلاین و آفلاین نظیر مطالعه ماندلی (ماندلی، ۲۰۰۲، ۲۲) اشاره نمود. یا الگوی ابزاری، به عبارت دیگر، اینترنت بعنوان ابزار پژوهشی، آموزشی و ارتباطی که مطالعه زکریائی (زکریائی، ۱۳۸۱: ۶) از این دسته است.

از نکات دیگر در یافته‌های تجربی دیگران این است که برخی مطالعات به انواع استفاده‌ای که از اینترنت می‌شود تأکید دارند (مانند مطالعه جوادی (جوادی، ۱۳۸۳: ۸) و گنجی (گنجی، ۱۳۸۵: ۹۲). اما برخی دیگر از مطالعات به متداول‌ترین و عمده‌ترین استفاده (مانند مطالعات بولن و هری (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۱۸)؛ موسسه گالوپ (مور و بیگس، ۲۰۰۰: ۲۸)). درنهایت، برخی دیگر از مطالعات به دو نوع شیوه وفادارند. بطوریکه، ابتدا انواع استفاده افراد از اینترنت را بدست آورده و در گام بعد، به عمده‌ترین استفاده افراد از اینترنت اشاره می‌نمایند (مانند مطالعه معیدفر (معیدفر، ۱۳۸۴: ۱۰۱). درضمن، تحقیق حاضر نیز از این نوع است.

بهرحال، باید اذعان داشت همانطور که از نتایج تحقیق حاضر بدست آمد، افراد در بیان استفاده‌های خود از اینترنت، آنها را به طور ذهنی به دو دسته استفاده‌های متداول و معمول و استفاده‌های خاص و موردی از هم تفکیک می‌نمایند. استفاده‌های متداول و معمول شامل دریافت و ارسال ای‌میل، استفاده از یاهو مسنجر، استفاده از موتورهای جست‌وجو است. استفاده‌های خاص و موردی هم که برحسب مورد و اتفاق انجام گرفته و از ماهیت نظم‌پذیری مداوم برخوردار نیست معمولاً برحسب ویژگی‌های افراد تفاوت می‌پذیرد، که این یافته با استناد به اکثریت یافته‌های تجربی دیگران هم‌خوانی دارد. هرچند بیشتر این تحقیقات با رویکرد پیمایشی انجام گرفته است. این امر نشان‌دهنده هم‌سویی یافته‌های منتج از دو رویکرد روش-شناختی باشد.

در مجموع، با مقایسه یافته‌های بدست آمده از تحقیق حاضر با یافته‌های نظری و تجربی دیگران باید به موارد زیر اذعان داشت:

۱- درخصوص متداول‌ترین و عمده‌ترین استفاده‌های افراد از اینترنت، می‌توان بیان داشت که ای‌میل (دریافت و ارسال کردن ای‌میل) در وهله اول استفاده افراد از اینترنت قرار دارد. و در وهله بعد موتورهای جست‌وجو است که برحسب افراد و شرایط اجتماعی آنها موضوعات جست‌جو نیز می‌تواند تفاوت داشته باشد. چرا که موضوع جست‌وجو می‌تواند طیف وسیعی از موضوعات علمی، پزشکی، شخصی، کاری، تجاری و سرگرمی و غیره باشد.

۲- استفاده‌های ارتباطی با استناد یافته‌های نظری و تجربی دیگر محققان و یافته‌های تحقیق حاضر، متداول‌ترین استفاده افراد است. استفاده‌هایی چون ارسال و دریافت ای‌میل، یاهو مسنجر و چت کردن و وبلاگ.

۳- نکته قابل توجه در انواع استفاده از ایران و دیگر نقاط جهان که با استناد به یافته‌های تجربی دیگران بدست آمد این است که تنوع استفاده از اینترنت در جهان به مراتب بیش از ایران است. به عنوان مثال، در دیگر نقاط دنیا استفاده‌هایی چون تجارت الکترونیکی، خرید اینترنتی و رزرو بلیط و سایر امور شخصی و غیره در کنار سایر استفاده‌ها مورد کاربرد و توجه هستند. اما در ایران بدین شکل نیست و تنوع استفاده‌ها به

مراتب پایین‌تر است و اینترنت خیلی کمتر به زندگی شخصی (خصوصی)، کاری و تجاری افراد وارد شده است.

۴- به علاوه، تراکم استفاده‌ها در ایران بیش از سایر مناطق دنیا است. بدین معنی که اینترنت در ایران در برخی استفاده‌ها تمرکز دارد تا توزیع در همه امکانات. کمالینکه ای‌میل، یاهو مسنجر و سایت‌های خبری پرتراکم‌ترین استفاده‌ها از اینترنت در ایران بوده است. البته در اینجا باید به اهمیت امکانات و کیفیت خدمات اینترنت اذعان داشت. همانطور که برخی افراد نمونه این عامل را در شکل‌گیری نوع استفاده افراد از اینترنت مؤثر دانسته‌اند. در ایران نیز کیفیت نامطلوب خدمات اینترنت و سرعت پایین اینترنت، به کاربر اجازه تنوع استفاده از اینترنت را نمی‌دهد. کمالینکه کاربر ایرانی در مقابل کاربر خارجی از زحمت بیشتری در استفاده از اینترنت متحمل می‌شود.

۵- همچنین، استفاده از اینترنت برحسب شرایطی که افراد در آن قرار دارند تأثیر می‌پذیرد. این شرایط ممکن است سن، جنس، شغل، وضعیت تأهل و پایگاه اقتصادی و اجتماعی باشد.

۵-۱-۱-۲- اولویت استفاده از اینترنت

درخصوص اولویت استفاده افراد از اینترنت نتایج تحقیق حاضر نشان داد که افراد اولویت استفاده خود را در وهله اول و مهمترین عامل، اهمیت‌دار بودن آن و بیشترین زمانی که به اینترنت اختصاص می‌دهند، تلقی می‌نمایند. چرا که افراد معمولاً اولویت زمانی استفاده‌شان با اولویت زمان‌بری و اهمیت‌دار بودن تفاوت پیدا می‌کند. بطوریکه، افراد استفاده‌هایی چون چک کردن ای‌میل و یاهو مسنجر، مرور سایت‌های خبری را نسبت به سایر استفاده‌ها در اولویت استفاده قرار می‌دهند. اما این استفاده نشان‌دهنده میزان اولویت واقعی در استفاده از اینترنت تلقی نمی‌گردد. بطوریکه، نتایج تحقیق حاضر نشان داد که بیشتر مصاحبه‌شوندگان استفاده از موتورهای جست‌وجو را در اولویت اول خود قرار داده‌اند. پس از آن چک کردن ای‌میل، یاهو مسنجر و استفاده از سایت‌های خبری قرار دارد. همچنین، از نتایج پاسخ‌ها می‌توان اظهار داشت که شرایط و موقعیت کاری و تحصیلی نقش زیادی در اولویت آنها در استفاده از اینترنت دارد.

در مقام مقایسه یافته‌های تحقیق حاضر، یا یافته‌های تجربی بدست‌آمده از محققان دیگر که در کارشان به اولویت‌گذاری انواع استفاده افراد از اینترنت پرداخته‌اند می‌توان اظهار داشت که گروه مورد مطالعه تحقیقات (اینکه نوجوانان باشند یا بزرگسالان، دانشجویان باشند یا شاغلان)، تا اندازه زیادی در پاسخ به این سؤال نقش دارد. بهر حال، با مقایسه این دو دسته یافته‌ها، می‌توان چنین بیان داشت که بین اولویت‌های اول تا چهارم افراد در استفاده از مصاحبه‌شوندگان بین دو دسته یافته‌ها شباهت نسبی وجود دارد. بدین معنی که ای‌میل، یاهو مسنجر، موتور جست‌وجو و سایت‌های خبری به نوعی در بین اولویت‌های اول تا چهارم یافته‌های تجربی مطالعات دیگران وجود دارد. اما اینکه هر کدام در چه اولویتی قرار داشته‌اند، تغییر نماید. از این دسته تحقیقات می‌توان به تحقیقات زیر اشاره داشت: مطالعات زکریائی (۱۳۸۱: ۶)؛ اندرسون (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۲۹)؛ موسسه گالوپ (مور و بیگس، ۲۰۰۰: ۲۸) هم‌سو با یافته این تحقیق، موتور جست‌وجو را به عنوان اولویت اول استفاده افراد از اینترنت قلمداد نمودند.

همچنین، مطالعات اندرسون (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۲۹)؛ موسسه گالوپ (مور و بیگس، ۲۰۰۰: ۲۸) و دوران (۱۳۸۱) نیز هم‌سو با یافته این تحقیق، چک‌کردن ای‌میل را به عنوان اولویت دوم استفاده افراد از اینترنت برشمردند.

به علاوه، مطالعات معیدفر (۱۳۸۴: ۱۰۱)؛ برسون و همکاران (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۹)؛ موسسه گالوپ (مور و بیگس، ۲۰۰۰: ۲۸) و دوران (۱۳۸۱) نیز هم‌سو با یافته این تحقیق، یاهو مسنجر را به عنوان اولویت سوم استفاده افراد از اینترنت قلمداد نمودند. و در نهایت، مطالعات معیدفر (۱۳۸۴: ۱۰۱) و کارنیاوان و زافیریز (۲۰۰۳: ۸) همانند یافته این تحقیق، سایت‌های خبری را به عنوان اولویت چهارم استفاده افراد از اینترنت برشمردند.

علاوه بر مطالعات فوق، مطالعات کارنیاوان و زافیریز (۲۰۰۳: ۸)، ولمن و همکاران (۲۰۰۲: ۱۵۵)، کیسلر و همکاران (۲۰۰۲: ۱۳۱)، جوادی (۱۳۸۳: ۸)، معیدفر (۱۳۸۴: ۱۰۱)، گنجی (۱۳۸۵: ۹۲)، بابارضایی‌کاشانی (۱۳۷۹: ۱۰۵)، برسون و همکاران (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۹)، بولن و هری (۲۰۰۰: ۱۸) نیز در یافته‌های خود نشان دادند که اولویت اول افراد از اینترنت، استفاده از ای‌میل بوده است. در ضمن،

مطالعات کارنیاوان و زافیریز (۲۰۰۳: ۸)، کیسلر و همکاران (۲۰۰۲: ۱۳۱)، گنجی (۱۳۸۵: ۹۲)، بابارضایی کاشانی (۱۳۷۹: ۱۰۵)، برسون و همکاران (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۹)، نیز نشان داد که اولویت دوم مصاحبه‌شوندگان استفاده از موتور جست‌وجو است.

در ادامه، برخی از مطالعات استفاده‌های دیگر را به عنوان اولویت‌های افراد از اینترنت برشمردند به عنوان مثال، مطالعات کارنیاوان و زافیریز (۲۰۰۳: ۸) و معیدفر (۱۳۸۴: ۱۰۱) بر اولویت استفاده افراد نمونه در استفاده از بازی‌های اینترنتی اشاره دارند و یافته‌های مطالعات کارنیاوان و زافیریز (۲۰۰۳: ۸)، کیسلر و همکاران (۲۰۰۲: ۱۳۱)، گنجی (۱۳۸۵: ۹۲) و موسسه گالوپ (مور و بیگس، ۲۰۰۰: ۲۸)، نیز حاکی است این دسته از مطالعات بر استفاده تجاری به عنوان اولویت استفاده افراد از اینترنت اعتقاد دارند. همچنین، گنجی (۱۳۸۵: ۹۲) نیز استفاده از نوع وب‌گردی را به عنوان اولویت استفاده افراد از اینترنت می‌داند و در ادامه، مطالعات جوادی (۱۳۸۳: ۸) و گنجی (۱۳۸۵: ۹۲) نیز بر استفاده از وبلاگ به عنوان اولویت استفاده خود از اینترنت اشاره داشته‌اند. در نهایت، استفاده از سایت‌های دوستیابی و اورکات از دیگر استفاده‌هایی است که مطالعات گنجی (۱۳۸۵: ۹۲) و کوثری (۱۳۸۴: ۶۹) به عنوان اولویت استفاده افراد مورد مطالعه خود برشمرده‌اند.

یکی از نکات قابل توجهی که هم در تحقیق حاضر و هم در تحقیقات دیگر محققان استنباط نمود این است که اولویت استفاده افراد علاوه بر تأثیرپذیری از موقعیت فردی که افراد در آن قرار دارند، متأثر از عوامل ساختاری دیگری نیز است که عمده‌ترین آنها عوامل اجتماعی و فرهنگی است. بطوریکه، چه بسا تفاوت‌هایی وجود داشته در اولویت استفاده افراد از اینترنت در ایران و سایر نقاط پیشرفته دنیا تا اندازه‌ای از متأثر از این عوامل باشد.

بنابراین، با مقایسه یافته‌های تحقیق حاضر با یافته‌های نظری و تجربی دیگران، اولویت اول مصاحبه‌شوندگان در استفاده از اینترنت ای‌میل است. و اولویت‌های بعدی استفاده افراد از اینترنت یاهومسنجر، موتورهای جست‌وجو و سایت‌های خبری بوده است. از نکات قابل توجه در مقایسه یافته‌های این تحقیق با یافته‌های نظری و تجربی دیگران می‌توان اظهار داشت که اولویت افراد در استفاده از اینترنت

بازتاب موقعیت و شرایطی است که افراد در آن قرار دارند. این شرایط ممکن است بازتاب موقعیت اجتماعی باشد که افراد در آن قرار دارند و یا بازتاب موقعیت فردی باشد که در آن قرار دارند. چه بسا در یافته‌های تجربی دیگران متناسب با جامعه آماری خاص خود، اولویت‌ها نیز تا اندازه‌ای تغییر پیدا می‌نماید.

۵-۱-۱-۳- مکان استفاده از اینترنت

نتایج بدست آمده درخصوص مکان استفاده از اینترنت نشان داد که سه مکان محل کار، خانه و محل تحصیل سه مکان عمده استفاده افراد از اینترنت است. بنابراین، مکان استفاده افراد از اینترنت تحت تأثیر شرایط و موقعیت افراد است. بطوریکه، کسانی که به تحصیل اشتغال دارند بیشتر در دانشگاه از اینترنت استفاده می‌کنند و کسانی که به کار ثابت اشتغال دارند بیشتر در محل کار به اینترنت دسترسی دارند. بنابراین، درخصوص الگوی مکانی استفاده از اینترنت باید متذکر شد که ۴ عامل موقعیت و شرایط تحصیلی و کاری افراد، هزینه‌بر بودن استفاده از اینترنت و عامل میزان استفاده از اینترنت و در نهایت، میزان اهمیت دسترسی به اینترنت نقش بسزایی در اینکه فرد در چه مکانی از اینترنت استفاده نماید، دارد.

در مقام مقایسه محققانی که این سوال را در مطالعه و تحقیق خود مطرح نموده‌اند سه مکان محل کار، محل سکونت (خانه) و محل تحصیل در اکثر مطالعات به عنوان مکان استفاده افراد از اینترنت مورد تایید قرار می‌گیرد. اما نکته قابل توجه در این است که اولویت مکان استفاده افراد در تحقیق حاضر با یافته‌های دیگر محققان تا اندازه‌ای متفاوت است که این تفاوت می‌تواند به دلیل نوع جامعه آماری، نوع جامعه و قلمرو تحقیق باشد. از جمله مطالعاتی که در مطالعه خود مکان استفاده افراد از اینترنت را مورد بررسی قرار داده‌اند. مطالعات ولمن و همکاران (۲۰۰۲: ۱۵۵)، نای و لوتز (۲۰۰۲: ۱۵)، نای و هیلینگوس (۲۰۰۲: ۲۵)، کستن‌بام و همکاران (۲۰۰۲: ۲۰)، معیدفر (۱۳۸۴: ۱۰۱)، گنجی (۱۳۸۵: ۹۲)، بابارضایی‌کاشانی (۱۳۷۹: ۱۰۵)، جوادی (۱۳۸۳: ۸)، بولن و هری (۲۰۰۰: ۱۸) و دوران (۱۳۸۱) است که این مطالعات نشان داد که مکان استفاده افراد در وهله اول خانه بوده است. به علاوه، مطالعات، ولمن و همکاران (۲۰۰۲: ۱۵۵)، نای و هیلینگوس (۲۰۰۲: ۲۵)، کستن‌بام و همکاران (۲۰۰۲: ۲۰) نشان داد که افراد محل کار را به عنوان اولویت

دوم مکان استفاده خود از اینترنت قلمداد نمودند. و مطالعات ولمن و همکاران (۲۰۰۲: ۱۵۵) و کستن‌بام و همکاران (۲۰۰۲: ۲۰)، محل تحصیل را به عنوان اولویت سوم مکان استفاده از اینترنت قلمداد نمودند. سایر مطالعات نیز به مکان‌های دیگر به عنوان اولویت استفاده افراد مورد مطالعه خود از اینترنت اذعان داشته‌اند که عبارتند از: مطالعه جوادی (۱۳۸۳: ۸) که کافی‌نت را به عنوان اولویت استفاده افراد در مکان استفاده خود از اینترنت قلمداد نمودند. و درضمن، مطالعه کستن‌بام و همکاران (۲۰۰۲: ۲۰) منزل دوستان را به عنوان اولویت مکان استفاده افراد از اینترنت قلمداد نمودند.

همانطور که در جدول شماره ۲ و ۳ مشاهده می‌شود، از آنجا که استفاده از اینترنت در ایران در مقایسه با سایر کشورهای پیشرفته جهان، آنچنان در زندگی شخصی ما عجين نشده است و استفاده از اینترنت در ایران به نوعی کالای شبه‌تجملی تلقی می‌شود. از سوی دیگر در ایران به دلیل هزینه‌بر بودن قابل توجه استفاده از اینترنت، و عدم ارتباط استفاده آن با نیازهای حیاتی، مکان استفاده بیشتر در مکان‌های غیر از خانه است.

جدول شماره (۲). الگوی مکان استفاده افراد از اینترنت در ایران

الگوی دانش‌آموز	الگوی دانشجو	الگوی شاغل	الگوی شاغل و دانشجو
خانه	محل تحصیل	محل کار	محل کار و محل تحصیل
کافی‌نت	محل زندگی (خوابگاه)	محل زندگی (خانه)	محل زندگی (خانه)
خانه دوست	کافی‌نت/خانه دوست	-----	-----

جدول شماره (۳). الگوی مکان استفاده افراد از اینترنت در خارج

محل زندگی (خانه)
محل تحصیل - محل کار
سایر (چون: منزل دوست و....)

بنابراین، در انتها با مقایسه یافته‌های تحقیق حاضر با یافته‌های تجربی دیگر محققان می‌توان اظهار داشت که با توجه به اینکه یافته‌های این تحقیق دال بر استفاده افراد در ۳ مکان: محل کار، خانه و محل تحصیل است. یافته‌های تجربی داخلی و خارجی نتیجه تحقیق حاضر را تایید می‌نمایند. بنابراین می‌توان گفت عمده مکان استفاده افراد از اینترنت، سه مکان محل سکونت، محل تحصیل و محل کار است. که اولویت نوع مکان استفاده از اینترنت نیز در هر کدام از این سه مکان متناسب با شرایط افراد تفاوت پیدا دارد.

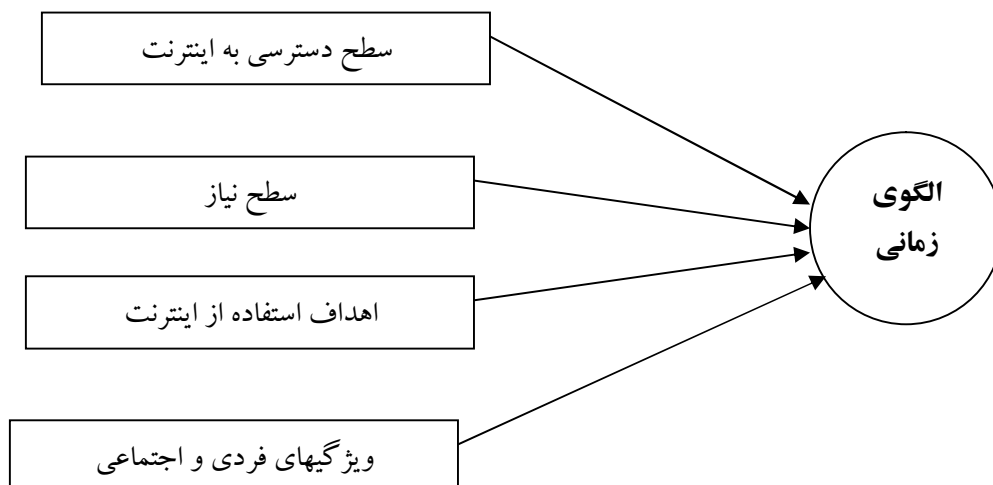
۵-۱-۴- زمان استفاده از اینترنت

نتایج بدست آمده درخصوص الگوی زمانی افراد از اینترنت نیز نشان می‌دهد که مصاحبه‌شوندگان بیشتر شب‌ها از اینترنت استفاده می‌نمایند. و پس از آن، صبح‌ها، عصرها و در ساعات حضور در کار، بیشترین زمان‌هایی است که افراد از اینترنت استفاده می‌نمایند. لازم به ذکر است که شکل‌گیری الگوی زمانی نیز همانند الگوی مکانی تابع عواملی هست که ذکر شد بطوریکه کسی که دارای شغل ثابت است و یا در دانشگاه مشغول تحصیل است در سرکار یا دانشگاه از اینترنت و در ساعات حضور در این مکان از اینترنت استفاده نماید که رایگان نیز باشد. نکته جالب دیگر وابسته‌بودن الگوی زمانی به کارت شبانه است. از آنجا که کارت شبانه را باید در ساعات خاصی استفاده نمود و افراد می‌بایست در آن ساعات از اینترنت استفاده نمایند. که در مقام مقایسه مطالعات معیدفر (۱۳۸۴: ۱۰۱)، گنجی (۱۳۸۵: ۹۲) نیز هم‌سو با یافته‌های تحقیق حاضر شب‌ها را به عنوان زمان استفاده افراد مورد مطالعه خود از اینترنت برشمرده‌اند.

در عین حال، مطالعات معیدفر (۱۳۸۴: ۱۰۱)، گنجی (۱۳۸۵: ۹۲) غروب‌ها را به عنوان زمان استفاده افراد مورد مطالعه خود از اینترنت برشمرده‌اند. در ضمن، گنجی (۱۳۸۵: ۹۲) در تحقیق خود نشان داد که افراد، صبح‌ها و ظهرها را نیز به عنوان زمان‌های متداول خود برای استفاده از اینترنت برمی‌گزینند. بنابراین، در مقایسه یافته‌های این تحقیق با یافته‌های دو تحقیق دیگر باید اظهار داشت که الگوی زمانی استفاده افراد از اینترنت بدین صورت است که بیشتر شب‌ها را برای استفاده از اینترنت ترجیح می‌دهند. البته

در اینجا نیز باید یک همبستگی و رابطه‌ای بین الگوی زمانی استفاده از اینترنت و شرایطی که افراد در آن واقع شده‌اند، برقرار نمود. چرا که شرایط واقع شده افراد می‌تواند بازگوکننده الگوی زمانی وی باشد.

در بحث الگوی زمانی، ارتباط دادن با سطح دسترسی به اینترنت، سطح نیاز، هدف استفاده، ویژگی‌های فردی مهم است. بطوریکه، اگر فرد دانشجویی که در زمان حضور در دانشگاه برای جستجوی موضوع تحقیقش استفاده نماید. یا دانش‌آموزی که برای چت کردن و وقت تلف کردن از اینترنت استفاده می‌کند و یا کارمندی که در طول ساعات کار می‌تواند به راحتی از اینترنت برای مقاصد کاری یا چک کردن ای‌میل استفاده نمایند، الگوی زمانی آنها نیز تفاوت می‌پذیرد. بنابراین الگوی زمانی افراد را می‌توان چنین ترسیم نمود:



شکل شماره (۲). الگوی زمانی استفاده از اینترنت

۵-۱-۱-۵- میزان استفاده از اینترنت

از دیگر مؤلفه‌ها برای تعیین الگوی کاربری افراد از اینترنت میزان استفاده افراد از اینترنت بود که از افراد نمونه خواسته شد تا میزان استفاده خود را برحسب میزان استفاده در روز و هفته به صورت ساعت مشخص نمایند. که نتایج بدست آمده نشان داد بیشتر مصاحبه‌شوندگان مدت استفاده خود را بطور متوسط روزی ۲ تا ۳ ساعت ذکر نموده‌اند (بطور متوسط ۱۰ تا ۱۵ ساعت در هفته). که این دسته از افراد تقریباً دو

سوم افراد نمونه را تشکیل می‌دهند و آن دسته از افرادی نیز که کمتر از این میزان از اینترنت استفاده می‌نمایند بیشتر به خاطر دامنه استفاده آنها از اینترنت است که به چک کردن ای میل و یاهو مسنجر یا مرور سایت‌های خبری و در صورت نیاز استفاده از موتور جست‌وجو می‌پردازند. اما آن دسته از افرادی که استفاده‌شان از اینترنت بیشتر از ۱۵ ساعت در هفته است ارتباط پیدا می‌نماید با شرایط کاری آنها (نه شرایط تحصیلی) که به نوعی آنها را متوسل به استفاده زیاد از اینترنت می‌نماید: مثلاً تجارت الکترونیک یا خبرنگاری سایبر.

در مقام مقایسه مطالعات آلن و رابینسون (۲۰۰۲: ۱۳)، نای و لوتر (۲۰۰۲: ۱۵)، کوجت و همکاران (۲۰۰۲: ۳۵)، معیدفر (۱۳۸۴: ۱۰۱)، گنجی (۱۳۸۵: ۹۲)، اندرسون (بولن و هری، ۲۰۰۰: ۲۹)، کوپر و همکاران (دیگلاس، ۲۰۰۰: ۳۳)، جوادی (۱۳۸۳: ۸)، کولی و رابینسون (۲۰۰۲: ۷۳) و دوران (۱۳۸۱) نیز هم‌سو با تحقیق حاضر، یافته‌های آنها نشان داد که میزان استفاده افراد مورد مطالعه خود را بین ۱۰ تا ۱۵ ساعت در هفته است.

در عین حال، مطالعات گرشونی (۲۰۰۲: ۱۹)، ولمن و همکاران (۲۰۰۲: ۱۵۵)، تامپسون (کینگ، ۱۹۹۶: ۷)، یونگ (لیم و همکاران، ۲۰۰۴: ۲) نشان داد که افراد، میزان استفاده‌شان از اینترنت بیش از میزان استفاده یعنی بین ۱۰ تا ۱۵ ساعت است. البته این دسته از مطالعات عموماً روی پدیده اعتیاد اینترنتی و افراد معتاد به اعتیاد تحقیق می‌نمودند.

در صفحه بعد در قالب جدولی الگوی میزان استفاده افراد از اینترنت آورده شده است. این جدول که با استفاده از یافته‌های تحقیق بدست آمده، میزان استفاده افراد از اینترنت را در حال حاضر در قالب سه دسته استفاده عادی، متداول و افراطی بر می‌شمرد.

جدول شماره (۴) الگوی میزان استفاده افراد از اینترنت

میزان استفاده	نوع کاربران و الگوی رفتاری
کم	این دسته از افراد، کاربران جدی و همیشگی استفاده از اینترنت نیستند. کارشان زیاد با اینترنت ارتباط پیدا نمی‌کند. امکانات و سطح دسترسی‌شان به اینترنت پایین است.
عادی و متداول	این دسته افراد، کاربران قدیمی و همیشگی استفاده از اینترنت هستند. کارشان مرتبط با اینترنت است. به طور منظم و الگومند از اینترنت استفاده می‌کنند.
افراطی و اعتیادی	این دسته از افراد، را می‌توان به دو دسته کلی تقسیم نمود: ۱- کاربران تازه و جدید که تازه با اینترنت آشنا شده‌اند و استفاده‌شان بیشتر از ویژگی هیجانی و کنجکاوی، جذابیت و سرگرمی برخوردار است و بیشتر به سمت استفاده‌هایی چون چت، استفاده از سایت‌های پورنو، بازی‌های اینترنتی و سایت‌های دوستیابی سوق پیدا می‌کند. این دسته افراد به گونه‌ای اعتیادی به اینترنت گرایش دارند. دسته دوم کاربران کسانی‌اند که جزو کاربران قدیمی‌اند ولی چون کارشان طوری است که همواره باید به اینترنت متصل باشند مدت زیادی از اینترنت استفاده می‌کنند. همانند روزنامه‌نگاران سایبر و افراد فعال در کسب و کار الکترونیکی

بنابراین، همانطور که از مقایسه یافته‌های این تحقیق با یافته‌های تحقیق دیگران مشخص می‌گردد در این تحقیق، بیشتر مصاحبه‌شوندگان هفته‌ای متوسط ۱۰ تا ۱۵ ساعت از اینترنت استفاده می‌نمایند. که به جز موارد معدودی (که به مسئله اعتیاد به اینترنت پرداخته‌اند)، بیشتر یافته‌ها نتیجه فوق را تأیید می‌نمایند. بدین معنا که متوسط زمان استفاده افراد از اینترنت را کمتر از ۱۵ ساعت در نظر می‌گیرند که می‌شود گفت این میزان استفاده از اینترنت دال بر استفاده نرمال از اینترنت است و برخی از مطالعات نیز وجود بیش از این میزان استفاده از اینترنت را نوعی اعتیاد و وابستگی به اینترنت قلمداد می‌نمایند.

۵-۱-۱-۶- استفاده انفرادی یا دسته جمعی از اینترنت

ششمین مؤلفه استفاده شده برای سنجش شکل استفاده از اینترنت کاربری انفرادی یا دسته جمعی از اینترنت است که نتایج نشان داد که غالب افراد نمونه گرایش دارند به اینکه استفاده شان از اینترنت به صورت انفرادی باشد. شاید بتوان گفت اینترنت در بین افراد نمونه وسیله ای است که تنها برای استفاده یک نفر اختصاص دارد و استفاده دسته جمعی از اینترنت بندرت و تابع شرایط خاصی است که نیاز آن را تعیین می نماید. چه بسا گاه برای استفاده تفننی از اینترنت باشد. مثلاً صفحه یا مطلب یا تصویر جالبی را به دوستان، همکاران و اعضای خانواده نشان داد. یا کمک به کسی در یافتن سایت یا کمک در تکمیل نمودن فرمی در اینترنت (نظیر ثبت نام در کنکور).

در مقام مقایسه مطالعات کستن بام و همکاران (۲۰۰۲: ۲۰) و گنجی (۱۳۸۵: ۹۲) نیز این سؤال را در مطالعه خود مورد بررسی قرار داده اند و نتایج یافته های این دو مطالعه نیز یافته های تحقیق حاضر را تأیید می نماید. بطوریکه، نتایج مطالعه کستن بام و همکاران (۲۰۰۲) نشان داد افراد مورد مطالعه، بیشتر تنها و به صورت انفرادی از تکنولوژی های ارتباطی استفاده می نمایند و در صورت استفاده دسته جمعی بستگی به مکان استفاده دارد. بطوریکه اگر در خانه باشد با اعضای خانواده مثل خواهر و برادر و اگر محل کار باشد به همراه همکاران از اینترنت استفاده می کنند (کستن بام و همکاران، ۲۰۰۲: ۸۱). همچنین، نتایج مطالعه گنجی (۱۳۸۵) نیز نشان داد که اکثریت قریب به اتفاق مصاحبه شوندگان اظهار داشته اند که بیشتر به صورت انفرادی از اینترنت استفاده می کنند و تنها ۹/۱ درصد به صورت دسته جمعی از اینترنت استفاده می کنند (گنجی، ۱۳۸۵: ۱۰۱).

بنابراین، با مقایسه یافته های این تحقیق با یافته های تحقیق دیگر باید اظهار داشت که بیشتر مصاحبه شوندگان دوست دارند به صورت انفرادی از اینترنت استفاده نمایند تا دسته جمعی. در نتیجه گیری کلی باید اذعان داشت که کاربری اینترنت بیشتر ماهیتی انفرادی داشته باشد تا دسته جمعی. در انتها اینکه هر چند اینترنت را به عنوان یک رسانه در نظر می گیرند اما برخلاف سایر رسانه ها چون تلویزیون، رادیو و ماهواره افراد دوست دارند که از آن به شکل انفرادی استفاده نمایند. علیرغم استفاده از اینترنت به عنوان

ابزار ارتباطی (علاوه بر ابزار اطلاعاتی و...) افراد در این نوع استفاده بیشتر تمایل دارند که به تنهایی و به شکل انفرادی از اینترنت استفاده نمایند.

اما از سوی دیگر، مطالعه دوران (۱۳۸۱) نشان داد که بیش از ۷۳ درصد پاسخگویان اظهار داشته‌اند که بعضی مواقع یا در اکثر مواقع به اتفاق دیگر اعضای خانواده از اینترنت بهره‌برداری می‌کنند. و در توضیح این نتیجه می‌نویسد، به نظر می‌رسد تجربه فضای سایبرنتیک نه تنها تجربه‌ای منحصر بفرد در خانواده محسوب نمی‌شود بلکه می‌توان آن را تجربه‌ای نسبتاً جمعی به حساب آورد. به قسمی که بنا به یافته‌های این تحقیق و دیگران (منظور ایشان ولمن (۱۹۹۹)، علاوه بر اینکه اینترنت به خودی خود می‌تواند محور جمع‌های خانوادگی قرار گیرد، می‌تواند موضوع گفتگوها و تعاملات خانوادگی نیز واقع شود. پس می‌توان نتیجه گرفت که اگرچه تجربه فضای سایبرنتیک، فرصت تعاملات رو در رو را کمتر ساخته، ولی در عین حال، محور تجمع اعضای خانواده و موضوع گفتگوها و تعاملات فی‌مابین گردیده است (دوران، ۱۳۸۱: ۱۸۹). بهترین تفاوت یافته فوق با یافته تحقیق حاضر متوجه سال انجام تحقیق (۱۳۸۱) است که در آن زمان از ورود اینترنت به ایران ۴-۵ سال گذشته بود و ورود اینترنت به خانه‌ها تازه‌ای داشته و طبعاً مورد بحث و گفتگو بوده است. درحالی‌که، تحقیق حاضر ده سال بعد از ورود اینترنت و از افراد نسل اولی که سابقه نزدیک به ده سال از اینترنت دارند، صورت گرفت.

۵-۱-۷- استفاده همزمان یا تنها از اینترنت

نتایج بدست آمده در خصوص استفاده همزمان یا انحصاری از اینترنت نشان داد که اکثریت قریب به اتفاق افراد نمونه اذعان داشته‌اند که در حین استفاده از اینترنت به امور دیگری نیز می‌پردازند. حال این کار می‌تواند مربوط به کارهای دیگر با اینترنت و کامپیوتر یا مربوط به امور دیگر باشد. از مرسوم‌ترین کارهایی که افراد نمونه در کنار استفاده از اینترنت انجام می‌دهند: گوش‌دادن به موسیقی، صحبت با تلفن، صحبت با دیگران، تایپ‌کردن، مطالعه نمودن و خوردن یا آشامیدن است. که در مقام مقایسه، برخلاف یافته‌های تحقیق حاضر، نتایج یافته‌های کستن‌بام و همکاران (۲۰۰۲) نشان داد که اکثریت افراد در پاسخ‌شان اظهار داشته‌اند

که کار دیگری انجام نمی‌دهند و آن دسته از افرادی که هم‌زمان کار دیگری انجام می‌دادند اذعان نموده‌اند که فقط صحبت می‌کردند (گنجی، ۱۳۸۵: ۱۰۹).

نتایج یافته‌های گرینفلد (۱۹۹۸) نیز نشان داد که ۳۷/۵ درصد افراد مورد مطالعه‌اش حین آنلاین بودن استمنا می‌کنند. البته لازم به ذکر است که بیشتر افراد مورد مطالعه مرد بوده‌اند (کازنو، ۱۳۷۰: ۹۸). بنابراین، در مقایسه دو یافته فوق با یافته‌های این تحقیق باید اظهار داشت که یافته تحقیق حاضر، برخلاف دو یافته دیگر نشان می‌دهد که افراد در حین استفاده از اینترنت به کارهای دیگر زیادی نیز می‌پردازند. که شاید دلیل این یافته این باشد که افراد مورد مطالعه این تحقیق، از افراد سابقه‌دار در استفاده از اینترنت بوده‌اند و از آنجا که این افراد از الگوی منسجم و هدفمندی (در کاربری اینترنت) برخوردار شده‌اند. علاوه بر کاربری اینترنت، کارهای دیگری نیز انجام می‌دهند. ولی با اذعان به نتایج تحقیق، همین افراد در بدو شروع کاربری تنها تمرکزشان روی استفاده از اینترنت بوده است و در کنارش کار دیگری انجام نمی‌دادند.

۵-۱-۸- میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت

نتایج بدست آمده پیرامون میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت نشان داد که یک سوم افراد نمونه برای استفاده از اینترنت هزینه‌ای نمی‌پردازند چرا که در محل کار یا محل تحصیلشان به اینترنت متصل می‌گردند. و یک سوم نیز هزینه پرداختی خود را در هر ماه کمتر از ۱۵ هزار تومان ذکر نموده‌اند. و در نهایت، ۳ نفر ماهیانه ۲۰ هزار تومان و ۱ نفر ماهیانه ۴۱۳۰۰ تومان برای استفاده از اینترنت هزینه می‌پردازند. که در مقام مقایسه یافته‌های مطالعات معیدفر (۱۳۸۴: ۱۰۱) و گنجی (۱۳۸۵: ۹۲) نیز یافته تحقیق حاضر را تایید می‌نمایند. بطوریکه، معیدفر (۱۳۸۴) در پایان نتایج تحقیق خود نشان داد که بیش از چهار پنجم نوجوانان و جوانان بر این امر اذعان داشته‌اند که بابت استفاده از اینترنت هزینه پرداخت می‌نمایند. و میانگین بدست آمده حاکی از آن است که بطور میانگین مصاحبه‌شوندگان ۱۱۵۴۳/۳۵ تومان برای استفاده از اینترنت هر ماه هزینه می‌پردازند (معیدفر، ۱۳۸۴: ۱۰۷). همچنین، یافته‌های گنجی (۱۳۸۵) نیز نشان داد که بیشتر

مصاحبه‌شوندگان برای استفاده از اینترنت هزینه می‌پردازند. و نیمی از مصاحبه‌شوندگان بابت استفاده از اینترنت ماهیانه کمتر از ۱۰ هزار تومان می‌پردازند. میانگین بدست آمده نیز حاکی است که بطور میانگین مصاحبه‌شوندگان ۱۰۸۸۷/۸۸ تومان برای استفاده از اینترنت هر ماه هزینه می‌پردازند (گنجی، ۱۳۸۵: ۱۲۰).

در مقایسه دو یافته تجربی حاضر با یافته‌های این تحقیق باید اذعان داشت که مصاحبه‌شوندگان این تحقیق بیشتر کسانی بودند که برای استفاده از اینترنت هزینه نمی‌پردازند چرا که بیشتر از محل کار یا تحصیل از اینترنت استفاده می‌نمودند اما بیشتر مصاحبه‌شوندگان دو یافته تجربی ذکر شده اظهار داشته‌اند که برای استفاده از اینترنت هزینه می‌پردازند. اما درخصوص میزان هزینه پرداختی ماهیانه برای آن دسته از افرادی که هزینه می‌پردازند با یافته‌های دو تحقیق نشان از برابری نسبی میزان هزینه پرداختی ماهانه یعنی زیر ۱۵ هزار تومان است. که به نظر می‌رسد هزینه عرفی و معمول برای استفاده از اینترنت در ایران باشد. به عبارت دیگر، الگوی هزینه استفاده از اینترنت در ایران متأثر از متغیرهایی چون سطح دسترسی، سطح نیاز، هدف استفاده از اینترنت و ویژگی‌های فردی است. بطوریکه، اگر فرد شاغل یا مشغول تدریس در دانشگاه باشند (در ایران در مدارس هنوز استفاده از اینترنت معمول نشده است) افراد سعی می‌کنند در محل کار یا محل تحصیل از اینترنت استفاده نمایند که در این صورت هزینه‌ای برای استفاده از اینترنت نخواهند پرداخت. ولی آن دسته از افرادی که فاقد مکانی برای دسترسی رایگان به اینترنت بودند هزینه عادی آنها معمولاً کمتر از ۱۵ هزار تومان در هر ماه بود که این هزینه شامل افرادی نیست که نیاز آنها به اینترنت از کاربران عادی بیشتر است و شغل‌شان اقتضا می‌نماید که از اینترنت بیشتر استفاده نمایند. مثلاً روزنامه‌نگاران و افراد فعال در کسب و کار سایبرنتیکی. همچنین، هزینه ذکر شده شامل آن دسته افرادی که، از اینترنت به شکل افراطی و اعتیادی به منظور سرگرمی و پست استفاده می‌نمایند، نمی‌شود.

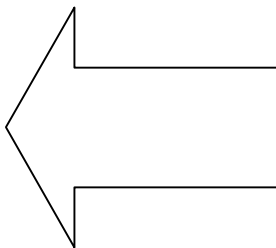
۵-۱-۲- روند تحول شکل استفاده از اینترنت (در طول استفاده از اینترنت)

همانگونه که در فصول پیشین گفته شد شناخت سیر تحول کاربری اینترنت از اهداف اساسی تحقیق است که در این راستا، پس از طرح پرسشهای کاربری افراد در زمان کنونی، همان پرسشها در بستر زمان از آغاز کاربری اینترنت تا زمان کنونی مطرح گردید. لازم به ذکر است که علیرغم تلاشهای فراوان برای یافتن تحقیقاتی که سیر تحول کاربری اینترنت را مورد عنایت قرار داده باشند، ولی تحقیقات کمی با این رویکرد انجام گرفته است که به ذکر آنها پرداخته شده است. در ادامه، به ترتیب به ارائه یافتههای تحقیق به همراه مقایسه یافتههای نظری و تجربی پیشین پرداخته خواهد شد:

۵-۱-۲-۱- بررسی روند تغییرات نوع استفاده از اینترنت در طی زمان

همانگونه که در فصل پیشین دیدیم نتایج بدست آمده از روند تحول انواع استفاده از اینترنت نشان داد که موتور جستوجو را بدون استثناء تمامی افراد نمونه مورد استفاده قرار می‌دادند که گفتیم موضوعات جستجو برخلاف زمان کنونی افراد که مشخص و در راستای کار و تحصیل است دارای موضوعات غیر تحصیلی و غیرکاری و در راستای اهداف تفریح و سرگرمی و ارضای امیال بود. پس از آن، چت‌نمودن (۱۳ نفر) -البته با غریبه‌ها و در اتاق چت‌روم- بیشترین استفاده را در میان افراد نمونه دارد. مشاهده سایت‌های پورنو و سکسی (۶ نفر) و وب‌گردی (۴ نفر) نیز از دیگر استفاده‌های طرفدار میان افراد نمونه بوده است. و در نهایت، استفاده از سایت‌های سیاسی و خبری (۳ نفر) نیز از دیگر استفاده‌های رایج میان افراد نمونه بود. درضمن، گفته شد افراد نمونه در توصیف سیر تحول استفاده‌های خود از اینترنت اعتراف داشتند که به دلایلی چون کنجکاوی، آشنایی بیشتر با دنیای مجازی اینترنت، ارتباط راحت و بدون محدودیت با جنس مخالف، شور جوانی و نوجوانی، برخورداری از تب و تاب سیاسی استفاده‌هاشان از اینترنت شکل می‌گرفت و این امر تا جای ادامه پیدا می‌نمود که شاهد هدفمند شدن استفاده‌های افراد از اینترنت و در نتیجه محدود شدن دامنه استفاده از اینترنت باشیم. بنابراین، می‌توان گفت مشخصات سیر تحول کاربری را چنین متصور شد:

جدول شماره (۵) مقایسه ویژگی‌های انواع استفاده در آغاز کاربری و زمان کنونی

آغاز کاربری		زمان کنونی
استفاده‌های زیاد		استفاده‌های کم
بدون هدف خاص		با هدف خاص
غیرکاری و غیر تحصیلی		تحصیلی و کاری
بیشتر تفننی و سرگرمی		کمتر تفننی و سرگرمی
غیر ضروری		ضرورت‌مند
کنجکاوانه و هیجانی		غیرکنجکاوانه و غیر هیجانی

و در مقام مقایسه، ابتدا باید اذعان داشت که کمتر محقق به سیر تحول شکل استفاده از اینترنت توجه کرده‌اند. که در اینجا، تنها به مطالعه جوادی (۱۳۸۳: ۷۳) اشاره خواهد شد که در مقام مقایسه یافته‌های این مطالعه با یافته‌های مطالعه جوادی، می‌توان اظهار داشت که هر دو مطالعه به نوعی کنجکاوی و هیجان‌پذیری و عدم قاعده‌مندی از سوی افراد در استفاده از اینترنت اشاره داشته‌اند. بطوریکه، جوادی (۱۳۸۳) در کار خود در خصوص روند تحول استفاده مصاحبه‌شوندگان از اینترنت چنین بیان می‌دارد که تا حدود ۱۰ ماه اول آشنایی با اینترنت، تقریباً استفاده از انواع مختلف محیط‌های اینترنتی افزایش می‌یابد و از ۱۰ ماه به بعد شکل استفاده از انواع مختلف محیط‌های اینترنتی تغییر پیدا می‌کند، استفاده از محیط چت در بین کاربران اینترنتی در ابتدا به سرعت افزایش می‌یابد و تا حدود ۴۰ ماه آشنایی این افزایش ادامه پیدا می‌کند که از ۴۰ ماه به بعد این افزایش متوقف شده و به سرعت کاهش می‌یابد. استفاده از ای‌میل در ابتدا به مقدار کمی افزایش یافته ولی در طول ۲۰ تا ۴۰ ماه آشنایی با اینترنت میزان استفاده از ای‌میل کاهش یافته و و از ۴۰ ماه به بعد دوباره افزایش می‌یابد (شاید ای‌میل جانشین چت شود). محیط بازی در اینترنت در ابتدا تا حدود ۵۰ ماه آشنایی افزایش یافته و از ۵۰ ماه به بعد کاهش می‌یابد. میزان استفاده از سایت‌های علمی - آموزشی در ابتدا ثابت است ولی بعد از ۲۰ ماه دسترسی افزایش می‌یابد. سایت‌های جوک بدین گونه است که تا حدود ۱۵

ماه اول کاهش داشته ولی از ۱۵ ماه به بعد تا حدود ۵۰ ماه افزایش داشته و بعد از ۵۰ ماه میزان استفاده از آن کاهش می‌یابد (جوادی، ۱۳۸۳: ۷۳).

بنابراین، در مقایسه یافته‌های تجربی دیگران با یافته‌های این تحقیق باید اظهار داشت که با استناد به هر دو دسته از یافته‌ها، افراد در بدو کاربری اینترنت استفاده‌شان براساس جذابیت و تازگی و کنجکاوی اینترنت شکل می‌گیرد و به قول هومنز (۱۳۷۸) همین جذابیت باعث می‌گردد افراد بیشتر و بیشتر به سمت اینترنت کشیده شده و از آن استفاده نمایند چرا که این جذابیت و تازگی روزافزون، پاداشی است که برای استفاده‌های مجدد و مداوم از اینترنت. اما به تدریج، پاداش اثر خود را از دست می‌دهد و استفاده افراد شکل دیگری به خود می‌گیرد (هومنز، ۱۳۷۸: ۶۲). در ایران، با توجه به وجود برخی محدودیت‌ها در ارتباطات اجتماعی و در بافت فرهنگی و اجتماعی افراد بیشتر به سمت استفاده‌هایی سوق پیدا می‌نمایند که نیازهای آنها را برآورده سازند چون چت و سایت‌های پورنو.

۵-۱-۲-۲- بررسی روند تغییرات میزان استفاده از اینترنت در طی زمان

در فصل پیشین دیدیم که الگوی میزان استفاده افراد از اینترنت در آغاز کاربری، نشاندهنده مصرف کم آنها دارد. اما بتدریج شاهد تغییرات محسوسی در الگوی زمان استفاده از اینترنت در طی زمان هستیم. بطوریکه، هم اکنون مصرف افراد بیشتر شده و به سطح نرمال و عادی خود یعنی بین ۷ تا ۱۵ ساعت رسیده است. در آغاز کاربری، هرچند استفاده‌هایی که افراد از اینترنت می‌نمودند استفاده‌های هدفمند و الگومندی نبوده است. اما به دلایلی چون کیفیت و سرعت پایین اینترنت در آن زمان، عدم امکان مناسب برای دسترسی برای اینترنت و ضعف امکانات و غیره، مدت زمان استفاده از اینترنت پایین است. از سوی دیگر برخی افراد الگوی میزان استفاده‌شان از اینترنت به صورت روزانه نبوده بلکه یک روز یا دو روز در میان بوده است. در مقام مقایسه، تنها یافته‌ای که همسو با یافته‌های تحقیق حاضر، یافته ولمن و همکاران (۲۰۰۲) است که در مطالعه‌اش میزان زمان استفاده مصاحبه‌شوندگان را بین ۱۰ تا ۱۹ دقیقه ذکر نموده‌اند و با مقایسه با سال گذشته نشان می‌دهد که این میزان از رشد برخوردار بوده است (ولمن و همکاران، ۲۰۰۲: ۱۲). در عین

حال، سایر یافته‌های تحقیق، برخلاف یافته‌های تحقیق حاضر بوده‌اند که از جمله این یافته‌ها می‌توان به یافته‌های مطالعه گلیک و لوی (کازنو، ۱۳۷۰: ۸۷)، هوریگان و راینی (۲۰۰۲: ۶۳)، جوادی (۱۳۸۳: ۸) اشاره داشت. بطوریکه گلیک و لوی (۱۳۷۰) در مطالعه‌شان که روی مخاطبان تلویزیون انجام دادند پی بردند که هر چه تازگی تلویزیون به مرور زمان از سوی مخاطبین کم‌رنگ‌تر می‌شود میزان تماشای این رسانه نیز کاهش می‌یابد و استفاده از این رسانه در شبکه فعالیت‌های عادی و روزمره زندگی افراد وارد می‌شود (کازنو، ۱۳۷۰: ۸۷). همچنین، هوریگان و راینی (۲۰۰۲) نیز در کارشان نوع استفاده از اینترنت که در این کار (ای‌میل) است در دو سال ۲۰۰۰ و ۲۰۰۱ مورد بررسی قرار دادند و میزان استفاده افراد مورد مطالعه را از ای‌میل در سه دسته هر روز، هفته‌ای یک بار و ماهی یکبار مورد سنجش قرار دادند که نتایج نشان داد که استفاده از ای‌میل در سال ۲۰۰۱ نسبت به سال ۲۰۰۰ روند نزولی داشته است (هوریگان و راینی، ۲۰۰۲: ۶۳). و بالاخره، جوادی (۱۳۸۳) نیز در کار خود در خصوص روند تحول استفاده مصاحبه‌شوندگان از اینترنت چنین بیان می‌دارد که تا حدود ۱۰ ماه اول آشنایی با اینترنت، تقریباً استفاده از انواع مختلف محیط‌های اینترنتی افزایش می‌یابد و از ۱۰ ماه به بعد شکل استفاده از انواع مختلف محیط‌های اینترنتی تغییر پیدا می‌کند، استفاده از محیط چت در بین کاربران اینترنتی در ابتدا به سرعت افزایش می‌یابد و تا حدود ۴۰ ماه آشنایی این افزایش ادامه پیدا می‌کند که از ۴۰ ماه به بعد این افزایش متوقف شده و به سرعت کاهش می‌یابد. استفاده از ای‌میل در ابتدا به مقدار کمی افزایش یافته ولی در طول ۲۰ تا ۴۰ ماه آشنایی با اینترنت میزان استفاده از ای‌میل کاهش یافته و از ۴۰ ماه به بعد دوباره افزایش می‌یابد (شاید ای‌میل جانشین چت شود). محیط بازی در اینترنت در ابتدا تا حدود ۵۰ ماه آشنایی افزایش یافته و از ۵۰ ماه به بعد کاهش می‌یابد. میزان استفاده از سایت‌های علمی - آموزشی در ابتدا ثابت است ولی بعد از ۲۰ ماه دسترسی افزایش می‌یابد. سایت‌های جوک بدین گونه است که تا حدود ۱۵ ماه اول کاهش داشته ولی از ۱۵ ماه به بعد تا حدود ۵۰ ماه افزایش داشته و بعد از ۵۰ ماه میزان استفاده از آن کاهش می‌یابد (جوادی، ۱۳۸۳: ۷۳).

بنابراین، در مقایسه یافته‌های فوق با یافته‌های این تحقیق باید اظهار داشت که یافته‌های دیگران نشان می‌دهد که روند تحول میزان استفاده افراد از اینترنت نزولی است. که دلیل آن را از دست‌دادن جذابیت می‌-

داند. اما در این تحقیق مشخص شد که روند تحول میزان استفاده از اینترنت سیر صعودی داشته است. یعنی افراد در بدو کاربری میزان استفاده‌شان از اینترنت پایین‌تر از میزان استفاده در حال حاضر بوده است. البته نقش امکانات در کیفیت ارائه خدمات اینترنت چون سرعت اینترنت در این بین ممکن است تأثیرگذار بوده باشد. بطوریکه، افراد علاقه داشته باشند ولی امکانات بدان‌ها این اجازه را ندهد. بنابراین، چه بسا وارد نمودن متغیر کنترلی چون نحوه دسترسی به اینترنت در طول کاربری اینترنت، نتیجه‌ای هم‌سو با یافته‌های دیگران بدست آید. یعنی روند نزولی میزان استفاده از اینترنت حاصل گردد. از سوی دیگر باید بدانیم که نمونه مورد تحقیق ما جزو کاربران نسل اولی اینترنت به شمار می‌آمدند و از اینرو، اینترنت در آن زمان، از کیفیت و سرعت مناسب برخوردار نبود و ثانیاً، سطح آشنایی با اینترنت کم بود و نوع کاربری در آن زمان استفاده‌های جدی را در بر نمی‌گرفت.

درخصوص سؤال‌های دیگر همانطور که قبلاً نیز گفته شد ادبیات نظری و تجربی بدست آورده نشد. که در ادامه، به بررسی یافته‌های بدست‌آمده پیرامون این سؤال‌ها پرداخته خواهد شد.

۵-۱-۲-۳- بررسی روند تغییرات اولویت استفاده از اینترنت در طی زمان

نتایج بدست آمده درخصوص روند تحول اولویت‌های استفاده افراد نمونه از اینترنت نشان داد که چت، ای‌میل و سایت‌های پورنو از استفاده‌هایی هستند که افراد نمونه به عنوان اولویت‌های اول خود در اوایل استفاده از اینترنت بیان ساخته‌اند. اولویت دوم استفاده افراد نمونه عبارتست از چت، موتور جست‌وجو و ای‌میل بوده و درنهایت، اولویت سوم استفاده افراد نمونه از اینترنت موتورهای جست‌وجو، ای‌میل و سایت‌های پورنو و سکسی و موتورهای جست‌وجو است.

بنابراین، همانطور که در یافته‌های بالا نشان داده می‌شود، افرادی که در زمان کنونی استفاده‌هایشان دارای قاعده‌مندی است و با اینترنت کنترل‌شده برخورد می‌کنند اوایل استفاده خود از اینترنت، تحت تأثیر هیجان، کنجکاوی و جذابیت اینترنت و استفاده‌هایشان بدون هدف و سرگردان بوده است.

در مجموع، با مقایسه اولویت استفاده از اینترنت در زمان حال حاضر، با زمان آغاز کاربری می‌توان پی برد که تمایل شدیدی به چت کردن و سایتهای پورنوگرافی در آغاز کاربری به مرور چند ماه با اذعان گفته- های مصاحبه‌شوندگان-۶ ماه- بتدریج کاسته شده و بتدریج جایش را به موتورهای جست‌وجو به قصد کاری و تحصیلی در راستای نیاز تحصیلی و کاری و استفاده از ای‌میل و یاهو‌مسنجر در راستای نیاز ارتباطی با دوستان مشخص تحصیلی و کاری و نهایتاً استفاده از سایتهای خبری در راستای نیاز به کسب اطلاعات و اخبار می‌دهد.

۵-۱-۲-۴- بررسی روند تغییرات مکان استفاده از اینترنت در طی زمان

نتایج بدست آمده پیرامون مکان استفاده از اینترنت نیز نشان داد که بیشتر افراد نمونه در محل تحصیل از اینترنت استفاده می‌نمایند. بدین خاطر که بیشتر افراد نمونه از آنجاکه در دوران دانشجویی با اینترنت آشنا شده‌اند. بطوریکه، محل تحصیل یعنی دانشگاه اولین مکان برای آشنایی و کاربری دنیای اینترنت بود. و از آنجا که هزینه‌ای نیز برای افراد نداشته است مکان خوبی برای افراد جهت استفاده از اینترنت جهت یادگیری، ارضای کنجکاوی و ارتباط با اطرافیان قلمداد می‌گشت. محل سکونت نیز مکان دیگری بود که افراد نمونه پس از محل تحصیل از اینترنت استفاده می‌نمودند. که این افراد نیز شامل کسانی هستند که سابقه دیرینه و پیشینه خانوادگی با کامپیوتر داشته‌اند و همچنین آن دسته افرادی هستند که علاوه بر محل تحصیل در محل سکونت نیز از اینترنت استفاده می‌نمایند.

بنابراین، در مقایسه با الگوی مکان استفاده مصاحبه‌شوندگان در زمان حال حاضر، محل کار، خانه، محل تحصیل، منزل دوست و کافی‌نت نشان می‌دهد که الگوی مکان استفاده از محل تحصیل و محل سکونت، کافی‌نت و محل کار در آغاز کاربری به تدریج تغییر یافته و جایش را به الگوی مکان استفاده به ترتیب محل کار، خانه و محل تحصیل، منزل دوست و کافی‌نت می‌دهد. در تغییر این الگو لازم به توضیح است که در آغاز کاربری، محل تحصیل مکانی بود که بیشتر افراد از آنجا به اینترنت دسترسی داشته‌اند. به چند دلیل، ۱- فراگیر شدن تازه اینترنت در ایران که البته دانشگاهها نیز جزو اولین مراکزی بودند که به اینترنت دسترسی

داشتند. ۲- همچنین، بیشتر نسل اولی کاربران اینترنت دانشجو بودند. ۳- و نهایتاً، افراد برای یادگیری اینترنت و آزمون و خطا و به اصطلاح ارضاء کردن حس کنجکاوی و هیجان روبروشدن با تکنولوژی جدید، دانشگاه بهترین مکان بود. اما هم اکنون با شاغل شدن آنها، محل کار اولویت اول مکان استفاده افراد قلمداد می‌گردد. امر مشترک بین محل تحصیل در آغاز کاربری و محل کار، را می‌توان در رایگان‌بودن استفاده از اینترنت دانست.

۵-۱-۲-۵- بررسی روند تغییرات زمان استفاده از اینترنت در طی زمان

پاسخ افراد نمونه درخصوص الگوی زمانی استفاده از اینترنت نشان داد شب‌ها و بعدازظهرها بیشترین زمان‌هایی هستند که افراد از اینترنت استفاده می‌نمایند. افرادی که شب‌ها از اینترنت استفاده می‌نمایند کسانی هستند که در خانه به اینترنت متصل می‌شوند و کسانی که بعدازظهرها از اینترنت استفاده می‌نمایند شامل آن دسته افرادی هستند که پس از فراغت از تحصیل و کار فرصت پیدا می‌نمایند که از اینترنت استفاده نمایند. همچنین صبح‌ها و در طول حضور در دانشگاه نیز از بیشترین زمان‌هایی هستند که افراد از اینترنت استفاده می‌نمایند. که این زمان بیشتر مختص کسانی هستند که در دانشگاه حضور دارند و در این مکان از اینترنت استفاده می‌نمایند.

بنابراین، با اذعان به یافته زمان استفاده افراد در آغاز کاربری و مقایسه آن با الگوی زمان استفاده افراد در کاربری در زمان حاضر می‌توانیم شاهد تغییراتی در این الگوی ۳ وجهی باشیم. بطوریکه در آغاز کاربری دیگر، فاقد الگوی ثابت زمانی از اینترنت هستیم چرا که عاملی که باعث شکل‌گیری این الگو بود یعنی نیاز همیشگی و سر و کار داشتن همیشگی با اینترنت وجود ندارد. بنابراین، در آغاز کاربری شاهد دو وجه یعنی الگوی متغیر زمانی و فاقد الگوی زمانی استفاده از اینترنت هستیم و در آغاز کاربری نیز شاهدیم که میزان افرادی که دارای فاقد الگوی زمانی هستند بیش از زمان حاضر است.

اما در این حال، وجه مشترکی که الگوی زمانی آغاز کاربری و حال حاضر وجود دارد. عدم تفاوت محسوس بین اوقات شبانه روز یعنی شبها، عصرها و صبحها دارد. بطوریکه، کماکان شبها چه در اوان کاربری و چه در حال حاضر بیشترین زمانی بوده است که افراد از اینترنت استفاده می‌نمایند.

۵-۱-۲-۶- بررسی روند تغییرات استفاده انفرادی یا دسته جمعی از اینترنت در طی زمان

درخصوص پاسخ افراد نمونه به پرسش مطرح شده درخصوص استفاده انفرادی یا دسته جمعی از اینترنت نتایج بدست آمده از تحقیق حاضر نشان داد که بیشتر مصاحبه‌شوندگان از اینترنت به صورت انفرادی استفاده می‌کرده‌اند. هرچند در مقایسه با پاسخ افراد نمونه به این پرسش در زمان حال حاضر، می‌توان گفت که به مراتب استفاده افراد در طول استفاده از اینترنت بیشتر از زمان حاضر دسته جمعی بوده است. به چند دلیل اول اینکه چون افراد هنوز به اینترنت آشنایی و تسلط کافی ندارند نیازمند فراگیری استفاده از اینترنت هستند و از طرف دیگر همین افراد به اشخاص دیگری نیز یاد می‌دهند. دلیل دوم اینکه چون استفاده افراد در اوایل بیشتر چت‌نمودن و از این دست (که به قول برخی افراد استفاده‌های سطحی و مبتذل از اینترنت بود) استفاده دسته جمعی از لذت و جذابیت بیشتری برخوردار بود. استفاده دسته جمعی می‌توانست در دانشگاه به عنوان محل تحصیل با هم دانشگاهی‌ها و در خانه و خوابگاه به عنوان محل سکونت با افراد خانواده و هم‌اتاقی‌ها و در نهایت در محل کار با همکاران است. که به مراتب نوع استفاده افراد در هر کدام از این مکان‌ها جهت استفاده دسته جمعی تفاوت پیدا می‌نمود.

بنابراین، در آغاز کاربری بیشتر مصاحبه‌شوندگان بر استفاده فردی از اینترنت اذعان داشتند که در شکل کنونی نیز استفاده فردی نه تنها بر استفاده جمعی غلبه داشته بلکه به مراتب از گذشته نیز بیشتر شده است و تغییری که در این الگو از گذشته تا زمان حاضر روی داده، کاهش استفاده جمعی در زمان کنونی است. بطوریکه افراد در آغاز کاربری تمایل بیشتری به استفاده جمعی از اینترنت داشتند تا زمان حاضر.

۵-۱-۲-۷- بررسی روند تغییرات استفاده هم‌زمان یا انحصاری از اینترنت در طی زمان

نتایج بدست آمده در خصوص استفاده هم‌زمان یا انحصاری از اینترنت نشان داد که در مقایسه با پاسخ افراد نمونه در زمان حال حاضر، تمرکز افراد روی استفاده‌ای که از اینترنت می‌کنند بیشتر است. که این به خاطر دلایل متعدد است. از جمله عدم آشنایی و در نتیجه عدم تسلط کافی به اینترنت، عدم وقت کافی و غیره. بنابراین، بیش از دو سوم افراد نمونه اذعان نموده‌اند که تمرکز آنها روی استفاده‌ای بود که از اینترنت به عمل می‌آورند و در کنارش کاری انجام نمی‌دادند. در عین حال در صورت انجام کار دیگر، تنها یک کار انجام می‌گرفت مثل موسیقی که البته بیشتر پاسخ‌ها را داشته است یا صحبت با تلفن یا صحبت با دیگران و خوردن.

بنابراین، الگوی غالب در خصوص استفاده هم‌زمان یا تنها از اینترنت در آغاز کاربری بدین صورت است که در آغاز کاربری مصاحبه‌شوندگان بیشتر گرایش داشتند که تنها از اینترنت استفاده نمایند و هم‌زمان کار دیگری انجام ندهند. این درحالیست که هم اکنون دیگر هیچکدام از مصاحبه‌شوندگان تمایل ندارند که تمرکزشان را به اینترنت بدهند.

۵-۱-۲-۸- بررسی روند تغییرات میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت در طی زمان

نتایج بدست آمده در خصوص میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت، نشان داد بیشتر افراد نمونه اذعان داشته‌اند که در اوایل کاربری اینترنت برای استفاده از اینترنت هزینه‌ای پرداخت نمی‌نموده‌اند. چراکه بیشتر در محل تحصیل یعنی دانشگاه از اینترنت استفاده می‌نمودند و کسانی که برای استفاده از اینترنت هزینه پرداخت می‌نمودند هزینه پرداختی ماهیانه متوسط کمتر از ۱۰ هزار تومان است.

بنابراین، در پی شناخت سیر تحول میزان هزینه پرداختی مصاحبه‌شوندگان از اینترنت از گذشته تاکنون می‌توان گفت که اولاً مصاحبه‌شوندگان در آغاز کاربری کمتر از حال حاضر برای استفاده از اینترنت هزینه می‌پرداختند، به عبارتی، مصاحبه‌شوندگان اذعان داشتند که پس از شروع کاربری اینترنت

یا هزینه نمی‌پرداختند و در صورت پرداخت مبلغ آن بسیار کم بود. اما هم‌اکنون میزان هزینه پرداختی برای استفاده از اینترنت بیشتر شده است اما نکته‌ای که درخصوص میزان هزینه پرداختی از گذشته تاکنون وجود دارد، این است که در روند تحول کاربری اینترنت، افراد تمایل به عدم پرداخت هزینه برای استفاده از اینترنت داشتند.

۵-۲- نتیجه‌گیری

در این بخش سعی شده است به نتیجه‌گیری تحقیق حاضر با توجه به یافته‌های تحقیق و در مقایسه با یافته‌های نظری و تجربی دیگران پرداخته شود:

۱- یکی از مهمترین نتایج تحقیق حاضر این بود که شناخت الگوی کاربری اینترنت در حال حاضر بدون توجه به روند تحول کاربری افراد از اینترنت میسر نمی‌گردد. بدین معنی که هرچه افراد از سابقه کاربری بیشتری برخوردار می‌شوند به همان میزان روند کاربری آنان نیز از اینترنت از نوسانات کمتری برخوردار است. بنابراین، نکته قابل توجه در بررسی علمی از الگوی کاربری اینترنت توجه به میزان سابقه کاربری افراد از اینترنت است. چراکه فاکتورگرفتن این عامل، شناخت واقعی به ما در شناخت الگوی کاربری در ایران نمی‌دهد. این مهمترین نتیجه‌ای بود که از دل این تحقیق بدست آمد. بطوریکه نتایج نشان داد که افراد در ابتدای کاربری اینترنت، استفاده‌هایشان از الگوی بی‌هدفی و کنجکاوانه برخوردار است که ویژگی این الگو، نداشتن هدف درست از استفاده از اینترنت، رفع نیاز به کنجکاوی در مواجهه با پدیده مجهول اینترنت است. به همین دلیل است که اگر اینترنت نیازی را که افراد در جامعه نتوانسته‌اند بدان تحقیق دهند، ارضا نمایند کاربری افراد در گام اول این نیازهاست. اما پس از مرور زمان، الگوی اولیه به تدریج تغییر می‌یابد که این تغییر با توجه به عوامل مختلفی می‌تواند شکل بگیرد. ممکن است به دلیل از دست دادن جذابیت‌های اولیه اینترنت باشد و یا به خاطر پیش‌آمدن شرایط تازه‌ای برای کاربر. بطوریکه، متغیر سن، تحصیلات، شغل، وضعیت تأهل نقش مهمی در این بین ایفاء می‌نمایند.

۲- یکی دیگر از نکات مهم در الگوی کاربری اینترنت، ایجاد یک امکان تازه در اینترنت است. بطوریکه کاربر قدیمی که هم‌اکنون الگوی وی هدفمند و تحدید شده است. به محض آشنایی با امکان تازه اینترنت، به منظور ارضا کنجکاوی، وقت نسبتاً زیادی صرف شناخت و کاربری آن می‌کند و برای کاربر تازه نیز از آنجا که این امکان تازه نیز همانند امکان‌های دیگر اینترنت است و برخوردش با این امکان تازه تفاوتی با سایر امکانات دیگر اینترنت ندارد. از جمله مثال‌ها در این زمینه می‌توان به آمدن وبلاگ در دهه ۷۰ ه.خ. و اورکات در دهه ۸۰ ه.خ. به ایران اشاره کرد. که به ناگاه موج عظیمی از کاربران ایرانی را به خود جذب نمود.

۳- از نکات دیگر تحقیق حاضر، این بود که نوع کاربری افراد از اینترنت، به نوعی نشان‌دهنده میزان آشنایی و شناخت از اینترنت است. از آنجا که تکنولوژی‌های نوین ارتباطی (نظیر ماهواره) تاکنون در ایران بدون فرهنگ‌سازی و آگاهی و آموزش وارد ایران شده است (معیدفر، ۱۳۸۴: ۱۲۱). افراد به ناچار برای آشنایی دست به آزمون و خطا می‌زنند. بطوریکه، ابتدا عصاو و پس از بارها زمین خوردن، قادر می‌گردند که از اینترنت، هدفمند استفاده نمایند. بنابراین، دخیل دانستن متغیر کنترلی چون نحوه آشنایی با اینترنت از طریق آزمون و خطا و یا رفتن به کلاس‌های آموزشی منظم می‌تواند در کاربری افراد از اینترنت در طول استفاده‌اش از اینترنت نقش داشته باشد. از آنجا که نتایج تحقیق حاضر هم نشان داد بیشتر کاربران از طریق دانشگاه به عنوان محل تحصیل با اینترنت آشنا شده‌اند جائیکه می‌بایست آموزش‌های لازم جهت استفاده از اینترنت داده شود که این طور نیست.

۴- میزان برخورداری از امکانات به ویژه امکانات سخت‌افزاری می‌تواند در تعیین الگوی کاربری افراد مؤثر واقع گردد. بطوریکه، امکانات می‌تواند در کیفیت خدمات ارائه شده، سرعت اینترنت و غیره نقش بسزایی داشته باشد. چه بسا که در جامعه وجود امکانات پایین و کیفیت خدمات نامطلوب چون سرعت پایین، افراد را به سمت الگوی خاصی از اینترنت سوق می‌دهد. داشتن لپ‌تاب، استفاده از خط تلفن خانگی، یا سیستم ای‌دی‌اس‌ال یا بی‌سیم، استفاده در محل کار، استفاده در محل دانشگاه و غیره در این امر سهم هستند.

۵- در قالب جداول زیر الگوی کاربران اینترنت در بستر زمان از زمان آغاز کاربری تا زمان کنونی

کاربری اینترنت به خوبی نشان داده شده است:

جدول شماره (۶) الگوی کاربری اینترنت از آغاز کاربری تا زمان کنونی (انواع استفاده از اینترنت)

مؤلفه‌های کاربری			رشد تحول کاربری از اینترنت
کاربری	آغاز کاربری	زمان کنونی کاربری	
الف: یافته: موتورهای جستجو را بدون استثناء تمامی افراد نمونه مورد استفاده قرار می‌دادند. که ماهیت جست‌وجو در زمان آغاز کاربری تا اندازه‌ای با ماهیت جست‌وجو در حال حاضر تفاوت دارد. پس از آن، چت‌نمودن (۱۳ نفر) بیشترین استفاده را در میان افراد نمونه را داشت. مشاهده سایت‌های پورنوگرافیک (۶ نفر) و وب‌گردی (۴ نفر) و بالاخره، استفاده از سایت‌های سیاسی و خبری (۳ نفر) نیز از دیگر استفاده‌های رایج میان افراد نمونه به شمار می‌آمد. ب: ویژگی کاربری: استفاده‌های زیاد؛ بدون هدف خاص؛ غیرکاری و غیر تحصیلی؛ بیشتر تفریحی و سرگرمی؛ غیرضروری؛ و کنجکاوانه و هیجانی	در آغاز کاربری شاهد بی-الگوی بارز هستیم. بطوریکه، افراد مدام جنبه‌های مختلف اینترنت را مورد استفاده قرار داده و به سرعت نیز آن را رها کرده و به سمت دیگر گرایش پیدا می‌نمایند تا اینکه، در نهایت، این سرگردانی ناشی از استفاده‌های بی‌هدف بتدریج رو به کاهش رفته و تمرکز افراد بر جنبه‌های خاصی قرار می‌گیرد و شاهد الگومند شدن استفاده از اینترنت هستیم.	الف: یافته: الگوی بدست‌آمده از انواع استفاده از اینترنت را می‌توان چنین صورت‌بندی نمود: ۱- استفاده‌های فراگیر با بیشترین فراوانی، شامل ای‌میل، موتورهای جست‌وجو و سایت‌های خبری. ۲- استفاده‌های خاص متداول چون یاهو، مسنجر، وبلاگ‌خوانی و وبلاگ‌نویسی. ۳- استفاده‌های بسیار خاص با کمترین فراوانی، شامل مرور سایت‌های خبری، دانلود موسیقی، تحصیل‌کردن، کار تجاری، سایت‌های سکسی، اورکات و خرید اینترنتی. ب: ویژگی کاربری: استفاده‌های کم؛ با هدف خاص؛ غیرکنجکاوانه و غیرهیجانی؛ کمتر تفریحی و سرگرمی؛ ضرورت‌مند؛ تحصیلی و کاری	

جدول شماره (۷) الگوی کاربری اینترنت از آغاز کاربری تا زمان کنونی (اولویت استفاده از اینترنت)

روند تحول کاربری از اینترنت			مؤلفه‌های کاربری
زمان کنونی کاربری	آغاز کاربری	الف: یافته:	اولویت استفاده از اینترنت
الف: یافته: الگوی غالب در میان مصاحبه‌شوندگان درخصوص اولویت استفاده از اینترنت نشان می‌دهد که در اولویت اول، موتورهای جست‌وجو از فراگیری بیشتری در میان مصاحبه‌شوندگان برخوردار است. در اولویت دوم، چک‌کردن ای‌میل و نهایتاً، در اولویت سوم، سایتهای خبری قرار دارد. بنابراین، موتورهای جست‌وجو، چک‌کردن ای‌میل و سایتهای خبری به انواع استفاده‌ای است که مصاحبه‌شوندگان در اولویت استفاده خود در حال حاضر تعیین و نهاده‌ای نموده و به شکل الگوی منسجم در آورده‌اند. ب: ویژگی کاربری: اولویت استفاده افراد از اینترنت، در وهله اول و مهمترین عامل، اهمیت‌دار بودن آن و بیشترین زمانی که افراد به اینترنت اختصاص می‌دهند، است. چرا که افراد معمولاً اولویت زمانی استفاده آنها با اولویت زمان‌بری و اهمیت‌دار بودن تفاوت پیدا می‌کند. بطوریکه افراد استفاده‌هایی چون چک‌کردن ای‌میل و یاهومسنجر و مرور سایتهای خبری را نسبت به سایر استفاده‌ها در اولویت استفاده قرار می‌دهند. درضمن، از نتایج پاسخ‌ها این یافته بدست آمد که شرایط و موقعیت کاری و تحصیلی نقش زیادی در اولویت افراد در استفاده از اینترنت بازی می‌کند.	در اوان کاربری افراد اولویت بندی خاصی برای استفاده از اینترنت ندارند. بنابراین افراد در این برهه اولویت‌مند نیستند. چراکه افراد مدام تجربه های تازه ای از کاربری اینترنت کسب می‌کنند. اما این امر با پس سر گذاشتن تجربه های متفاوت به پایان رسیده و افراد اولویت‌مند می گردند. که این اولویت متاثر از شرایط خاص آنها است. در این برهه افراد به خوبی به مدیریت نمودن کاربری خود، آگاهی و تسلط دارند.	الف: یافته: چت، ای‌میل و سایتهای پورنو از استفاده‌هایی هستند که افراد نمونه به عنوان اولویت‌های اول خود در اوایل استفاده از اینترنت بیان ساخته‌اند. اولویت دوم استفاده افراد نمونه عبارتند از: چت، موتورهای جست‌وجو، ای‌میل بوده و درنهایت، اولویت سوم استفاده افراد نمونه از اینترنت موتورهای جست‌وجو، ای‌میل و سایتهای پورنو است. ب: ویژگی کاربری: میل شدیدی به چت‌کردن و سایتهای پورنو و ی در آغاز کاربری به مرور چند ماه با اذعان گفته‌های مصاحبه‌شوندگان-۶ ماه- بتدریج کاسته‌شده و بتدریج جایش را به موتورهای جست‌وجو به قصد کاری و تحصیلی در راستای نیاز تحصیلی و کاری و استفاده از ای‌میل و یاهومسنجر در راستای نیاز ارتباطی با دوستان مشخص تحصیلی و کاری و نهایتاً استفاده از سایتهای خبری در راستای نیاز به کسب اطلاعات و اخبار می‌دهد.	

جدول شماره (۸) الگوی کاربری اینترنت از آغاز کاربری تا زمان کنونی (زمان استفاده از اینترنت)

مؤلفه‌های کاربری			مؤلفه‌های کاربری
روند تحول کاربری از اینترنت			کاربری
زمان کنونی کاربری	آغاز کاربری	زمان کنونی کاربری	کاربری
الف: یافته: ۸ نفر از مصاحبه‌شوندگان زمان شب، ۵ نفر صبح‌ها، ۵ نفر عصرها را برای استفاده از اینترنت انتخاب می‌نمایند. درضمن، ۳ نفر از افراد نمونه نیز به این امر معترف بودند که الگوی مشخص و دقیق برای زمان استفاده از اینترنت ندارند. ب: ویژگی کاربری: الگوی ۳ وجهی از زمان استفاده از اینترنت است، الگویی که به شرح زیر می‌توان صورت-بندی نمود: الگوی ثابت زمانی: به دلایلی چون وابسته بودن کاربران اینترنت به حضور در محل کار، محل تحصیل و محل سکونت و کارت شبانه و غیره، مجبورند همیشه در یک زمان خاصی از اینترنت استفاده نمایند. الگوی متغیر زمانی: فاقد مکانهای ثابت کاربری اینترنت هستند از سوی دیگر، وضعیت آنها ایجاب می‌کند که در برهه‌های مختلف زمانی از اینترنت استفاده نمایند. مثلاً گاه در صبح و گاه عصرها. الگوی فاقد زمانی: شامل افرادی هستند که ۱- سر و کارشان همواره با اینترنت است ۲- نیاز و ضرورت فوری به استفاده از اینترنت. ۳- امکانات دسترسی محدودی به اینترنت دارند و از اینرو، برحسب اتفاق و در هر زمانی که شرایط مهیا باشد از اینترنت استفاده می‌نمایند.	در آغاز کاربری دیگر، فاقد الگوی ثابت زمانی از اینترنت هستیم چرا که عاملی که باعث شکل‌گیری این الگو بود یعنی نیاز همیشگی و سر و کار داشتن همیشگی با اینترنت وجود ندارد. بنابراین، در آغاز کاربری شاهد دو وجه یعنی الگوی متغیر زمانی و فاقد الگوی زمانی استفاده از اینترنت هستیم. اما در این الگو تغییر یافته و به الگوی ۳ وجهی با اضافه شدن الگوی ثابت زمانی تبدیل می‌شود.	الف: یافته: شب‌ها و بعدازظهرها بیشترین زمان‌هایی بودند که افراد از اینترنت استفاده می‌نمودند. همچنین، صبح‌ها منجمه زمان‌هایی بودند که افراد به استفاده از اینترنت مبادرت می‌ورزیدند. ۶ نفر از پاسخگویان فاقد الگوی مشخص زمانی کاربری اینترنت هستند که نسبت به پاسخ افراد به این سؤال در زمان کنونی، شاهد نسبت بیشتر هستیم. ب: ویژگی کاربری: افرادی که شب‌ها از اینترنت استفاده می‌نمودند کسانی بودند که در خانه به اینترنت متصل می‌شدند و افرادی که بعدازظهرها از اینترنت استفاده می‌کردند آن دسته افرادی بودند که پس از فراغت از تحصیل و کار فرصت پیدا می‌نمودند که از اینترنت استفاده می‌نمودند. صبح‌ها نیز بیشتر مختص کسانی بودند که در دانشگاه حضور داشته و از اینترنت استفاده می‌نمودند.	زمان استفاده از اینترنت

جدول شماره (۹) الگوی کاربری اینترنت از آغاز کاربری تا زمان کنونی (مکان استفاده از اینترنت)

مؤلفه‌های			کاربری
روند تحول کاربری از اینترنت			
زمان کنونی کاربری	آغاز کاربری	الف: یافته:	ب: ویژگی کاربری:
الف: یافته: ۱۰ نفر در محل کار، ۹ نفر در خانه، ۶ نفر در محل تحصیل، ۱ نفر در منزل دوست و ۱ نفر هم در کافیت از اینترنت استفاده می‌نمایند. ب: ویژگی کاربری: دو نوع الگوی غالب تحت عناوین مکانهای ثابت و مکانهای متغیر استفاده از اینترنت را از داده‌های تحقیق بیرون کشید. مکانهای ثابت که از خصیصه همیشگی کاربری از سوی مصاحبه‌شوندگان برخوردارند عبارتند از: محل کار، محل سکونت و محل تحصیل و مکانهای متغیر نیز که از ویژگی موقتی بودن کاربری از سوی مصاحبه‌شوندگان برخوردارند عبارتند از منزل دوست و کافیت، که این مکانها، کاربری آنها برحسب ضرورت و نیاز شدید بوجود می‌آید.	الف: یافته: ۱۰ نفر از مصاحبه‌شوندگان مکان استفاده از اینترنت خود را در آغاز کاربری را محل تحصیل، ۷ نفر از مصاحبه‌شوندگان در محل سکونت، ۴ نفر در کافیت و ۳ نفر در محل کار به اینترنت وصل می‌شوند. ب: ویژگی کاربری: بیشتر افراد نمونه از آنجا که در دوران دانشجویی با اینترنت آشنا شده‌اند، محل تحصیل یعنی دانشگاه اولین مکان برای آشنایی و کاربری دنیای اینترنت بود و از آنجا که هزینه‌ای نیز برای افراد نداشته است، مکان خوبی برای استفاده از اینترنت جهت یادگیری، ارضای کنجکاوی و ارتباط با دنیای پیرامون قلمداد می‌گشت که چه بسا همراه با آزمون و خطاهای بسیاری در امر یادگیری و شناخت دنیای اینترنت بود. محل سکونت نیز مکان دیگری بود که افراد نمونه پس از محل تحصیل از اینترنت استفاده می‌نمودند. این افراد نیز شامل کسانی هستند که سابقه و پیشینه خانوادگی کاربری کامپیوتر را داشته و علاوه بر محل تحصیل، در محل سکونت نیز از اینترنت استفاده می‌نمایند.	الف: یافته: ۱۰ نفر از مصاحبه‌شوندگان مکان استفاده از اینترنت خود را در آغاز کاربری را محل تحصیل، ۷ نفر از مصاحبه‌شوندگان در محل سکونت، ۴ نفر در کافیت و ۳ نفر در محل کار به اینترنت وصل می‌شوند. ب: ویژگی کاربری: بیشتر افراد نمونه از آنجا که در دوران دانشجویی با اینترنت آشنا شده‌اند، محل تحصیل یعنی دانشگاه اولین مکان برای آشنایی و کاربری دنیای اینترنت بود و از آنجا که هزینه‌ای نیز برای افراد نداشته است، مکان خوبی برای استفاده از اینترنت جهت یادگیری، ارضای کنجکاوی و ارتباط با دنیای پیرامون قلمداد می‌گشت که چه بسا همراه با آزمون و خطاهای بسیاری در امر یادگیری و شناخت دنیای اینترنت بود. محل سکونت نیز مکان دیگری بود که افراد نمونه پس از محل تحصیل از اینترنت استفاده می‌نمودند. این افراد نیز شامل کسانی هستند که سابقه و پیشینه خانوادگی کاربری کامپیوتر را داشته و علاوه بر محل تحصیل، در محل سکونت نیز از اینترنت استفاده می‌نمایند.	الف: یافته: ۱۰ نفر در محل کار، ۹ نفر در خانه، ۶ نفر در محل تحصیل، ۱ نفر در منزل دوست و ۱ نفر هم در کافیت از اینترنت استفاده می‌نمایند. ب: ویژگی کاربری: دو نوع الگوی غالب تحت عناوین مکانهای ثابت و مکانهای متغیر استفاده از اینترنت را از داده‌های تحقیق بیرون کشید. مکانهای ثابت که از خصیصه همیشگی کاربری از سوی مصاحبه‌شوندگان برخوردارند عبارتند از: محل کار، محل سکونت و محل تحصیل و مکانهای متغیر نیز که از ویژگی موقتی بودن کاربری از سوی مصاحبه‌شوندگان برخوردارند عبارتند از منزل دوست و کافیت، که این مکانها، کاربری آنها برحسب ضرورت و نیاز شدید بوجود می‌آید.

جدول شماره (۱۰) الگوی کاربری اینترنت از آغاز کاربری تا زمان کنونی (هزینه استفاده از اینترنت)

مؤلفه‌های			کاربری
روند تحول کاربری از اینترنت			
زمان کنونی کاربری	آغاز کاربری	هزینه استفاده از اینترنت	
الف: یافته: یک سوم افراد نمونه برای استفاده از اینترنت هزینه‌ای نمی‌پردازند چرا که در محل کار یا محل تحصیلشان به اینترنت متصل می‌گردند (۵ نفر). مابقی مصاحبه‌شوندگان نیز هزینه پرداختی ماهانه خود را چنین برشمرده‌اند: ۴ نفر بالای ۱۵ هزار تومان در هر ماه می‌پردازند. ۳ نفر بین ۱۰ تا ۱۵ هزار تومان و نهایتاً، ۳ نفر کمتر از ۱۰ هزار تومان هزینه برای استفاده از اینترنت می‌پردازند. ب: ویژگی کاربری: یکی از پارامترهایی که افراد با این سابقه کاربری در کاربری خود از اینترنت در نظر می‌گیرند الگوی پرداخت هزینه برای استفاده از اینترنت است. بطوریکه، افراد متناسب با نیاز خود و سطح دسترسی و امکانات خود به اینترنت، میزان هزینه پرداختی خود را از اینترنت نیز تعیین می‌نمایند. بعنوان مثال، کسی که بواسطه کارش (تجارت الکترونیک) بیشترین نیاز را به اینترنت دارد، بیشترین هزینه را برای استفاده از اینترنت می‌پردازد و کسی که نیازش تنها به چک‌کردن ای-میل و استفاده از موتورهای جست‌وجو است، سعی می‌نماید که با کمترین هزینه و یا بدون پرداخت هزینه از اینترنت استفاده نماید.	الف: یافته: یافته بدست‌آمده حاکیست که ۷ نفر هزینه‌ای برای استفاده از اینترنت نمی‌پردازند. ۵ نفر هزینه پایی برای استفاده از اینترنت پرداخت می‌نمایند. ۲ نفر هزینه متوسط و ۱ نفر هزینه بالایی برای استفاده از اینترنت می‌پردازند. ب: ویژگی کاربری: بیشتر افراد نمونه اذعان داشته‌اند در اوایل کاربری اینترنت برای استفاده از اینترنت هزینه‌ای پرداخت نمی‌نموده‌اند. چرا که بیشتر در محل تحصیل یعنی دانشگاه از اینترنت استفاده می‌نمودند و کسانی که برای استفاده از اینترنت هزینه پرداخت می‌نمودند هزینه پرداختی ماهیانه متوسط کمتر از ۱۰ هزار تومان بود، که در مقام مقایسه، این مقدار هزینه متناسب با تورم کشور هم‌اکنون به کمتر از ۱۵ هزار تومان در ماه افزایش یافته است.		

جدول شماره (۱۱) الگوی کاربری اینترنت از آغاز کاربری تا زمان کنونی (استفاده فردی/جمعی از اینترنت)

مؤلفه‌های			کاربری
روند تحول کاربری از اینترنت			
زمان کنونی کاربری	آغاز کاربری	زمان کنونی کاربری	
الف: یافته: ۱۱ نفر از افراد نمونه اظهار داشته‌اند که همیشه به صورت انفرادی از اینترنت استفاده می‌نمایند. این درحالیست که ۴ نفر نیز اظهار داشته‌اند که بعضی وقتها از اینترنت به صورت دسته‌جمعی یا گروهی استفاده می‌نمایند. ب: ویژگی کاربری: تلاش در جهت کشف معنای یافته فوق ناخودآگاه ما را به طرح چند سؤال رهنمون می‌سازد: ۱- آیا اینترنت ماهیتاً از آن‌دسته تکنولوژی‌هایی است که می‌بایست بصورت فردی از آن استفاده شود؟ ۲- آیا می‌توان استفاده فردی یا جمعی از اینترنت را به نوع کاربری افراد مرتبط دانست یا با هدف و انگیزه کاربری افراد؟ ۳- آیا می‌توان استفاده فردی یا جمعی از اینترنت را با مکان، زمان، میزان و امکانات در دسترس، هزینه استفاده از اینترنت مرتبط دانست؟ شاید کسی استدلال نماید یک رایانه عبارتست از یک موس، یک کیبورد، یک مانیتور و یک کیس. بنابراین، استفاده از اینترنت نیز باید یک نفره باشد چرا که غیر از این، باید به ازای هر چند نفر، ما چند تا موس، چند تا کیبورد و غیره داشته باشیم.	الف: یافته: ۹ نفر از افراد نمونه اظهار داشته‌اند که همیشه به صورت انفرادی از اینترنت استفاده می‌نمایند. این درحالیست که ۶ نفر نیز اظهار داشته‌اند که بعضی وقتها از اینترنت به صورت دسته‌جمعی یا گروهی استفاده می‌نمایند. ب: ویژگی کاربری: استفاده افراد به صورت دسته‌جمعی در آغاز کاربری بیشتر بوده است تا انفرادی. به چند دلیل، اول اینکه چون افراد هنوز به اینترنت آشنایی و تسلط کافی نداشتند نیازمند فراگیری استفاده از اینترنت بودند و از طرف دیگر همین افراد به اشخاص دیگری نیز یاد می‌دادند. دلیل دوم اینکه چون استفاده افراد در اوایل بیشتر چت-نمودن و از این دست - که به قول مصاحبه‌شونده‌ها، استفاده‌های سطحی و مبتذل از اینترنت - استفاده دسته‌جمعی از لذت و جذابیت بیشتری برخوردار بود. استفاده دسته‌جمعی می‌توانست در دانشگاه به عنوان محل تحصیل با هم‌دانشگاهی‌ها و در خانه و خوابگاه به عنوان محل سکونت با افراد خانواده و هم‌اتاقی‌ها و در نهایت، در محل کار با همکاران باشد که در هر کدام از این مکان‌ها، نوع استفاده افراد تفاوت پیدا می‌نمود.	الف: یافته: ۹ نفر از افراد نمونه اظهار داشته‌اند که همیشه به صورت انفرادی از اینترنت استفاده می‌نمایند. این درحالیست که ۶ نفر نیز اظهار داشته‌اند که بعضی وقتها از اینترنت به صورت دسته‌جمعی یا گروهی استفاده می‌نمایند. ب: ویژگی کاربری: در آغاز کاربری بیشتر مصاحبه‌شوندگان بر استفاده فردی از اینترنت اذعان داشتند که در شکل کنونی نیز استفاده فردی نه تنها بر استفاده جمعی غلبه داشته بلکه به مراتب از گذشته نیز بیشتر شده است و تغییری که در این الگو از گذشته تا زمان حاضر روی داده، کاهش استفاده جمعی در زمان کنونی است. بطوریکه افراد در آغاز کاربری تمایل بیشتری به استفاده جمعی از اینترنت داشتند تا زمان حاضر.	استفاده فردی - جمعی از اینترنت

جدول شماره (۱۲) الگوی کاربری اینترنت از آغاز کاربری تا زمان کنونی (استفاده تنها یا همزمان از اینترنت)

مؤلفه‌های			کاربری
روند تحول کاربری از اینترنت			
زمان کنونی کاربری	آغاز کاربری	زمان کنونی کاربری	
الف: یافته: مرسوم‌ترین کارهایی که افراد نمونه در کنار استفاده از اینترنت انجام می‌دهند، به ترتیب: گوش‌دادن به موسیقی (۹ نفر)، تایپ‌کردن (۹ نفر)، صحبت با تلفن (۵ نفر)، صحبت با دیگران (۵ نفر)، یاهو مسنجر (۴ نفر)، خوردن (۴ نفر)، مطالعه نمودن (۳ نفر)، ترجمه کردن (۲ نفر) و سرزدن به سایت‌های خبری (۱ نفر) است. ب: ویژگی کاربردی: با مشاهده نتایج می‌توان قائل به الگوی ۳ طبقه - ای از یافته فوق شد. بطوریکه در طبقه اول، تایپ نمودن و موسیقی گوش‌دادن جزو کارهای متداول، در طبقه دوم، صحبت با دیگران و صحبت با تلفن و یاهو مسنجر جزو کارهای نیمه متداول و نهایتاً، در طبقه سوم، مطالعه - کردن، ترجمه کردن و سایت‌های خبری جزو کارهای خاص محسوب می‌گردند.	الف: یافته: بیش از دو سوم افراد نمونه اذعان نموده‌اند که تمرکز آنها روی استفاده‌ای بود که از اینترنت به عمل می‌آورند و در کنارش کاری انجام نمی‌دادند. درعین حال، در صورت انجام کار دیگر، تنها یک کار صورت می‌گرفت که عمدتاً هم گوش‌دادن به موسیقی بود (۳ نفر)، صحبت با تلفن (۱ نفر)، صحبت با دیگران (۱ نفر)، خوردن (۱ نفر) از دیگر کارهای جانبی در کنار استفاده از اینترنت بود. ب: ویژگی کاربردی: تمرکز افراد روی استفاده‌ای که از اینترنت می‌کنند، بیشتر بوده است. این به خاطر دلایل متعددی بود، از جمله عدم آشنایی و عدم تسلط کافی به اینترنت، عدم وقت کافی و غیره.	الگوی غالب درخصوص استفاده همزمان یا تنها از اینترنت در آغاز کاربری بدین صورت است که در آغاز کاربری مصاحبه‌شوندگان بیشتر گرایش داشتند که تنها از اینترنت استفاده نمایند و همزمان کار دیگری انجام ندهند. این درحالیست که هم اکنون دیگر هیچکدام از مصاحبه‌شوندگان تمایل ندارند که تمرکزشان را به اینترنت بدهند.	استفاده تنها یا همزمان از اینترنت

جدول شماره (۱۳) الگوی کاربری اینترنت از آغاز کاربری تا زمان کنونی (میزان استفاده از اینترنت)

مؤلفه‌های			کاربری
روند تحول کاربری از اینترنت			
زمان کنونی کاربری	آغاز کاربری	الف: یافته:	الف: یافته:
بیشتر مصاحبه‌شوندگان مدت استفاده خود را بطور متوسط هفته‌ای ۷ تا ۱۵ ساعت ذکر نمودند، که از جهت دسته‌بندی الگوی مصرف، جزو مصرف متعادل از اینترنت به شمار می‌آید که بیش دو سوم افراد نمونه را تشکیل می‌دهند (۱۱ نفر) و ۳ نفر جزو پرمصرف، و ۱ نفر جزو کم مصرف‌ها هستند. ب: ویژگی کاربری: آن دسته از افرادی نیز که کمتر از الگوی مصرف متعادل، از اینترنت استفاده می‌نمایند بیشتر به خاطر دامنه استفاده آنها از اینترنت است که کاربریشان تنها به چک کردن ای‌میل و یاهو مسنجر یا مرور سایت‌های خبری و در صورت نیاز استفاده از موتورهای جست‌وجو محدود می‌شود. اما آن دسته از افرادی که استفاده‌شان از اینترنت بیشتر از ۱۵ ساعت در هفته است یعنی پرمصرفند، این میزان استفاده به خاطر شرایط کاری آنها (نه شرایط تحصیلی) است که به نوعی آنها را متوسل به استفاده بیشتر از اینترنت می‌نماید، نظیر افراد مشغول در کسب و کار اینترنتی و یا خبرنگاران سایبرنتیکی	روند تحول میزان استفاده از اینترنت سیر صعودی داشته است. یعنی افراد در بدو کاربری میزان استفاده‌شان از اینترنت پایین‌تر از میزان استفاده در حال حاضر بوده است و الگوی میزان استفاده افراد از اینترنت هرچه بیشتر به سمت الگوی مصرف متعادل از اینترنت یعنی بین ۷ تا ۱۵ ساعت در هفته سوق پیدا می‌کند.	یافته بدست آمده نشان می‌دهد که ۷ نفر میزان استفاده خود را جزو الگوی کم مصرف، ۵ نفر جزو الگوی مصرف متعادل و ۳ نفر خود را جزو الگوی پرمصرف ذکر نموده‌اند. ب: ویژگی کاربری: هرچند استفاده‌هایی که افراد از اینترنت می‌نمودند استفاده‌های هدفمند و الگومندی نبوده است. اما به دلایلی چون کیفیت و سرعت پایین اینترنت در آن زمان، عدم امکان مناسب برای دسترسی برای اینترنت و ضعف امکانات و غیره، مدت زمان استفاده از اینترنت پایین بود. از سوی دیگر برخی افراد الگوی میزان استفاده‌شان از اینترنت به صورت روزانه نبوده بلکه یک روز یا دو روز در میان بوده است.	میزان استفاده از اینترنت

۶- از نتایج دیگر تحقیق که با هدف سنجش تأثیرگذاری اینترنت بر شکل ارتباطات در حوزه خانواده و دوستان افراد بدست آمد نشان داد که استفاده از اینترنت، تأثیری بر شکل ارتباطات با اعضای خانواده نگذاشته است. اما استفاده از اینترنت باعث گردید که دوستان آنها زیاده‌تر شوند. دوستانی که به اعتراف آنها از طریق اینترنت با همدیگر آشنا شده‌اند. به عبارتی، شبکه‌ای مجازی از دوستان در اینترنت شکل گرفت. دوستانی که از تنوع قابل توجهی برخوردارند. که هر کدام معرف و هویت مستقل مجازی دارند و در نهایت، تبدیل به دوستان حقیقی و صمیمی گردیده‌اند. البته مصاحبه‌شوندگان اعتراف داشتند که در اوایل استفاده‌شان چون بیشتر چت می‌نمودند دوستان آنها زیاد بوده اما این دوستی‌ها، کمتر پایدار و بیشتر سطحی بودند. ولی بتدریج، دارای دوستان گزینش شده و عمیق شده، دوستانی که با هم هم‌عقیده و هم‌فکر بودند چه دوستان پسر چه دختر. فرآیند دوست شدن با دوستان اینترنتی بدین منوال بود که ابتدا با کامنت^۱ گذاشتن و ای‌میل و تلفن و سپس با قرار ملاقات گذاشتن با هم دوست صمیمی شدند.

آنچه در نتایج پرسش فوق بدست آمد دال بر چند واقعیت است:

- اینترنت به اعتراف بیشتر مصاحبه‌شوندگان، بار مثبتی برای آنها داشته است. بطوریکه نه تنها باعث تغییر محسوسی در شکل ارتباط وی با خانواده‌شان نشده است بلکه، دوستان وی نیز زیاد تر شده و وجهه خوبی نیز برای خواد به ارمغان آورد. درضمن، اینترنت ابزاری شده برای تجربه سالم برای ارتباط با جنس مخالف بویژه در جامعه‌ای که حساسیت‌های زیادی روی این مسئله وجود دارد.

- به زعم مصاحبه‌شوندگانی که زادگاه آنها در شهرستان بود اینترنت، باعث پیشرفت آنها گردید. و فرصت‌های دوستی بسیاری برایشان فراهم نمود که بعدها تبدیل به دوستی‌های حقیقی و صمیمی نمود.

- اما نکته منفی که در این بین وجود دارد و از آن بعنوان آفت اینترنت نیز نام می‌برند پدیده هویت مجازی در اینترنت است. بطوریکه اینترنت به کاربران، نقابی می‌دهد که چهره واقعی خود را در آن پنهان نمایند. این امر باعث سوءاستفاده افرادی می‌گردد که برخی کاربران را فریب دهند. نکته‌ای که در یافته‌های این تحقیق بدست آمد این است که در اینترنت، افراد به مدت زیاد نمی‌توانند هویت واقعی خود را مجهول

¹. comment

نگه دارند. بنابراین، این پدیده بیشتر مختص افرادی است که یا در اوان کاربری از اینترنت به سر می‌برند و یا به قصد بد و منحرفی به این کار مبادرت می‌ورزند و همانطور که مصاحبه‌شوندگان اذعان داشته‌اند بتدریج و در سیر تحول کاربری افراد در اینترنت دارای دوستانی می‌شوند که با هویت‌های واقعی خود با هم دیگر ارتباط برقرار می‌نمایند.

۷- نتایج بدست‌آمده درخصوص تأثیر استفاده از اینترنت بر استفاده از سایر وسایل ارتباطات جمعی نشان می‌دهد که اینترنت تأثیری بسزایی بر استفاده از سایر رسانه‌ها چون تلویزیون، روزنامه و غیره نداشته است. البته لازم به ذکر است که تثیر اینترنت بر همه رسانه‌ها به یک اندازه نیست، بطوریکه تلویزیون کمترین تاثیرپذیری و روزنامه بیشترین تاثیر را از اینترنت می‌پذیرد. چراکه اینترنت تا اندازه‌ای توانسته جای روزنامه را برای افراد پر نموده و کارکردهای روزنامه را برای افراد ایفا نماید. همچنین، از جنبه‌های دیگر تاثیرگذاری اینترنت بر میزان استفاده افراد از رسانه‌های جمعی می‌توان به موارد زیر اشاره داشت:

- اینترنت بر میزان مطالعه کتابهای رمان تاثیر منفی می‌گذارد بطوریکه، این افراد به جای مطالعه کتابها پیرمان، به وبلاگ‌خوانی و وب‌گردی روی آورده‌اند.

- اینترنت بعنوان یکی از تکنولوژیهای نوین اطلاع‌رسانی، بیشترین تاثیر بر سیستم اطلاع‌گیری افراد دارد. بطوریکه، کسب اخبار و اطلاعات بیش از آنکه از طریق تلویزیون، رادیو و روزنامه باشد، از طریق اینترنت است.

۵-۳- پیشنهادات

پیشنهادهای تحقیق حاضر را می‌توان به دو دسته، یکی پیشنهادهای اجرایی و دیگری پیشنهادهای تحقیقاتی از هم منفک نمود. درخصوص ارائه پیشنهادات اجرایی، از آنجا که، این تحقیق در سطح توصیفی کیفی انجام گرفته است، ارائه اینگونه پیشنهادات مشکل به نظر می‌رسد که نیازمند احتیاط و وسواس در ارائه

اینگونه پیشنهادات است. به هر حال، در ادامه، به ارائه پیشنهادات اجرایی که از دل تحقیق حاضر بدست آمده، پرداخته می‌شود:

۵-۳-۱- پیشنهادات اجرایی تحقیق

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

- بارزترین یافته تحقیق حاضر این بود که افراد در طی کاربری خود از اینترنت دچار تغییراتی می‌شوند که این تغییرات منجر به الگومند شدن کاربری آنها می‌گردد. بطوریکه، افراد در اوان کاربری فاقد این الگومندی در کاربری از اینترنت هستند و مدتی طول می‌کشد- این مدت برای افراد مختلف فرق می‌کند، یک کاربر ممکن است پس از مدت ۱ سال به الگومندی برسد و کاربر دیگر در عرض ۲ سال- تا افراد به الگوی رفتاری خاص خود از اینترنت نائل آیند. بنابراین، پیشنهاد می‌گردد تا از سویی، متولیان و دست- اندرکاران ذیربط با درایت و تدبیر و اعمال مدیریت، کاربران بویژه نسل آسیب‌پذیر یعنی نوجوانان و جوانان را در این برهه دریافتن الگوی مناسب کاربری اینترنت کمک نمایند، و از سوی دیگر، چندان هم دل‌نگران نوع استفاده در نوکاربران نباشند و در این زمینه حساسیت نشان ندهند که موقتی و زودگذر خواهد بود و جای خود را به سرعت به الگوی کاربری هدفمند و مناسبی می‌دهد.

- از آنجا که بیشتر کاربران از طریق محل تحصیل چه در دانشگاه و چه مدرسه با اینترنت آشنا می‌گردند، پیشنهاد می‌گردد دسترسی به اینترنت بسیار تسهیل گردد. به قسمی که همه دانشجویان بتوانند در بیشتر اوقات، به مدت دلخواه، و با سرعت بالا و با کمترین فیلتر و محدودیتی به اینترنت دسترسی داشته باشند و در نتیجه دوران گذار کاربری از کاربری بی‌هدف به کاربری هدفمند را هر چه سریع‌تر و سالم‌تر در محیط دانشگاه با برخورداری از نظارت و مشاوره اساتید خود سپری کنند.

- 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 آن را 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 کافیت‌ها در سطح جامعه، ما شاهد گسترش شبکه اینترنت در خانه و منازل هستیم. با این اوصاف، نتایج تحقیق حاضر از بررسی الگوی کاربری اینترنت نشان داد که نمی‌توانیم الگوی غالب را در بین افراد در اوان کاربری اینترنت - به قسمی در آغاز کاربری اینترنت - مورد شناسایی قرار دهیم. اما همین افراد پس از مدتی شاهد شکل‌گیری الگوی منجمم و هدفدار می‌شوند که مرتبط با کار یا تحصیل‌شان است. بنابراین، عدم وجود الگوی کاربری اینترنت در اوان کاربری، بیشتر به خاطر نوظهور بودن پدیده اینترنت در ایران است 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 دیگر در ایران باشد که ورود آن شوک‌آور، بدون فرهنگ‌سازی مناسب بوده و به آنها از دید منفی نگریسته شود. 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 است. از این رو، پیشنهاد می‌شود تا با ترویج فرهنگ استفاده هدفمند از اینترنت در مدارس، دانشگاه‌ها، فرهنگسراها و از طریق رسانه‌های جمعی الگوی مناسب برای استفاده از اینترنت در اختیار نوجوانان و جوانان قرار دهیم. به قول ساراماگو:

«قطار، هنگام حمل انسانها و بار چیز خوبی است، اما اگر افرادی را به سمت اردوگاههای مرگ، هدایت و یا تجهیزات نظامی حمل کند، دیگر چیز خوبی به شمار نمی‌رود. اینترنت نیز چون قطار، محصول یک فناوری است که به خودی خود نه خوب است نه بد، بلکه تنها به نوع استفاده ای که از آن می‌بریم بستگی دارد، به همین سبب است که اکنون عقل باید بیش از هر زمان دیگری بیدار باشد و به خواب نرود».

- برنامه‌سازان و ارائه‌کنندگان خدمات آن‌لاین باید خدمات را به شیوه‌هایی ارائه کنند که به بهترین نحو به عموم سرویس برسانند. البته خواست مسئولان کشور نیز در این زمینه شرط است. و الا وقتی که فرد وارد کافیت می‌شود تا از اینترنت استفاده نماید و می‌بیند که جز «یاهو مسنجر» مابقی امکانات اینترنت به دلیل سرعت بسیار پایین آنها عملاً غیرممکن است چه باید بکند؟

- 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 درک 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.

۵-۳-۲- چشم انداز تحقیقات آتی (پیشنهادهای تحقیقاتی)

- پیشنهاد می گردد در تحقیقات آتی این سؤال پرسیده شود که شما از چه طریقی با اینترنت آشنا شده- اید، از طریق آزمون و خطا و یا رفتن به کلاس های آموزشی منظم.
- پیشنهاد می گردد که تحقیقاتی به صورت کمی و در سطح ملی و با استفاده از پرسشنامه استاندارد به موضوع کاربری استفاده از اینترنت پرداخته شود.
- پیشنهاد می گردد که همین مطالعه به طور منظم در مقاطع زمانی مختلف صورت گیرد.
- پیشنهاد می شود غیر از نسل اول کاربران نسل دوم و سوم و مقایسه آنها با هم دیگر نیز با روش- شناسی کیفی بویژه گروه متمرکز صورت گیرد.
- پیشنهاد دیگر تحقیق این است که مطالعه ای بین رشته ای در خصوص این موضوع صورت گیرد، تا سهم هر کدام از عوامل به خوبی تعیین گردد.
- از پیشنهادات دیگر اینکه با استناد به ادعای یافته تحقیق حاضر مبنی بر وابسته بودن الگوی زمانی استفاده از اینترنت به ۴ عامل سطح دسترسی، سطح نیاز، اهداف استفاده از اینترنت و ویژگیهای فردی و اجتماعی کاربران پیشنهاد می گردد تا در یک تحقیق دیگر، این ادعا مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

۱- منابع فارسی

- ۱- آزادارمکی، تقی و یحیی امامی (۱۳۸۳) تکوین حوزه عمومی و گفتگوی عقلانی. تهران: مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره پنجم، شماره ۱، صص ۶۴-۶۵.
- ۲- اخوتی، مریم (۱۳۷۷) بررسی وضعیت استفاده از اینترنت توسط اعضای هیات علمی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد کتابداری. تهران: دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی دانشگاه علوم پزشکی ایران.
- ۳- اسلویین، جیمز (۱۳۸۰) اینترنت و جامعه. عباس گیلوری و عباس رادباوه. تهران: نشر کتابدار.
- ۴- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳) تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی. مریم وتر. تهران: کویر.
- ۵- بابارضایی‌کاشانی، لیلا (۱۳۷۹) بررسی میزان استفاده و رضایت اعضاء هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی خدمات بهداشتی درمانی ایران از اینترنت. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد کتابداری. تهران: دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی دانشگاه علوم پزشکی ایران.
- ۶- بی، ارل (۱۳۸۳) روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی. رضا فاضل. تهران: انتشارات سمت. جلد ۱ و ۲.
- ۷- برتون، فلیپ (۱۳۸۲) آیین اینترنت: تهدیدی برای پیوند اجتماعی. ترجمه علی اصغر سرحد و ان. جمشیدی. تهران: انتشارات امیرکبیر.
- ۸- تامپسون، جان بروکشایر (۱۳۷۹) رسانه‌ها و نوگرایی: نظریه‌ای اجتماعی درباره رسانه‌ها. علی ایثاری‌کسمایی. تهران: انتشارات موسسه ایران.
- ۹- جوادی، علی‌محمد (۱۳۸۳) بررسی میزان و نوع استفاده از اینترنت و تأثیر آن بر ارزش‌های خانواده. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد علوم اجتماعی. مشهد: دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد.

- ۱۰- حیاتی، زهیر (۱۳۸۲) بررسی میزان استفاده اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های خلیج فارس و علوم پزشکی بوشهر از اینترنت با توجه به عواملی مانند جنس، سابقه تدریس، درجه و مرتبه علمی. مجله علوم تربیتی و روانشناسی. تهران: دانشگاه شهید چمران اهواز، دوره ۳، شماره ۳ و ۴، صص ۱۷-۱۹.
- ۱۱- دفتر ارزیابی پژوهشی (۱۳۸۳) دستورالعمل تکمیل پرسشنامه عملکرد سال ۱۳۸۳. معاونت پژوهشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- ۱۲- دواس، دی. ای (۱۳۸۱) پیمایش در تحقیقات اجتماعی. هوشنگ نایی. تهران: نشر نی.
- ۱۳- دوران، بهزاد (۱۳۸۱) تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی. رساله دکتری جامعه‌شناسی. تهران: دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.
- ۱۴- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۸۲) تکنیک‌های خاص تحقیق در علوم اجتماعی. تهران: انتشار.
- ۱۵- ریتزر، جورج (۱۳۷۹) نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر. محسن ثلاثی. تهران: علمی.
- ۱۶- زکریائی، لایلا (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 علوم کتابداری. تهران: دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تربیت معلم.
- ۱۷- زکی، محمدعلی (۱۳۸۴) سنجش خودکارآمدی و نگرش‌های اجتماعی نسبت به اینترنت. تهران: مجله فرهنگ و فناوری، شماره ۴، صص ۹-۱۲.
- ۱۸- ساروخانی، باقر (۱۳۷۲) روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی. ج ۱. تهران: پژوهشگاه مطالعات و تحقیقات فرهنگی.
- ۱۹- سایت اخبار فناوری اطلاعات (۱۳۸۵)، ضریب نفوذ اینترنت در ایران، به نقل از مدیرعامل شرکت فناوری اطلاعات و ارتباطات، <http://www.itna.ir/archives/article/006046.php>
- تاریخ بازدید: ۱۳۸۶/۸/۵
- ۲۰- سورین، و. و تانکارد، ج. (۱۳۸۱) نظریه‌های ارتباطات. علیرضا دهقان. تهران: دانشگاه تهران.

۲۱- فخرایی، مجید و همکاران (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. دوم شهریورماه. زنجان: دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی استان زنجان.

۲۲- قربانپور، امین (۱۳۸۶)، ضریب نفوذ اینترنت در ایران. سایت آموزشی مقیاس.

<http://www.meghyas.org/index.php?entry=entry070514-125449> تاریخ بازدید: ۸۶/۸/۵

۲۳- کازنو، ژان (۱۳۷۰) جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی. باقر ساروخانی و منوچهر محسنی. تهران: اطلاعات.

۲۴- کرلینجر، فردان (۱۳۷۴) مبانی پژوهش در علوم رفتاری. حسن پاشا شریفی و جعفر نجفی‌زند. تهران: آوای نور.

۲۳- کوثری، مسعود (۱۳۸۴) جهان فرهنگی کاربران اینترنت. مجله فرهنگ و فناوری، سال اول. شماره ۴. صص ۳-۴.

۲۵- کین، رابرت (۱۳۷۶) تحقیق موردی. علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.

۲۶- کیوی، ریمون. کامپنهود، لوک وان (۱۳۷۵) روش تحقیق در علوم اجتماعی. عبدالحسین نیک‌گهر. تهران: توتیا.

۲۷- گنجی، احمد (۱۳۸۵) بررسی الگوی کاربران اینترنت و عوامل اجتماعی موثر بر آن. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد. تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

۲۸- مارشال، کاترین. راس‌من، گرچن ب (۱۳۷۷) روش تحقیق کیفی. علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.

۲۹- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۶۹) ارتباط‌شناسی. تهران: سروش.

- ۳۰- معیدفر، سعید (۱۳۸۴) بررسی پدیده اعتیاد اینترنتی در بین افراد واقع در گروه سنی (۱۵ تا ۲۵ سال) و پیامدهای آن. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.
- ۳۱- مک‌کوائیل، دنیس (۱۳۸۰) مخاطب‌شناسی. مهدی منتظرقائم. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.
- ۳۲- منصورفر، کریم (۱۳۷۶) روش‌های آماری. تهران: دانشگاه تهران.
- ۳۳- موحّدحمیدی، حمید (۱۳۸۱) الگوی استفاده از اینترنت توسط دانشجویان دانشکده‌های کشاورزی ایران. تهران: مجله علوم کشاورزی ایران، دوره ۲۳، شماره ۴. صص ۷-۸.
- ۳۴- مهدیزادگان، ایران (۱۳۸۲) آیا اینترنت بر مهارت‌های اجتماعی و سلامت روانی افراد تأثیر می‌گذارد؟ ریزپردازنده، سال ۶، شماره ۶۵. صص ۱۰-۱۲.
- ۳۵- ویندال، سون و همکاران (۱۳۷۶) کاربرد نظریه‌های ارتباطات. علیرضا دهقان. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

۲- منابع انگلیسی

- 36- Alan, Neustadtl and Robinson, John P. (2002) *Social Contact Differences Between Internet Users and Nonusers in The General Social Survey*. It & Society, Volume 1, Issue 1, pp 24. تاریخ <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵
- 37- Biggs, Stephen (2000) *Global Village or Urban Jungle: Culture, Self-Construal, and the Internet*. *Proceedings of the Media Ecology Association*, Volume 1, pp 8.
- 38- Bullen, Pat and Harré, Niki (2000) *The Internet: Its Effects on Fatety and Behaviour Implications for Adolescents*. Department of Psychology, University of Auckland, November 3, pp 31.
- 39- Coget, Jean-Francois; Yamauchi, Yutaka; Suman, Michael (2002) *The Internet, Social Networks and Loneliness*. It & Society, Volume 1, Issue 1. تاریخ <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵
- 40- Cole, Jeffrey; Robinson, John P. (2002) *Internet Use and Sociability in The UCLA Data: A Simplified MCA Analysis*. It & Society, Volume 1, Issue 1. تاریخ <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵

- 41- Deagelis, Tori (2000) *Is Internet addiction real? Electronic Journal of Sociology*, Volume 31, No. 4, pp 71.
- 42- Defleur, Dennis (2002) *Understanding Mass Communication: A Liberal Arts Perspective*. New York: Houghton Mifflin Company.
- 43- Gershuny, Jonathan (2002) *Social Leisure and Home It: A Panel Time-Diary Approach*. It & Society, Volume 1, Issue 1. <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> تاریخ بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵
- 44- Greenfield, David N. (1999) Virtual Addiction: Sometimes New Technology Can Create New Problems. The Center for Internet Studies, Psychological Health Associates.
- 45- Horrigan, John and Rainie, Lee (2002) *Emails That Matter: Changing Patterns of Internet Use Over a Years Time*. It & Society, Volume 1, Issue 1. <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> تاریخ بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵
- 46- Katz, James E. and Rice, Ronald E. (2002) *Project Syntopia: Social Consequences of Internet Use*. It & Society, Volume 1, Issue 1. <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> تاریخ بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵
- 47- Kestnbaum, Meyer; Robinson, John P.; Neustadt, Alan; Alvares, Anthony (2002) *Information Technology and Social Time Displacement*. It & Society, Volume 1, Issue 1. <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> تاریخ بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵
- 48- Kiesler, Sara; Kraut, Robert; Cummings, Jonathon; Boneva, Bonka; Helgeson, Vicki; Crawford, Anne et al. (2002) *Internet Evolution and Social Impact*. It & Society, Volume 1, Issue 1. <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> تاریخ بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵
- 49- Kurniawan, Sri H. and Zaphiris, Panayiotis (2003) *Web Health Information Architecture for Older Users*. It & Society, Volume 1, Issue 3. <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> تاریخ بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵
- 50- Liange, Guo and Wei, Bu (2002) *Internet Use and Social Life/Attitudes in Urban Mainland China*. It & Society, Volume 1, Issue 1. <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> تاریخ بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵
- 51- Lim, Jin-Sook et al. (2004) A Learning System for Internet Addiction Prevention. Proceedings of the IEEE International Conference on Advanced Learning Technologies (ICALT'04).
- 52- 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/> تاریخ بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵
- 53- Mandelli, Anderina (2002) *Boonded Sociability, Relationship Costs and Intangible Resources in Complex Digital Networks*. It & Society, Volume 1, Issue 1. <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> تاریخ بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵
- 54- Mikami, Shunji (2002) *Internet Use and Sociability in Japan*. It & Society, Volume 1, Issue 1. <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> تاریخ بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵

55- Nie, Norman and Lutz, Erbring (2002) *Internet and Society: A Preliminary Report*. It & Society, Volume 1, Issue 1. <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> تاریخ

بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵

56- Nie, Norman H. and Hillygus, D. Sunshine (2002) *The Impact of Internet Use on Sociability: Time-Diary Findings*. It & Society, Volume 1, Issue 1.

<http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> تاریخ بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵

57- Pronovost, Gilles (2002) *The Internet and Time Displacement: A Canadian Perspective*. It & Society, Volume 1, Issue 1.

<http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> تاریخ بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵

58- Robinson, John P. and Shanks, J. Merrall (2002) *Sex, Church and The Internet*. It & Society, Volume 1, Issue 1. <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> تاریخ

بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵

59- Storm A. King (1996) *Is the Internet Addictive, or Are Addicts Using the Internet?* *Electronic Journal of Sociology*, Volume 2, Issue 1, pp 44.

60- Tracy, Kennedy; Barry, Wellman; Kristane, Klement (2003) *Gendering The Digital Divide*. It & Society, Volume 1, Issue 5. <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/>

تاریخ بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵

61- Wellman, Barry; Boase, Jeffrey; Chen, Wenhong (2002) *The Networked Nature of Community: Online and Offline*. It & Society, Volume 1, Issue 1.

<http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/> تاریخ بازدید: ۱۳۸۵/۲/۱۵

ضمائم

پرسش‌های راهنما (Guid Questions)

پرسش‌های راهنمای تحقیق حاضر را می‌توان در ۳ دسته کلی از هم منفک نمود:

الف: شکل استفاده از اینترنت؛ شامل:

- ۱- نوع استفاده از اینترنت؛
- ۲- اولویت استفاده از اینترنت؛
- ۳- مکان استفاده از اینترنت؛
- ۴- زمان استفاده از اینترنت؛
- ۵- میزان استفاده از اینترنت؛
- ۶- استفاده فردی یا جمعی از اینترنت؛
- ۷- استفاده همزمان یا تنها از اینترنت؛
- ۸- میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت.

ب: افراد استفاده کننده از اینترنت؛ شامل:

- ۱- جنس؛
- ۲- سن؛
- ۳- وضعیت تاهل؛
- ۴- پایگاه اقتصادی و اجتماعی؛
- ۵- تحصیلات؛
- ۶- وضعیت اشتغال؛
- ۷- سابقه آشنایی و کاربری با اینترنت.

ج: روند تحول استفاده از اینترنت (در طول استفاده از اینترنت)؛ شامل:

- ۱- نوع استفاده از اینترنت؛
- ۲- اولویت استفاده از اینترنت؛
- ۳- مکان استفاده از اینترنت؛
- ۴- زمان استفاده از اینترنت؛
- ۵- میزان استفاده از اینترنت؛
- ۶- استفاده فردی یا جمعی از اینترنت؛
- ۷- استفاده همزمان یا تنها از اینترنت؛
- ۸- میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت.

تشریح جزئیات پرسش‌های راهنما

الف: شکل استفاده از اینترنت؛ شامل:

۱- نوع استفاده از اینترنت؛

جهت اندازه‌گیری این متغیر این پرسش به عمل آمد که شما چه نوع استفاده‌ای از اینترنت به عمل می‌آورید. پاسخ‌ها شامل موارد زیر می‌باشد:

- استفاده از رسانه‌های خبری و اطلاع‌رسانی
- پست الکترونیک (ای‌میل)
- مطالعه وبلاگ و وبلاگ‌نویسی
- استفاده تجاری و اقتصادی
- چت کردن
- استفاده علمی، آموزشی و درسی
- سایت‌های دوستیابی
- کسب اطلاعات عمومی و بهداشتی
- اورکات و gaz zag
- وب‌گردی (بدون هدف پرسه‌زدن)
- جک و لطیفه
- دانلود نمودن و گوش دادن موسیقی
- استفاده از سایتهای ی و جنسی

۲- اولویت استفاده از اینترنت

جهت اندازه‌گیری این متغیر از جدول زیر استفاده شد:

ردیف	نوع استفاده	اولویت
۱.	استفاده از رسانه‌های خبری و اطلاع‌رسانی	
۲.	چک کردن ای‌میل	
۳.	مطالعه وبلاگ و وبلاگ‌نویسی	
۴.	استفاده تجاری و اقتصادی	
۵.	چت کردن	
۶.	استفاده علمی، آموزشی و درسی	
۷.	سایت‌های دوستیابی	
۸.	کسب اطلاعات عمومی و بهداشتی	
۹.	اورکات و gaz zag	
۱۰.	وب‌گردی (بدون هدف پرسه‌زدن)	
۱۱.	دانلود نمودن و گوش دادن موسیقی	
۱۲.	جک و لطیفه	
۱۳.	استفاده از سایتهای ی و جنسی	

۳- مکان استفاده از اینترنت

جهت اندازه گیری این متغیر از سئوالهای زیر استفاده می شود:

- ۱- بیشتر در کدام یک از مکانهای زیر از اینترنت استفاده می کنید؟
۱- منزل؛ ۲- محل کار؛ ۳- محل تحصیل؛ ۴- کافی نت؛ ۵- سایر (لطفاً نام ببرید:)
- ۲- در صورت استفاده از اینترنت در خانه، آیا در اتاق شخصی تان از اینترنت استفاده می کنید؟
۱- بلی؛ ۲- خیر

۴- زمان استفاده از اینترنت

جهت اندازه گیری این متغیر از سئوالهای زیر استفاده می شود:

- ۱- بیشتر در چه زمانهایی از اینترنت استفاده می کنید؟
۱- صبحها؛ ۲- ظهرها؛ ۳- غروبها؛ ۴- شبها؛
۵- روزهای تعطیل؛ ۶- آخر هفته (پنج شنبه ها و جمعه ها)
۷- فصل تابستان ۸- تعطیلات عید
۹- سایر (لطفاً نام ببرید:)

۵- میزان استفاده از اینترنت

جهت اندازه گیری این متغیر از سئوالهای زیر استفاده می شود:

- ۱- بطور متوسط چند ساعت در روز با اینترنت ارتباط دارید؟ ساعت
- ۲- بطور متوسط چند ساعت در هفته با اینترنت ارتباط دارید؟ ساعت
- ۳- معمولاً در هر بار یا نوبت، بطور متوسط چقدر متوالی با اینترنت کار می کنید؟ ساعت

۶- استفاده فردی یا جمعی از اینترنت

جهت اندازه گیری این متغیر از سئوالهای زیر استفاده می شود:

- ۱- آیا از اینترنت بیشتر به صورت فردی استفاده می‌نمایید یا جمعی؟
- ۲- در صورت جمعی استفاده نمودن با چه کسی یا کسانی (دوست؛ هم‌کلاس؛ هم‌محل؛ همکار؛ اعضای خانواده) از اینترنت استفاده می‌نمایید؟ و چقدر؟

۷- استفاده هم‌زمان یا تنها از اینترنت

جهت اندازه‌گیری این متغیر از سؤالهای زیر استفاده می‌شود:

- ۱- آیا در کنار اینترنت کار دیگر نیز انجام می‌دهید یا خیر؟
- ۲- اگر بلی چه کار یا کارهایی؟ به ترتیب اهمیت نام ببرید؟
-

۸- میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت

جهت اندازه‌گیری این متغیر از سؤالهای زیر استفاده می‌شود:

- ۱- لطفاً بفرمایید ماهانه چه مبلغ برای استفاده از اینترنت پرداخت می‌نمایید؟ (هزینه تلفن خانگی؛ هزینه کارت اینترنت؛ هزینه کافی‌نت؛ و ...)

ب: افراد استفاده‌کننده؛ شامل:

۱- جنس (۱- مرد ۲- زن)

۲- سن (سؤال باز)

۳- پایگاه اقتصادی و اجتماعی؛

جهت اندازه‌گیری این متغیر از مصاحبه‌شوندگان این پرسش به عمل آمد که خود را جزوه چه پایگاه

اقتصادی و اجتماعی می‌دانند. طبقه‌بندی پایگاه اقتصادی و اجتماعی به شرح زیر می‌باشد:

۱. پایین ۲. متوسط رو به پایین ۳. متوسط متوسط ۴. متوسط رو به بالا ۵. بالا

۴- تحصیلات؛ (۱- ابتدایی؛ ۲- راهنمایی؛ ۳- دبیرستان؛ ۴- دیپلم؛ ۵- لیسانس ۶- فوق لیسانس؛ ۷- دکتری)

۵- وضعیت اشتغال: (۱- شاغل تمام وقت؛ ۲- شاغل پاره وقت؛ ۳- سرباز؛ ۴- دانشجوی به همراه شغل پاره وقت؛ ۵-

محصل به همراه شغل پاره وقت؛ ۶- بیکار)

۶- سابقه آشنایی و کاربری با اینترنت: (سؤال باز)

الف: سابقه آشنایی: سال

ب: سابقه کاربری: سال

ج: روند تحول استفاده؛ شامل:

۱- میزان استفاده؛

۲- مکان استفاده؛

۳- زمان استفاده؛

۴- اولویت های استفاده

۵- نوع استفاده؛

۶- استفاده فردی یا جمعی؛

۷- استفاده همزمان یا تنها از اینترنت؛

۸- میزان هزینه پرداختی ماهانه برای استفاده از اینترنت؛

برای اندازه گیری یا اطلاعاتیابی یا کشف روند تغییرات الگوی کاربری از ۱۰ سال پیش تاکنون، از افراد

می پرسیم که درباره گذشته شان و سیر تحولات آن تا به امروز شکل استفاده از اینترنت خود را بیان نمایند.

د. سؤال مکمل

۱- استفاده از اینترنت چه تأثیری بر شما به ویژه از لحاظ میزان و شکل ارتباطات داشته است؟

The Study of The Internet Usage Patterns in a users group of 25 to 40 Years Old in Tehran

Abstract:

In This study, we decided to provide answers for two major question: First, how 25-40 years people in Tehran use the internet? And second, how the kind of use has changed during the time (from the beginning of use to the time of the research)? Each of these two questions is subdivided into eight minor questions, involving kind, priority, place, time, measure, the expense of use, personal or collective use, and mere use of the internet or to engage other works along with the use of the internet. The research was designed and accomplished by descriptive & qualitative method and the related data was collected using deep interview technique with the selected sample of the users statistica society. The research's finding revealed that at the moment, it is impossible to know the pattern of the internet use regardless of the development process of the internet use among the people. It means that how much the people have more antecedent&use ,their pattern of the internet use will also be more purposefull, judicious and so more stable. Other findings showed that the sample people,describing their use of the internet. Have mentioned the following usese as the usual&ordinary use and of course the most typical use of the internet: The usese such as chech-mail,yahoo messenger (of course for seeing offs& answering them),the search motors&the use of news sites. The development Process of the kinds of the internet use also showed that the search motor,chat,watching porno sites&watching web,respectively,have been the most frequent uses among the sample people. Regarding to the priority of internet use,the results showed that using search motors have been the first priority for most of the interviewees. After that is check-mail,yahoomessenger&news sites. The results regarding to the development process of the priorities of the internet use by the people showed that chat,email,and porno sites are of the uses that sample people have mentioned as their first priorities in the beginning of the internet use.

Keywords:

internet, the pattern of use, the kind of use,the priority of use, the place of use,the measure of use, the time of use,The expense of use, The personal or collective use, mere use of The internet, to engage other works along with the internet use



Ministry of Science, Research & Technology
Iranian Research Institute for Scientific Information and Documentation

Title:

**The Study of The Internet Usage Patterns in a
Years Old in Tehran users group of 25 to 40**

By:

Ahmad Ganji

Assistant:

Dr. Behzad Dowran

2006 - 2007