

تاریخ وصول: ۸۷/۱/۱۹

تاریخ تأیید: ۸۷/۱۲/۱۸

بررسی میزان و چگونگی رابطه بین استفاده از وسایل ارتباط جمعی در بین کاربران و غیر کاربران اینترنتی به تفکیک جنسیت

علی محمدجوادی*

مواردی دانش‌آموزان دختر و پسر در استفاده از وسایل ارتباط جمعی از علایق متفاوتی برخوردارند و به کمک آزمون‌های آماری ضریب هم‌بستگی پیرسون و آزمون آماری اسپیرمن نشان داده شده که میزان استفاده از انواع وسایل ارتباط جمعی با یکدیگر رابطه مستقیم و معنادار دارد و استفاده از اینترنت در بین کاربران اینترنتی باعث نمی‌شود که از دیگر وسایل ارتباط جمعی کمتر استفاده کنند.

کلیدواژه: وسایل ارتباط جمعی، کاربران و غیر کاربران اینترنتی، انواع وسایل ارتباط جمعی، جنسیت.

مقدمه

در عصری که به عصر اطلاعات نام گرفته است «جامعه

چکیده: با توجه به رشد و گسترش اینترنت و استفاده روزافزون از این فناوری جدید، رسانه‌های قدیمی در چه وضعیتی به سر می‌برند و آیا اینترنت می‌تواند جایگزین رسانه‌های قدیمی شود؟ برای دستیابی به پاسخ این سؤال تحقیقی پیمایشی در بین کاربران و غیر کاربران اینترنتی، در بین دانش‌آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد، به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انجام گرفته است. حجم نمونه این تحقیق ۴۰۳ نفر است. در قسمت توصیفی تحقیق میزان استفاده از انواع وسایل ارتباط جمعی، به تفکیک کاربر و غیر کاربر اینترنتی، با توجه به نوع جنسیت، در بین چهار گروه کاربر دختر اینترنتی، کاربر پسر اینترنتی، کاربر دختر غیر اینترنتی و کاربر پسر غیر اینترنتی، سنجیده شده است و در قسمت تبیینی با انجام آزمون‌های آماری تحلیل واریانس تی - تست و مان ویتنی به آزمون‌های آماری پرداخته شده است و نشان داده شده است که میزان استفاده از ماهواره و مجله در بین گروه‌های مختلف کاربران و غیر کاربران، متفاوت است. همچنین، در

* دستیار علمی دانشگاه پیام‌نور مرکز گیلان غرب.

نشانی اینترنتی: javadi.alimohammad@gmail.com

جمعی شده که این دسته متعلق به دیدگاه جانشینی در استفاده از رسانه‌هاست. عده‌ای دیگر معتقدند افراد از وسایل ارتباط جمعی با توجه به نیازهایشان استفاده می‌کنند و بر این باورند که اینترنت جانشین سایر رسانه‌ها نمی‌شود. در ادامه به گزارش‌هایی در این مورد اشاره می‌شود.

گومز (Gomez) پژوهشی در دسامبر ۱۹۹۹ انجام داده‌است که از ۶۶۰۰ پاسخگوی کاربر اینترنتی امریکایی، ۲۵ درصد زمان خواندن روزنامه را افزایش داده‌اند و ۴۶ درصد استفاده از تلویزیون را کاهش داده‌اند (Lent, 2000).

برطبق یک گزارش اروپایی در سال ۲۰۰۲، میزان درصد شهروندانی که از خبر و اطلاعات اینترنت استفاده می‌کنند از ۶٪ در سال ۱۹۹۹ به ۱۴٪ رسیده است و میزان درصد استفاده‌کنندگان از تلویزیون، از ۶۹ درصد به ۶۵ درصد و میزان استفاده از روزنامه، از ۴۶ درصد به ۴۴ درصد کاهش یافته‌است (Nguyen, 2003).

در نروژ با رشد اینترنت از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۴ میزان استفاده کمتر از روزنامه گزارش شده‌است (Statistics Norway, 2005)، در هنگ‌کنگ، لی و لونگ در سال ۲۰۰۴ گزارش داده‌اند که خواندن روزنامه، گوش دادن به رادیو و تماشای تلویزیون، به ترتیب ۳۵٪، ۴۰٪، و ۵۳٪ در بین کاربران اینترنتی کاهش یافته است.

همه اینها گزارش می‌دهند که اینترنت جانشین رسانه‌های قدیمی شده‌است، تا جایی که فیلیپ مایر عنوان کرده‌است که تا سال ۲۰۴۰ روزنامه‌ها از بین خواهند رفت (Nguyen & Western, 2006).

نتایج تحقیق چن و همکاران (Chen et al, 2002) نشان داده‌است که تلفن، بیشتر برای ارتباط خویشاوندان است ولی پُست الکترونیکی برای ارتباط با دوستان استفاده می‌شود. پیمایشی توسط رابینسون

جهانی به طور اعم و روابط بین‌المللی به‌طور آخص تنها از طریق مطالعه پیام‌ها و تسهیلات ارتباطی ذیربط امکان‌پذیر است، جنبه‌های اصلی این فرایند را فرهنگ و ارتباطات تشکیل داده‌اند و باید به‌عنوان کانون تجزیه و تحلیل‌ها مورد توجه قرار گیرد» (مولانا، ۱۳۷۶: ۸۶).

شناخت اینکه ما در استفاده از وسایل ارتباط جمعی در چه وضعیتی هستیم اهمیت ویژه‌ای دارد؛ چرا که «انقلاب تکنولوژی اطلاعات که مهم‌ترین عامل در به‌وجود آوردن تغییر محسوب می‌شود باید به رسمیت شناخته شود» (مادن ساراپ، ۱۳۸۲: ۱۷۹). در استفاده از وسایل ارتباط جمعی می‌بایست به کیفیت اندیشید و چگونگی استفاده از آن را مد نظر قرار داد. با بسط و توسعه وسایل ارتباطی جدید، بحث‌های زیادی درباره تأثیر رسانه‌های جدید بر رسانه‌های قدیمی وجود دارد. این مطالعه به دنبال میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی در بین دانش‌آموزان دختر و پسر است و علاوه بر آن، رابطه میزان استفاده از وسایل ارتباطی در بین کاربران اینترنتی و غیر کاربران اینترنتی سنجیده می‌شود و نشان داده خواهد شد که کاربران اینترنتی در استفاده از دیگر وسایل ارتباط جمعی نسبت به غیر کاربران اینترنتی چه وضعیتی دارند.

زمینه‌ها و چهارچوب نظری

دو دیدگاه اصلی در مورد تأثیر وسایل ارتباطی جدید بر وسایل ارتباطی قدیمی وجود دارد:

۱. دیدگاه جانشینی و جایگزین کردن؛
۲. دیدگاه استفاده و خشنودی که بر نیازهای استفاده‌کنندگان متمرکز شده‌است (Lee & Leuing, 2004).

نتایج متفاوتی در باب استفاده از اینترنت و دیگر رسانه‌ها وجود دارد؛ عده‌ای معتقدند که اینترنت جانشین دیگر وسایل ارتباط جمعی می‌شود، یعنی اینترنت باعث کاهش استفاده از دیگر وسایل ارتباط

از نظر هاویک استفاده‌کنندگان از اینترنت در حال رشد هستند نه تا جایی که اینترنت بتواند جای تلویزیون را بگیرد (Havick, 2000).

تحقیقی بر روی کسانی که بیش از سی هزار دلار آمریکا درآمد دارند انجام شده است که نشان می‌دهد این افراد ۵۲/۹ دقیقه در هفته از تلویزیون استفاده می‌کنند و افرادی که بیش از شصت هزار دلار درآمد دارند ۴۶/۲ دقیقه در هفته تلویزیون تماشا می‌کنند (Head Sw & Schofield, 1994). استفاده از اینترنت طبقه خاصی را دربرمی‌گیرد؛ از بین مشاهده‌کنندگان تلویزیون گزارش شده است که ۳۷ درصد از همه افراد خانه از اینترنت استفاده می‌کنند، اما ۵۷ درصد از آنهایی که درآمد بالای پنجاه هزار دلار دارند مشغول استفاده از اینترنت هستند (Inteco, 1999).

از نظر هاویک اینترنت نمی‌تواند جانشین تلویزیون شود، ولی ابعاد دیگر ارتباطات را مثل تلویزیون، فیلم، رادیو و جز آن دربر گرفته است. اینترنت به یک منبع جدید برای مدیاهای دیگر تبدیل می‌شود (Havick, 2000).

با توجه به گزارش‌هایی که مطرح شد، نتایج به‌دست‌آمده در باب میزان استفاده از اینترنت و میزان استفاده از سایر وسایل ارتباط جمعی متفاوت است. تحقیق حاضر مبتنی بر دیدگاه استفاده و خشنودی است. در الگوی استفاده و خشنودی، افراد مخاطب کم‌وبیش به صورت فعال به دنبال محتوایی هستند که بیشترین خشنودی را فراهم می‌کند. درجه خشنودی، به نیازها و علایق افراد بستگی دارد. افراد هر قدر که بیشتر احساس کنند محتوای واقعی، نیازشان را برآورده می‌کند، احتمال اینکه آن محتوا را انتخاب کنند، بیشتر است (اولسون و همکاران، ۱۳۷۶: ۲۷۴).

و همکاران (Robinson et al. 2000)، استمپل و همکاران (Stemple et al. 2000) انجام شده و بدین نتیجه رسیده‌اند که استفاده‌کنندگان از اینترنت با غیر استفاده‌کنندگان از اینترنت، در استفاده از منابعی مثل روزنامه و رادیو متفاوت نیستند. مطالعه‌ای به وسیله اتوس و توکباری (Athaus & Tewksbury, 2000) روی ۵۲۰ دانشجوی دوره کارشناسی امریکایی انجام شده است که یک رابطه مثبت و معنی‌دار را بین کاربرانی که از اخبار اینترنت استفاده می‌کنند و کسانی که به مطالعه روزنامه و مجله می‌پردازند نشان می‌دهد، اما این رابطه با تماشای تلویزیون معنی‌دار نشده است. همه اینها در برابر مشاهداتی است که ادعا می‌کنند اینترنت به‌عنوان وسیله ارتباطی قدرتمند جانشین منابع سنتی در آینده می‌شود.

نتایج به‌دست‌آمده از تحقیق پیمایشی که توسط نگوین و وسترن (Nguyen & Western, 2006) در استفاده از وسایل ارتباط جمعی در بین کاربران اینترنتی و غیر کاربران اینترنتی انجام شده، نشان داده است که کاربران اینترنتی به‌طور عمومی در مقایسه با غیر کاربران اینترنتی، از رادیو، روزنامه و مجله بیشتر استفاده می‌کنند و کاربران اینترنتی کمتر از غیر کاربران اینترنتی از تلویزیون تجاری^۱ و تلویزیون عمومی استفاده می‌کنند.

برطبق این گزارش، بین استفاده‌کنندگان اخبار برخط (on-line) و اطلاعات و استفاده از سایر منابع سنتی، متغیرهای تلویزیون تجاری و رادیو تاک‌بک^۲ معنی‌دار نشد، ولی رابطه مثبت و معنی‌داری بین استفاده‌کنندگان از اخبار برخط و استفاده از مجله، روزنامه، تلویزیون عمومی و رادیو به وجود آمد.

نیلسون (Nielsen, 1999) پی برده است که در مارس ۱۹۹۹ میانگین استفاده از اینترنت ۷/۵ ساعت در ماه و این در مقایسه با ۵ ساعت استفاده از تلویزیون در روز است که آمریکایی‌ها تماشا می‌کنند.

1. Comerial Television

2. Talkbak Radio

جامعه آماری مورد مطالعه، دانش‌آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد و حجم نمونه‌گیری برابر ۴۰۳ نفر بوده است که ۵۲/۹ درصد، دانش‌آموزان دختر و ۴۷/۱ درصد دانش‌آموزان پسر بوده‌اند که با استفاده از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای دبیرستان‌ها انتخاب و به وسیله نمونه‌گیری تصادفی ساده، دانش‌آموزان دبیرستانی در دبیرستان انتخاب شده‌اند.

یافته‌های تحقیق

تجزیه و تحلیل این تحقیق مربوط به چهار گروه مختلف است که عبارت‌اند از:

دختر کاربر اینترنتی، پسر کاربر اینترنتی، دختر غیر کاربر اینترنتی و پسر غیر کاربر اینترنتی. برای هر یک از این گروه‌ها آمار توصیفی و آمار استنباطی متناسب با آن را آورده‌ایم.

قسمت اول: آمار توصیفی

اینترنت: از بین کل پاسخگویان که ۴۰۳ نفرند، ۱۸۰ نفر کاربر اینترنتی هستند، یعنی ۴۴/۶۶ (نزدیک به ۴۵) درصد پاسخگویان را کاربران اینترنتی تشکیل می‌دهند و در بین کاربران اینترنتی ۴۶/۷ درصد دختر و ۵۳/۳ درصد پسر هستند.

میانگین میزان استفاده از اینترنت برابر با ۴۹۸/۲۸ دقیقه در هفته است. میانگین میزان استفاده از اینترنت محاسبه شد که رقم ۳۶۰ دقیقه به دست آمد، یعنی ۵۰ درصد بالاتر از ۳۶۰ دقیقه در هفته و ۵۰ درصد پایین‌تر از ۳۶۰ دقیقه در هفته از اینترنت استفاده می‌کنند.

در ضمن، میانگین مربوط به استفاده از اینترنت در بین کاربران اینترنتی دختر برابر ۵۱۴/۱۲۵ دقیقه در هفته و میانگین آن برابر ۳۶۰ دقیقه است و در بین کاربران اینترنتی پسر این میزان برابر ۴۸۵/۶۰ دقیقه در هفته و میانگین آن برابر ۹۰ دقیقه است که نشان‌دهنده میانگین بیشتر

بر اساس نظریه استفاده و خشنودی، افراد محتوای رسانه‌ها را برای ارضای نیازهایشان انتخاب می‌کنند. افراد فعال‌اند و برنامه‌ها را انتخاب می‌کنند و مورد استفاده قرار می‌دهند (Perse&Ferguson, 2003).

دیدگاه استفاده و خشنودی به‌طور پر قدرت نشان داده است که افراد هوشیارانه یا ناهوشیارانه فعالیت می‌کنند. آنها به‌طور عمومی کالاها و محتوای آنها را برحسب وضعیت خاصی که دارند انتخاب می‌کنند که این انتخاب علاوه بر قابل دسترس بودن فناوری، به نیازها و خواسته‌های روان‌شناختی و اجتماعی افراد، وضعیت اقتصادی- فرهنگی استفاده‌کننده و محتوای قابل دسترس مدیاها بستگی دارد (Levy&Windahl; 1989 McQuail, 2000; Dutta- Bergman, 2004)

می‌توان مدلی از الگوی استفاده و خشنودی را بدین صورت ارائه داد:

ریشه‌های اجتماعی و روان‌شناختی ← نیازهایی که نتیجه آنها ← انتظارات از رسانه‌های جمعی یا سایر منابع که سبب ← گونه‌گونی الگوهای عرضه ← برآوردن نیاز.

فرضیات

۱. بین میزان راه‌های مختلف استفاده از وسایل ارتباط جمعی و جنسیت رابطه معنی‌داری وجود دارد؛
۲. بین نوع کاربران اینترنتی و غیر اینترنتی و استفاده از انواع وسایل ارتباط جمعی رابطه معنی‌داری وجود دارد؛
۳. بین راه‌های مختلف استفاده از وسایل ارتباط جمعی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

روش تحقیق

این تحقیق به‌صورت پیمایشی و با ابزار پرسش‌نامه خودساخته صورت گرفته است.

است، دیگری مربوط به درصد میزان استفاده از انواع برنامه‌ها در بین چهار گروه است، که در واقع این جدول مربوط به میزان استفاده از برنامه‌های وسایل ارتباط جمعی بوده، از اصلاً تا خیلی زیاد کُدهای زیادی شده‌است؛ با این تفاوت که کسانی که کُدهای خیلی کم تا خیلی زیاد را داده‌اند به‌عنوان کسانی بوده‌اند که از برنامه استفاده کرده‌اند و کسانی که کُدها را انتخاب کرده‌اند کسانی هستند که از آن برنامه استفاده نکرده‌اند.

تلویزیون

جدول (شماره ۱) مربوط به میانگین استفاده از تلویزیون به دقیقه و همچنین میانگین انواع برنامه‌های استفاده از تلویزیون در بین چهار گروه است.

استفاده از اینترنت در بین کاربران اینترنتی دختر و میانه بیشتر در بین کاربران اینترنتی پسر است.

طریقه تفسیر جداول آمار توصیفی انواع استفاده از برنامه‌های تلویزیون، ماهواره، وی سی دی

برای هرکدام از گروه‌هایی که از انواع برنامه‌هایی که از طریق تلویزیون، ماهواره و وی سی دی پخش می‌شود استفاده می‌کنند، در بین چهار گروه کاربر اینترنتی دختر، کاربر اینترنتی پسر، غیر کاربر اینترنتی دختر و غیر کاربر اینترنتی پسر، و همچنین کل دختران و کل پسران، دو جدول در نظر گرفته شده که یکی مربوط به میانگین استفاده از انواع برنامه‌هایی است که میانگین آنها از هیچ وقت (کد ۰)، خیلی کم (کد ۱)، تا حدودی (کد ۲)، زیاد (کد ۳) و خیلی زیاد (کد ۴)

جدول ۱: میانگین استفاده از برنامه‌های تلویزیون

کل پاسخگویان			غیر کاربران اینترنتی			کاربران اینترنتی			کاربر نوع استفاده
کل	پسر	دختر	کل	پسر	دختر	کل	پسر	دختر	
۲۴۰	۲۴۶	۲۳۵	۲۳۷	۲۳۶	۲۳۸	۲۴۳	۲۵۱	۲۳۳	تلویزیون
۲/۷۴	۲/۵۹	۲/۸۸	۲/۶۸	۲/۳۷	۲/۹۲	۲/۸۳	۲/۷۸	۲/۸۹	سریال
۱/۷۵	۲/۳۲	۱/۲۴	۱/۶۹	۲/۳۱	۱/۲۰	۱/۸۲	۲/۲۲	۱/۳۰	ورزشی
۲/۶۸	۲/۷۵	۲/۶۲	۲/۶۰	۲/۵۲	۲/۶۶	۲/۸۰	۲/۹۸	۲/۵۶	سینمایی
۱/۸۳	۱/۹۹	۱/۶۸	۱/۸۴	۱/۸۹	۱/۸۰	۱/۸۱	۲/۰۲	۱/۵۴	خبری
۱/۹۶	۲/۰۵	۱/۸۷	۱/۸۶	۱/۹۳	۱/۸۰	۲/۰۷	۲/۱۶	۱/۹۶	علمی

همه موارد به جز برنامه‌های خبری، میزان استفاده کاربران اینترنتی از غیر کاربران اینترنتی بیشتر است؛ البته باید توجه داشت که این افزایش مربوط به کاربران اینترنتی پسر است. در جدول (شماره ۲) میزان استفاده از انواع برنامه‌های تلویزیون به درصد در بین چهار گروه کاربر اینترنتی و غیر کاربر اینترنتی به تفکیک جنسیت آمده است.

همچنان که در جدول شماره ۱ مشاهده می‌شود میزان استفاده از تلویزیون در بین کاربران اینترنتی بیشتر از غیر کاربران اینترنتی است. کاربران اینترنتی دختر از بقیه گروه‌ها کمتر از تلویزیون استفاده می‌کنند، ولی در کل، کاربران اینترنتی، از غیر کاربران اینترنتی بیشتر تلویزیون تماشا می‌کنند. در مورد انواع استفاده از برنامه‌های تلویزیون در

جدول ۲: میزان استفاده از برنامه‌های تلویزیون

غیر کاربران اینترنتی		کاربران اینترنتی		نوع کاربر نوع استفاده
		مرد	زن	
مرد	زن	مرد	زن	سریال
%۹۵	%۹۹	%۹۴	%۹۵	ورزشی
%۸۹	%۶۹	%۸۵	%۹۵	سینمایی
%۹۴	%۸۶	%۹۶	%۹۴	خبری
%۸۷	%۹۳	%۸۵	%۸۱	علمی
%۸	%۸۷	%۸۶	%۸۲	

ماهواره

دختر و پسر تقریباً به یک میزان از ماهواره استفاده می‌کنند. همچنین غیر کاربران اینترنتی دختر و پسر نیز تقریباً به یک میزان از ماهواره استفاده می‌کنند. در بین کل پاسخگویان، میانگین استفاده از ماهواره برابر با ۷۹ دقیقه در شبانه‌روز است؛ همچنین، در (جدول شماره ۳) میانگین میزان استفاده از انواع برنامه‌های ماهواره آمده است که این میانگین از بین اصلاً که کُد صفر گرفته تا خیلی زیاد با کُد ۴ در نوسان است.

(جدول شماره ۳) مربوط است به میانگین استفاده از ماهواره به دقیقه در شبانه‌روز و انواع برنامه‌هایی که از ماهواره تماشا می‌کنند. در این جدول میزان استفاده از ماهواره در بین کاربران اینترنتی برابر با ۱۰۴ دقیقه در شبانه‌روز و برای غیر کاربران اینترنتی برابر با ۶۰ دقیقه در شبانه‌روز است. این آمار نشان می‌دهد که کاربران اینترنتی به مراتب بیشتر از غیر کاربران اینترنتی ماهواره تماشا می‌کنند. به این نکته نیز باید توجه کرد که کاربران اینترنتی

جدول ۳: میانگین میزان استفاده از انواع برنامه‌های ماهواره در بین چهار گروه

نوع کاربر	کاربران اینترنتی			غیر کاربران اینترنتی			کل پاسخگویان		
	دختر	پسر	کل	دختر	پسر	کل	دختر	پسر	کل
ماهواره	۱۰۲	۱۰۶	۱۰۴	۶۲	۵۷	۶۰	۷۶	۸۳	۷۹
شو	۱/۸۱	۱/۶۶	۱/۷۲	۱/۱۶	۱/۹۲	۱/۰۵	۱/۳۹	۱/۳۱	۱/۳۵
خبری	۱/۷۱	۱/۸۶	۱/۸۰	۱/۴۷	۱/۴۷	۱/۴۷	۱/۵	۱/۶۷	۱/۶۲
جنسی	۱/۲۳	۱/۹۶	۱/۶۴	۱/۱۸	۱/۶۵	۱/۳۹	۱/۲۰	۱/۸۳	۱/۵۰
سینمایی	۱/۱۳	۱/۵۳	۱/۴۳	۱/۹۵	۱/۸۴	۱/۹۰	۱/۰۹	۱/۲	۱/۱۴
ورزشی	۱/۶۵	۱/۱۸	۱/۹۴	۱/۴۵	۱/۷۵	۱/۵۶	۱/۴۹	۱/۰۰۵	۱/۳
علمی	۱/۶۸	۱/۸۹	۱/۸۰	۱/۵۸	۱/۴۶	۱/۵۳	۱/۶۲	۱/۶۸	۱/۶۵

می‌کنند.

بیشترین استفاده از برنامه‌های جنسی در بین کاربران اینترنتی پسر و بعد از آن غیر کاربر اینترنتی پسر است.

به‌طور خلاصه می‌توان گفت که کاربران اینترنتی از برنامه‌های شو، خبر، جنسی، سینمایی، ورزشی و علمی، بیشتر از غیر کاربران اینترنتی استفاده می‌کنند. برای مقایسه جزئیات بیشتر به (جدول شماره ۳) رجوع شود.

میزان استفاده از برنامه‌های ماهواره به درصد

در (جدول شماره ۴) مشاهده می‌شود در استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای سهم کاربران اینترنتی پسر از بقیه گروه‌ها بیشتر است؛ به‌غیر از برنامه شو که متعلق به کاربران اینترنتی دختر است.

در پخش نظرسنجی درباره استفاده از انواع برنامه‌های ماهواره مشخص شد پسران کاربر اینترنتی، نسبت به بقیه گروه‌ها، در همه زمینه‌ها از برنامه‌های ماهواره‌ای بیشتر استفاده می‌کنند و فقط در استفاده از برنامه‌های شو است که میانگین دختران کاربر اینترنتی از پسران کاربر اینترنتی بیشتر بوده که این مسئله ناشی از جذابیت بیشتر شو برای کاربران دختر اینترنتی است.

باید توجه داشت که بیشترین میزانی که از انواع مختلف برنامه‌های ماهواره‌ای در بین چهار گروه به‌دست آمده، میزان استفاده از برنامه‌های شو است که میانگین آن در کل برابر با ۱/۳۵ بوده که این میزان برای کاربران اینترنتی دختر برابر با ۱/۸۱ است.

بعد از گروه کاربر اینترنتی پسر، کاربران اینترنتی دختر در همه موارد، به‌جز برنامه‌های جنسی، از بقیه گروه‌ها بیشتر از برنامه‌های ماهواره‌ای استفاده

جدول ۴: میزان استفاده از انواع برنامه‌های ماهواره

نوع کاربر		کاربران اینترنتی		غیر کاربران اینترنتی	
		پسر	دختر	پسر	دختر
شو		۵۳٪	۵۱٪	۳۶٪	۲۹٪
خبر		۳۴٪	۳۹٪	۲۶٪	۲۱٪
جنسی		۱۲٪	۴۲٪	۱۱٪	۲۶٪
سینمایی		۴۶٪	۵۱٪	۳۵٪	۲۹٪
ورزشی		۳۰٪	۴۳٪	۲۲٪	۲۷٪
علمی		۲۹٪	۳۸٪	۲۹٪	۲۴٪

بیشترین میزان استفاده در بین کل گروه‌ها مربوط به تماشای شو از اینترنت است که سهم دختران کاربر در استفاده از شو، از بقیه گروه‌ها بیشتر است. به‌طور خلاصه، سهم کاربران اینترنتی در استفاده از انواع برنامه‌هایی که به‌وسیله وی سی دی پخش می‌شود از غیرکاربران اینترنتی بیشتر است. برای آگاهی از جزئیات بیشتر به (جدول شماره ۵) مراجعه شود.

وی سی دی: میانگین میزان استفاده از وی سی دی از بین اصلاً، خیلی کم، کم، زیاد، تا حدودی، خیلی زیاد، برابر با ۲/۴۹ است که سهم دختران کاربر اینترنتی در استفاده از وی سی دی از بقیه گروه‌ها بیشتر است.

بیشترین میزان استفاده از انواع برنامه‌های وی سی دی مربوط به فیلم سینمایی ایرانی بوده که این میزان در بین کاربران دختر از همه بیشتر است و بعد از آن

جدول ۵: میانگین میزان استفاده از انواع برنامه‌های وی سی دی

نوع استفاده	کاربران اینترنتی			غیر کاربران اینترنتی			کل پاسخگویان		
	کل	پسر	دختر	کل	پسر	دختر	کل	پسر	دختر
وی سی دی	۲/۸۵	۲/۸	۲/۹۲	۲/۲۰	۲/۲۸	۲/۱۳	۲/۴۹	۲/۵۶	۲/۴۳
شو	۲/۷۳	۲/۵۵	۲/۹۴	۲	۱/۹۶	۲/۰۴	۲/۳۳	۲/۲۹	۲/۳۶
سینمایی ایرانی	۲/۵۴	۲/۳۶	۲/۷۷	۲/۲۹	۲/۲۰	۲/۳۶	۲/۴۰	۲/۲۸	۲/۵۱
سینمایی خارجی	۲/۵۳	۲/۵۳	۲/۵۳	۱/۸۱	۲/۱۸	۱/۵۲	۲/۱۳	۲/۳۸	۱/۹۰
جنسی	۱/۹۱	۱/۲۵	۱/۴۸	۱/۵۲	۱/۹۸	۱/۲۳	۱/۶۹	۱/۱۲	۱/۳۱
علمی	۱/۴۲	۱/۵۶	۱/۲۴	۱/۰۱	۱/۲۰	۱/۸۶	۱/۲۰	۱/۳۶	۱/۰۴

صورت آمده است:

کاربران اینترنتی دختر، از شو و فیلم سینمایی ایرانی و فیلم سینمایی خارجی، از بقیه کاربران بیشتر استفاده می کنند. بیشترین میزان استفاده از برنامه های جنسی مربوط به کاربران اینترنتی پسر با مقدار ۵۴٪ و بعد از آن غیر کاربران اینترنتی پسر با مقدار ۴۱٪ است.

(جدول شماره ۶) مربوط به میزان استفاده از انواع برنامه های وی سی دی است که به درصد در نظر گرفته شده است.

در این جدول مشاهده می شود که بیشترین میزان استفاده از وی سی دی مربوط به کاربران اینترنتی دختر بوده که برابر با ۹۹٪ است. میزان استفاده از انواع برنامه های وی سی دی بدین

جدول ۶: میزان استفاده از انواع برنامه های وی سی دی

غیر کاربران اینترنتی		کاربران اینترنتی		نوع استفاده
پسر	دختر	پسر	دختر	
۹۲٪	۹۰٪	۹۸٪	۹۹٪	وی سی دی
۷۴٪	۸۱٪	۸۴٪	۹۰٪	شو
۸۷٪	۸۶٪	۸۸٪	۹۵٪	سینمایی ایرانی
۸۴٪	۷۴٪	۸۸٪	۹۱٪	سینمایی خارجی
۴۱٪	۱۵٪	۵۴٪	۲۵٪	جنسی
۶۱٪	۵۳٪	۶۷٪	۵۶٪	علمی

کاربران دختر ۹۶ دقیقه در هفته و برای غیر کاربران پسر برابر با ۷۱ دقیقه در هفته است و در مجموع، در بین کل پاسخگویان، دختران ۹۸ دقیقه و پسران ۶۷ دقیقه در هفته مجله مطالعه می کنند. سهم استفاده غیر کاربران اینترنتی از مجله در هفته ۸۵ دقیقه و برای کاربران اینترنتی این میزان برابر با ۸۲ دقیقه است که نشان می دهد غیر کاربران اینترنتی (به میزان کمی) بیشتر از کاربران اینترنتی مجله می خوانند (جدول شماره ۷).

کتاب غیردرسی: میزان استفاده از کتاب غیر درسی در

روزنامه: میزان استفاده از روزنامه در بین دانش آموزان دختر کاربر برابر با ۸۷ دقیقه در هفته و برای دانش آموزان پسر برابر با ۹۱ دقیقه در هفته، برای غیر کاربران دختر ۷۱ دقیقه در هفته و برای غیر کاربران پسر برابر با ۸۰ دقیقه در هفته است. در کل، کاربران اینترنتی بیشتر از غیرکاربران اینترنتی روزنامه مطالعه می کنند (جدول شماره ۷).

مجله: میزان استفاده از مجله در بین دانش آموزان دختر کاربر برابر با ۱۰۳ دقیقه در هفته و برای دانش آموزان پسر برابر با ۶۵ دقیقه در هفته، برای غیر

همچنان که ملاحظه می‌شود در بین سه عنوان روزنامه، مجله، و کتاب غیردرسی، دانش‌آموزان دختر از مجله بیشتر از دانش‌آموزان پسر استفاده می‌کنند و دانش‌آموزان پسر از روزنامه و کتاب غیردرسی بیشتر استفاده می‌کنند و سهم کاربران اینترنتی در استفاده از روزنامه و کتاب غیردرسی بیشتر از غیر کاربران اینترنتی است و غیر کاربران اینترنتی از مجله بیشتر از کاربران اینترنتی استفاده می‌کنند.

بین دانش‌آموزان دختر کاربر برابر با ۹۱ دقیقه در هفته و برای دانش‌آموزان پسر برابر با ۱۱۳ دقیقه در هفته، برای غیر کاربران دختر ۷۱ دقیقه در هفته و برای غیر کاربران پسر برابر با ۸۰ دقیقه در هفته است و در مجموع، دختران ۷۷ دقیقه و پسران ۸۶ دقیقه در هفته مجله مطالعه می‌کنند. به‌طور خلاصه کاربران اینترنتی از غیر کاربران مطالعه غیردرسی بیشتری دارند (جدول شماره ۷).

جدول ۷: میزان استفاده از مجله، روزنامه و کتاب غیردرسی به دقیقه در هفته

کل پاسخگویان			غیر کاربران اینترنتی			کاربران اینترنتی			نوع کاربر / نوع استفاده
کل	پسر	دختر	کل	پسر	دختر	کل	پسر	دختر	
۸۱	۸۶	۷۷	۷۵	۸۰	۷۱	۸۹	۹۱	۸۷	روزنامه
۸۴	۶۷	۹۸	۸۵	۷۱	۹۶	۸۲	۶۵	۱۰۳	مجله
۱۰۲	۱۱۱	۹۴	۱۰۱	۱۱۰	۹۳	۱۰۳	۱۱۳	۹۱	کتاب غیردرسی

آزمون فرضیه‌ها

سطح ۰/۳۳ و دختر کاربر با پسر غیر کاربر در سطح معنی‌داری ۰/۲۳ و پسر کاربر با دختر غیر کاربر در سطح معنی‌داری ۰/۱۱ و پسر کاربر با پسر غیر کاربر در سطح ۰/۰۸ تفاوت معنی‌داری دارند. در استفاده از مجله، دختر کاربر با پسر کاربر در سطح ۰/۱۶ و دختر غیر کاربر با پسر کاربر در سطح ۰/۲۵ و پسر غیر کاربر با دختر کاربر در سطح ۰/۰۴ معنی‌دار شده‌اند (برای تشخیص تفاوت میانگین‌ها بین گروه‌های مختلف به جدول ۳ و جدول ۷ مراجعه شود).

به‌وسیله آزمون آماری مناسب، از بین انواع استفاده‌هایی که دانش‌آموزان دختر و پسر از وسایل ارتباط جمعی دارند، متغیرهای زیر توانستند از آزمون رد عبور کنند که در اینجا به تفکیک جنسیت گروه‌ها مطرح می‌شود: با انجام آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه مشخص شد که میزان استفاده از ماهواره با سطح معنی‌داری ۰/۰۹ و میزان استفاده از مجله با سطح معنی‌داری ۰/۲۶ در بین چهار گروه تفاوت معنی‌داری دارد که با انجام آزمون L.S.D مشخص شد که در زمینه استفاده از ماهواره، دختر کاربر با دختر غیر کاربر در

انواع برنامه‌های تلویزیون

به کمک آزمون آماری کروسکال والیس همه برنامه‌های استفاده از تلویزیون در بین چهار گروه، به‌جز استفاده (شماره ۸).

جدول ۸: آزمون معنی‌داری انواع برنامه‌های تلویزیون در بین همه گروه‌ها

نوع برنامه	اخبار	سریال	ورزشی	سینمایی
سطح معنی‌داری	/۰۲۷	/۰۰۱	/۰۰۰	/۰۰۴

انواع برنامه‌های ماهواره

در استفاده از برنامه‌های ماهواره همه گروه‌های کاربران اینترنتی در استفاده از برنامه‌های ماهواره، به‌جز (شماره ۹).

جدول ۹: آزمون معنی‌داری انواع برنامه‌های ماهواره در بین همه گروه‌ها

انواع برنامه	شو	اخبار	جنسی	سینمایی	ورزشی
سطح معنی‌داری	/۰۰۱	/۰۲۴	/۰۰۰	/۰۰۴	/۰۰۱

وی سی دی و انواع برنامه‌های آن

در استفاده از برنامه‌های وی سی دی همه گروه‌ها در استفاده از وی سی دی و برنامه‌های وی سی دی با یکدیگر تفاوت معنی‌داری دارند (جدول شماره ۱۰).

جدول ۱۰: آزمون تفاوت معنی‌داری انواع برنامه‌های وی سی دی در بین همه گروه‌ها

نوع	وی سی دی	شو	سینمایی ایرانی	سینمایی خارجی	جنسی	علمی
سطح معنی‌داری	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۱۳	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۴

همچنین تأثیر متغیرهای ارتباط جمعی را بر یکدیگر آزمودیم و مشخص شد که استفاده از وسایل مختلف

(sig = 000) و شدت ۰/۳۱، میزان استفاده از کتاب غیردرسی با سطح معنی‌داری ۰/۰۱ (sig = /000) و شدت ۰/۲۸ معنی‌دار شده‌اند؛ یعنی یک رابطه مستقیم بین میزان استفاده از اینترنت و مجله و همچنین رابطه مستقیم بین میزان استفاده از مجله و کتاب غیردرسی وجود دارد.

ب) متغیرهای معنی‌دار شده به وسیله ضریب هم‌بستگی اسپرمن:

متغیر میزان استفاده از وی سی دی با سایر وسایل ارتباط جمعی در رابطه گذاشته شد و متغیرهای ذیل توانستند از آزمون رد عبور کنند:

میزان استفاده از اینترنت با شدت ۰/۳۰، میزان استفاده از تلویزیون با شدت ۰/۲۲، میزان استفاده از سریال با شدت ۰/۲۴، میزان استفاده از برنامه‌های ورزشی از تلویزیون با شدت ۰/۱۷، میزان استفاده از برنامه‌های سینمایی از تلویزیون با شدت ۰/۲۸، میزان استفاده از برنامه‌های خبری با شدت ۰/۱۳، میزان استفاده از مجله با شدت ۰/۱۶، میزان استفاده از ماهواره با شدت ۰/۳۲، میزان استفاده از شو از ماهواره با شدت ۰/۳۷، میزان استفاده از برنامه‌های خبری از ماهواره با شدت ۰/۳۰، میزان استفاده از برنامه‌های جنسی از ماهواره با شدت ۰/۲۷، میزان استفاده از برنامه‌های سینمایی از ماهواره با شدت ۰/۳۷، میزان استفاده از برنامه‌های علمی از ماهواره با شدت ۰/۲۶ معنی‌دار شده‌اند که سطح معنی‌داری همه این متغیرها در سطح ۰/۰۱ (sig = 000) است.

یعنی یک رابطه مستقیم و معنی‌دار بین میزان استفاده از وی سی دی با متغیرهای میزان استفاده از اینترنت، میزان استفاده از تلویزیون، میزان استفاده از برنامه‌های ورزشی از تلویزیون، میزان استفاده از برنامه‌های سینمایی از تلویزیون، میزان استفاده از برنامه‌های خبری، میزان استفاده از مجله، میزان استفاده از ماهواره، میزان استفاده از برنامه‌های جنسی

ارتباط جمعی باعث نمی‌شود که استفاده از دیگر وسایل ارتباط جمعی کاهش یابد، یا به عبارت دیگر، استفاده از ماهواره باعث نمی‌شود که از تلویزیون کمتر استفاده شود و در مواردی هم یک رابطه مثبت معنی‌دار بین آنها برقرار است که متغیرهای معنی‌دار شده به قرار ذیل است:

الف) متغیرهای معنی‌دار شده به وسیله آزمون ضریب هم‌بستگی پیرسون:

۱. متغیر میزان استفاده از ماهواره با متغیر میزان استفاده از اینترنت در سطح معنی‌داری ۰/۰۱ (sig = 000) و شدت ۰/۲۹ معنی‌دار شده‌است و به این معنی است که یک رابطه مستقیم بین میزان استفاده از ماهواره و میزان استفاده از اینترنت وجود دارد.

۲. متغیر میزان استفاده از تلویزیون با متغیرهای زیر معنی‌دار شده‌است:

میزان استفاده از روزنامه با سطح معنی‌داری ۰/۰۱ (sig = 005)، میزان استفاده از مجله با سطح معنی‌داری ۰/۰۱ (sig = /005) و شدت ۰/۱۴+ معنی‌دار شده‌است؛ یعنی یک رابطه مستقیم بین استفاده از تلویزیون و روزنامه و همچنین استفاده از تلویزیون و مجله وجود دارد.

۳. میزان استفاده از روزنامه با متغیرهای زیر معنی‌دار شده‌است:

میزان استفاده از اینترنت با سطح معنی‌داری ۰/۰۵ (sig = /012) و شدت ۰/۱۸، میزان استفاده از مجله با سطح معنی‌داری ۰/۰۱ (sig = 000) و شدت ۰/۴۴ معنی‌دار شده‌است. یعنی یک رابطه مستقیم بین میزان استفاده از اینترنت و روزنامه و همچنین رابطه مستقیم بین میزان استفاده از مجله و روزنامه وجود دارد.

۴. میزان استفاده از مجله با متغیرهای ذیل معنی‌دار شده‌است:

میزان استفاده از اینترنت با سطح معنی‌داری ۰/۰۱

تفاوت معنی‌داری بین چهار گروه و میزان استفاده از ماهواره، میزان استفاده از مجله، میزان استفاده از انواع برنامه‌های ماهواره، به‌جز برنامه علمی و میزان استفاده از وی سی دی حاصل شد.

بین میزان استفاده از ماهواره و اینترنت رابطه مثبت و معنی‌داری برقرار است.

بین استفاده از تلویزیون و روزنامه و مجله رابطه مثبت و معنی‌داری برقرار است.

بین میزان استفاده از روزنامه با میزان استفاده از اینترنت و مجله رابطه مثبت و معنی‌داری برقرار است. بین میزان استفاده از مجله و میزان استفاده از اینترنت و کتاب غیردرسی رابطه معنی‌داری برقرار است.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، تنوع استفاده از وسایل ارتباط جمعی باعث نمی‌شود که میزان استفاده از هر یک از رسانه‌ها مثل تلویزیون و غیره کاهش یابد؛ علاوه بر این، کاربران اینترنتی از غیر کاربران اینترنتی از دیگر وسایل ارتباط جمعی نه تنها کمتر استفاده نمی‌کنند، بلکه به‌طور معنی‌داری در استفاده از روزنامه، مجله، ماهواره و وی‌سی‌دی، بیشتر از غیر کاربران اینترنتی استفاده می‌کنند. نتایج این تحقیق تأییدی است بر گزارش‌هایی که با توجه به دیدگاه استفاده و خشنودی معتقدند که اینترنت نخواهد توانست جانشین دیگر وسایل ارتباط جمعی شود (Nguyen&Western; Robinson; Stemple; Head&Schofield) است.

برطبق عقیده هاویک (Havick)، اینترنت باعث یک منبع جدید برای اینترنت است و اینترنت نخواهد توانست جای سایر وسایل ارتباط جمعی را بگیرد و علاوه بر آن، برخلاف عقیده فیلیپ مایر و برطبق عقاید نگوین و وسترن، روزنامه‌ها در آینده از بین نخواهند رفت.

از ماهواره، میزان استفاده از برنامه‌های سینمایی از ماهواره، میزان استفاده از برنامه‌های علمی از ماهواره وجود دارد.

نتیجه‌گیری

میزان استفاده از تلویزیون در بین کلیه پاسخگویان برابر با ۲۴۰ دقیقه در شبانه‌روز است که این نشان می‌دهد تقریباً کاربران اینترنتی و غیرکاربران اینترنتی به یک میزان از تلویزیون استفاده می‌کنند.

میزان استفاده از ماهواره در بین کلیه پاسخگویان برابر با ۷۹ دقیقه در شبانه‌روز است که سهم استفاده کاربران اینترنتی از غیر کاربران اینترنتی در استفاده از ماهواره به‌مراتب بیشتر است و در بین انواع استفاده از برنامه‌های ماهواره، میزان استفاده از شو از همه بیشتر است که این استفاده در بین کاربران اینترنتی بیشتر از غیر کاربران اینترنتی است.

در استفاده از وی سی دی بیشترین استفاده مربوط به کاربران دختر اینترنتی است که این میزان برابر با ۲/۹۲ است که در حد زیاد است. در بین غیر کاربران اینترنتی، این میزان برابر با ۲/۲۰ است.

در استفاده از روزنامه بیشترین استفاده مربوط به کاربران اینترنتی پسر است با میزان ۹۱ دقیقه در هفته و در کل، پسران از دختران بیشتر روزنامه می‌خوانند.

در استفاده از مجله، در کل، دختران بیشتر از پسران مجله مطالعه می‌کنند و این استفاده در بین کاربران اینترنتی دختر بیشتر از بقیه است.

بیشترین میزان استفاده از کتاب غیردرسی در بین دانش‌آموزان کاربر اینترنتی پسر برابر با ۱۱۳ دقیقه در هفته است که در مجموع، کاربران اینترنتی با ۱۰۳ دقیقه در هفته بیشتر از غیر کاربران اینترنتی کتاب غیردرسی مطالعه می‌کنند.

در قسمت آمار استنباطی فرضیه‌ها آزمون شدند و

است در افزایش یا کاهش استفاده از وسایل ارتباط جمعی مؤثر باشد.

ترجمه احمد تاجیک، نی، تهران؛

مولانا (۱۳۷۶)، رسانه‌ها و فرهنگ، مجموعه مقالات، کتاب سروش، ج ۲، تهران؛

Althaus, S. & D. Tewksbury (2000), "Patterns of Internet and traditional news media use in a networked community" *Political Communication*, 17(1): 21- 45;

Chen, W., J. Boase & B. Wellman, (2002), "The global villagers: comparing Internet users and uses around the world ", In Barry Wellman & Carolyne Haythornthwaite (Eds), *The Internet in everyday life* (pp. 74-113). Oxford: Blackwell;

Dutta-Bergman, M. (2004), "Complementarity in consumption of news types across traditional and new media" *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 48(1): 41-61;

Havick, John (2000), "The impact of the Internet on a television-based society", *Technology in Society*: 273-287;

Head, S.W., C.H. Sterling, L. B. Schofield (1994), *Broadcasting in America*, Boston: Houghton Mifflin Company;

<http://www.pcworld.com/news/article/0,aid,14746,00.asp>

Inteco, (1999) San Francisco, *Bay area tops wired world, Inteco survey finds*,

<http://www.inteco.com/public/pu990201.htm>, Feb 1;

Lee, P. & L. Leung, (2004), *Assessing the displacement effects of the Internet*. Paper presented at- International

الته در تحقیقات بعدی پایگاه اجتماعی- اقتصادی کاربران اینترنتی را نیز باید در نظر گرفت که ممکن

منابع

اولسون و همکاران (۱۳۷۶)، کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، مرکز مطالعات و رسانه‌ها، تهران؛

ساراپ، مادن (۱۳۸۱)، راهنمایی مقدماتی بر پساساخترگرایی و پسامدرنیسم،

Conference on Internet Communication in Intelligent Societies. School of Journalism & Communication, Chinese University of Hong Kong, July 8-10;

Lent, A. (2000, January 11), "Livin' la Vida Internet," *Sure, you've got information close at hand, but what's it do for your quality of life? PC World*. Retrieved 24 November, 2004 from

http://www.firstmonday.org/issues/issue8_9/nguyen/;

Levy, Mark & Sven Windahl (1989), *The concept of audience activity*. In K. Rosengren, L. Wenner & P. Palmgreen (Eds.), *Media gratifications research: current perspectives*. (pp. 109-122). Beverly Hills, CA: Sage Publications;

McQuail, D. (2000), *McQuail's mass communication theory*. Sydney, Australia: Sage Publications;

Meyer, P. (2004), *The vanishing newspaper: saving journalism in the information age*. Columbia, MO: University of Missouri Press;

Nguyen, A. & M. Western, (2006), "The complementary relationship between the Internet and traditional mass media: the case of online news and information Research, paper 259 [Available at

<http://InformationR.net/ir/11-3/paper259.html>];

Nguyen, A. (2003), *The current status and potential*

development of online news consumption: a structural approach. First Monday, 8(9). Retrieved 29 March, 2006;

Nielsen Netratings Reporter. (1999), <http://Nielsen-netratings.com/hot-off.htm>; March 31;

Perse Elizabeth, Douglas Ferguson (2003), "*communication for development Third world*, Sage publication;

Robinson, J., Kestnbaum, M., Neustadt, A. & Alvarez, A. (2000), "Mass media use and social life among Internet users," *Social Science Computer Review*, 18(4): 490-501;

Statistics Norway (2005), "More Internet users, fewer newspaper readers," *Press Release*, April 25. Retrieved 5 June, 2005 from

http://www.ssb.no/english/subjects/07/02/30/medie_en/

Note: the item is no longer available at this location - - a copy of the file is provided at this site;

Stempel, G., T. Hargrove, J. Bernt, (2000), "Relation of growth of use of the Internet to changes in media use from 1995 to 1999," *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(1): 71-79. ■