

بررسی میزان و عوامل مرتبط با بهره‌مندی از اینترنت (مورد مطالعه: شهروندان شهر یزد)

مسعود حاجی‌زاده میمندی^۱، نسیم علی‌آبادی^۲

چکیده

شهر جایگاه ارزشها و نهادهای مدرن است. تقاضا برای دستیابی پردازش و به کارگیری اطلاعات یک ارزش مدرن و شبکه‌ی بین‌المللی اطلاعات یا اینترنت یک نهاد مدرن است. داده‌های تاریخی گواه آن است که شهرها عهده‌دار جایگاه نهادهای مدرن بوده‌اند. ایده‌های شهر الکترونیک، شهرداری الکترونیک، اقتصاد الکترونیک، دولت الکترونیک و غیره گویای نیاز جامعه به استفاده‌ی وسیع علمی از اینترنت است. اینترنت زندگی شهری را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تأثیر قرار داده و برخی از مشکلات اجتماعی جامعه‌ی شهری را کاهش داده، در عین حال زندگی شهری را به خود وابسته کرده است آنچنان که در شرایط کنونی قطع اینترنت بویژه در شهرها، زندگی اجتماعی را دچار اختلال می‌نماید.

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مرتبط با بهره‌مندی شهروندان از اینترنت در شهر یزد انجام شده است. جامعه‌ی آماری این پژوهش را جمعیت ۵۴-۱۷ سال شهر یزد تشکیل داده است که بر اساس سرشماری ۱۳۸۵، ۲۶۷۸۷۰ نفر بوده‌اند، مطابق فرمول کوکران ۳۸۴ نفر از آن‌ها به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای متناسب (pps) انتخاب شدند. تکنیک اصلی گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود که اعتبار آن به روش محتوایی سنجیده شد و برای سنجش پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که برای مفاهیم اساسی پرسشنامه از مقادیر مناسب

mhadjizadeh@yazd.ac.ir

aliabadinasim@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۹۳/۳/۴

۱. دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه یزد

۲. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه یزد

تاریخ وصول: ۹۲/۱۲/۳

برخوردار بود، داده‌های گردآوری شده با استفاده از نرم‌افزار spss مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش نشان داد که میزان بهره‌مندی شهروندان یزدی (۵۴-۱۷ سال) از اینترنت پایین است و این میزان با متغیرهای میزان تحصیلات، پایگاه اقتصادی-اجتماعی، نگرش به فناوری اطلاعات و ارتباطات، رضایتمندی از فناوری اطلاعات و ارتباطات و میزان نیاز به فناوری اطلاعات و ارتباطات دارای رابطه‌ی معناداری است؛ اما با متغیرهای سن، جنس و استفاده از وسایل ارتباط جمعی دارای رابطه‌ی معناداری نیست. نتایج تحلیل رگرسیون گام به گام نشان داد که متغیرهای میزان تحصیلات و نگرش به فناوری اطلاعات و ارتباطات، در مجموع ۲۱/۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته یعنی میزان بهره‌مندی از اینترنت را تبیین می‌کنند.

کلید واژه‌ها: اینترنت، بهره‌مندی، پایگاه اقتصادی-اجتماعی، رضایتمندی، نگرش به فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات، یزد

مقدمه و بیان مسأله

عصر حاضر که در آن شهرنشینی را که با سرعت زیادی در حال گسترش است، باید تلفیقی از ارتباطات و اطلاعات دانست. عصری که بشر در آن بیش از گذشته بویژه در شهرها، خود را نیازمند به داشتن اطلاعات و برقراری ارتباط برای کسب اطلاعات مورد نیاز می‌داند. امروزه با در اختیار داشتن این فناوری مختلف و پیشرفته امکان برقراری سریع ارتباط و تبادل سریع اطلاعات بیش از پیش میسر گردیده است. افراد در هر کجا که باشند می‌توانند آخرین اطلاعات مورد نیاز خود را در هر زمینه‌ای دریافت کنند (اصنافی و حمیدی، ۱۳۸۴: ۱). اکنون با گذشت ۳۷ هزار سال از پیدایش جامعه‌ی بسیار سنتی در دوره‌ی فرضی وجود زبان (کرومانیون) (سمیعی، ۱۳۸۳: ۵۵)، به جامعه‌ی نوین اطلاعاتی رسیده‌ایم جامعه‌ای که تار و پود آن از اطلاعات و نظام ارتباطات الکترونیک تشکیل شده است (کاستلز، ۱۳۸۲: ۲۲). جامعه‌ی اطلاعاتی کنونی جامعه‌ای شهرمحور است و اینترنت، امروزه به عنوان مهم‌ترین ابزار استراتژیک برای خدمت‌رسانی در حوزه‌ی شهری تبدیل شده است.

اینترنت امروزه شبکه‌ی عظیمی است که شبکه‌های کوچک و بزرگ کامپیوتری تجاری،

سازمانی، آژانس‌های دولتی، و مدارس سراسر دنیا را به صورت سریع، یکپارچه و ارزان از طریق خطوط تلفن، فیبر نوری، خطوط ماهواره‌ای، و یا سایر محیط‌های انتقال به هم متصل کرده است. اینترنت با مجموعه‌ای از ویژگی‌های خاص خود از جمله: سرعت بالا، ارزان بودن، و تنوع خدمات ارائه شده از سوی آن به سرعت در بین کاربران رواج یافت و امروزه بیش از ۱/۵ میلیارد نفر کاربر در سراسر جهان از اینترنت استفاده می‌کنند (درهمی و اعلم، ۱۳۸۸: ۳۴-۳۵). بسیاری از افراد اینترنت را مهم‌ترین ابزار اطلاع‌رسانی و اطلاع‌یابی در جوامع اطلاعاتی امروزی می‌دانند که بیش‌تر از دیگر رسانه‌ها فعالیت‌های روزمره را تحت تأثیر خود قرار داده است (جوکار و نعیمی، ۱۳۸۷: ۲۲۴).

ایران از لحاظ فضای الکترونیکی و بهره‌مندی از اینترنت در سطح دنیا از شاخص متوسطی برخوردار است؛ همچنین در میان کشورهای هم‌پراز خود از ترکیه و کره‌ی جنوبی پایین‌تر و تنها از مصر بالاتر است. ضریب نفوذ اینترنت نیز شاخص تعیین میزان دسترسی اهالی جامعه به اینترنت محسوب می‌شود، ضریب نفوذ کاربران اینترنت در ایران با رسیدن به ۴۳ درصد در سال ۹۱، از ۸ سال پیش تاکنون ۳/۹ درصد افزایش یافته است.^۳ در شهر یزد ضریب نفوذ اینترنت ۴۸ درصد است یعنی؛ از ۱۰۰ نفر، ۴۸ نفر به اینترنت دسترسی دارند (شرکت مخابرات استان یزد، ۱۳۹۱).

اهمیت، جایگاه و چگونگی استفاده از رایانه، اینترنت و فناوری اطلاعات، یکی از زمینه‌های پژوهشی و نظری در تحلیل‌های اجتماعی تلقی شده و حوزه‌های جدید نظری و پژوهشی در علوم اجتماعی نوین را به خود اختصاص داده است (مختاری نوری، ۱۳۸۹: ۲۶). از آنجا که نمونه‌ی مورد بررسی بیشتر پژوهش‌ها در زمینه‌ی استفاده از اینترنت استادان و دانشجویان هستند، در این پژوهش بهره‌مندی از اینترنت در بین شهروندان بررسی شده است. با توجه به اهمیت این مقوله پژوهش حاضر درصدد است بدین سؤال اساسی پاسخ گوید:

میزان بهره‌مندی شهروندان یزدی از اینترنت در شهر یزد چه اندازه است و عوامل مرتبط

^۳ <http://www.www.vivannews.com/Pages/News-23135.aspx>

^۴ <http://www.Yazdtelecom.ir>

با آن کدامند؟

هدف کلی این پژوهش بررسی میزان بهره‌مندی شهروندان یزدی از اینترنت و عوامل مرتبط با آن است زیرا شناخت میزان بهره‌مندی از اینترنت و عوامل مرتبط با آن، امکان ارتقای فرهنگ استفاده از اینترنت را فراهم می‌سازد و مدیران شهری را به تلاش برای فراهم کردن زمینه‌های تحقق شهر الکترونیک مصمم‌تر می‌نماید. ضریب نفوذ اینترنت امروزه یکی از شاخص‌های توسعه و حرکت از شهرهای سنتی با مشکلات اجتماعی بسیار که عملاً این شهرها را به قفس‌های انسانی تبدیل کرده است، به سمت شهرهای هوشمند، دیجیتال و سالم است که قاعدتاً از دغدغه‌های مدیریت علمی و خردمندانه شهری است.

پیشینه‌ی پژوهش

پژوهش خارجی

هولکومب^۵ (۲۰۰۰) به منظور تعیین عوامل مؤثر بر پذیرش اینترنت در تدریس توسط معلمان کشاورزی در کشور کانادا دریافت که نگرش معلمان به اینترنت و برداشت آن‌ها از مزیت نسبی، قابلیت مشاهده، آزمون‌پذیری و پیچیدگی اینترنت، بر پذیرش و کاربرد اینترنت در فعالیت‌های آموزشی تأثیر دارد. در این مطالعه سال‌های تجربه‌ی تدریس معلمان نیز به عنوان عامل مؤثر شناخته شد (هولکم، ۲۰۰۰).

چه‌اونگ^۶ (۲۰۰۲)، در مقاله‌ی «پذیرش اینترنت در ماکائو» به بررسی خصوصیات کاربران و غیر کاربران اینترنت پرداخت؛ نتایج بررسی او نشان داده است که بیشتر کاربران اینترنت در مقایسه با غیر کاربران مذکر و نیز جوان‌ترند و از تحصیلات بالاتر و درآمد ماهانه‌ی خانوادگی بیشتری برخوردارند. متغیرهای میزان تحصیلات، جنسیت، درآمد، و میزان تجارب افراد از شاخص‌های مهم در پیش‌گویی استفاده‌ی آن‌ها از اینترنت به شمار می‌روند اما متغیرهای استفاده از رسانه‌های گروهی سنتی و میزان اهمیت اینترنت از نظر کاربر پیش‌گویی کننده‌های معناداری نبودند. میزان تأثیر نسبی متغیرهای مستقل (مانند

⁵. Holcombe

⁶. Cheong

میزان استفاده از رسانه و میزان ارزشی که کاربر برای اینترنت قائل است) بر متغیر استفاده از اینترنت با فنون آماری رگرسیون و همبستگی بررسی شده است. باید یادآور شد که در مقاله‌ی یاد شده مدت زمان استفاده از اینترنت در هر هفته به صورت متغیر وابسته مورد نظر بوده است. براساس نتایج به دست آمده متغیر استفاده از رسانه با استفاده از اینترنت رابطه‌ای ضعیف داشت؛ همچنین از میان معیارهای مربوط به استفاده از رسانه، فقط معیار استفاده از اینترنت پیش‌گویی کننده‌ای معنادار برای برآورد متغیر وابسته بوده و بین متغیر ارزش قائل شدن برای اینترنت و متغیر استفاده از اینترنت نیز رابطه‌ی معناداری وجود نداشته است. از میان متغیرهای مربوط به نگرش کاربر نسبت به اینترنت تنها متغیر نگرش و برداشت ذهنی کاربر در مورد مؤثر بودن اینترنت با متغیر استفاده از اینترنت رابطه‌ای مثبت و معنادار داشته است. متغیرهای جنسیت، درآمد ماهانه خانوار و سطح تحصیلات نیز دارای رابطه‌ای مثبت با متغیر استفاده از اینترنت بوده‌اند اما سن نیز پیش‌گویی کننده‌ای برای برآورد متغیر وابسته شناخته نشد (چه اونگ، ۲۰۰۲: ۱۸-۱۱).

در مطالعه‌ی تیلور و همکارانش (۲۰۰۲) عوامل اقتصادی-اجتماعی مؤثر بر الگوهای کاربرد اینترنت در خانه در کوئینزلند مرکزی استرالیا را مطالعه کردند. این الگوها عبارتند از: کار، آموزش، تفریح، جستجوی اطلاعات، پست الکترونیک، مدیریت مالی خانه، خرید آنلاین و شبکه‌سازی جامعه‌ی محلی؛ برخی از عوامل اقتصادی-اجتماعی نیز مشخصات فردی کاربران مانند محل اقامت، جنسیت، سن، سطح تحصیلات، وضعیت تأهل، تعداد فرزندان، مالکیت خانه، درآمد خانوار و وضعیت اشتغال را شامل می‌شدند. در این تحقیق، همبستگی عوامل جمعیتی و اقتصادی-اجتماعی با الگوهای کاربرد اینترنت در خانه در کوئینزلند مرکزی استرالیا مشخص شده است (تیلور و همکاران، ۲۰۰۳: ۲۴۲-۲۳۳).

یعقوبی و شمسایی (۲۰۰۴) طی تحقیقی به این نتیجه رسیدند که پاسخگویان نگرش مثبتی به اینترنت دارند و رابطه‌ی مثبت و معناداری بین استفاده از اینترنت و خصوصیات از قبیل سن، مهارت در زبان انگلیسی، مهارت رایانه‌ای، فعالیت‌های تحقیقاتی، تعداد آثار علمی و سابقه‌ی شغلی آن‌ها وجود دارد.

ویزوگلو و دیگران (۲۰۰۴) در پژوهشی با تأیید رابطه میان جنسیت و هدف استفاده از اینترنت در میان دانش‌آموزان دبیرستانی در آنکارا (ترکیه) به یک بررسی مقطعی پرداختند. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که ۸۶ درصد از دانش‌آموزان از اینترنت در خانه استفاده کرده‌اند و تفاوت‌های معناداری میان جنسیت و میزان و هدف استفاده از اینترنت وجود دارد؛ به طوری که استفاده روزانه و هفتگی از اینترنت در میان دانش‌آموزان پسر بیشتر از دانش‌آموزان دختر بوده است (ویزوگلو، اسلان، گورمز، اونلوگوزل، اوزمری، آکوس و گولر، ۲۰۰۴).

پژوهش داخلی

یعقوبی (۱۳۸۰) در پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر پذیرش و کاربرد اینترنت در فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی هیأت علمی و دانشجویان تحصیلات تکمیلی» به این نتایج دست یافت:

- ۱- بین نگرش نسبت به پیچیدگی اینترنت و میزان استفاده از آن رابطه‌ای منفی وجود دارد.
- ۲- بین نگرش نسبت به مزیت اینترنت و میزان استفاده از آن رابطه‌ای مثبت وجود دارد.
- ۳- آشنایی با زبان انگلیسی در میزان استفاده از اینترنت مؤثر می‌باشد (یعقوبی، ۱۳۸۰).
زمانی و نوریان (۱۳۸۲) در تحقیق خود «بررسی نظرات دانشجویان دانشگاه اصفهان درباره‌ی اثرات مثبت و منفی استفاده از اینترنت» به این نتایج دست یافتند که استفاده از منابع جدید و روزآمد علمی در اینترنت مورد توجه دانشجویان است و به طور معناداری در ایجاد انگیزه و بهبود کیفی علمی آنان مؤثر بوده است. استفاده از اینترنت در دانشجویان به طرق مختلف ایجاد انگیزه کرده است و این انگیزه در تحقیق و پژوهش درباره‌ی رشته مورد علاقه و انجام هر چه بهتر تا پایان‌نامه‌های آنان مؤثر بوده است. از سوی دیگر از آن جایی که مطالب موجود در اینترنت به زبان انگلیسی است، این امر موجب تقویت زبان خارجی آنان شده و در پیشرفت کیفی آنان بسیار مؤثر بوده است (زمانی و نوریان، ۱۳۸۴).

هزارجریبی و باقرپور (۱۳۸۶) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی میزان استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشجویان پیام نور و ارائه‌ی الگویی برای استفاده‌ی بهینه» نشان دادند که بین سن و میزان استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در میان دانشجویان دانشگاه پیام نور رابطه‌ی معناداری وجود دارد. همچنین وضعیت اقتصادی دانشجویان در میزان استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات مؤثر است. از سوی دیگر بین وضعیت اجتماعی دانشجویان در میزان استفاده از رایانه رابطه‌ای وجود ندارد، اما بین وضعیت اجتماعی دانشجویان و میزان استفاده از اینترنت رابطه‌ی معناداری مشاهده می‌شود. جنسیت از عوامل کم اثر و رشته تحصیلی از عوامل بی‌اثر در میزان استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات است (هزارجریبی و باقرپور، ۱۳۸۶).

عنایتی و دیگران (۱۳۹۰) در مقاله‌ی خود: «چگونگی استفاده از اینترنت به وسیله‌ی دبیران دبیرستان‌های شهرستان نوشهر» دریافتند که استفاده از اینترنت به وسیله‌ی دبیران در شش عامل اصلی نیازمندی‌ها، علمی و درسی، سرگرمی، خرید، وقت‌گذرانی و مالی قرار دارد. همچنین چگونگی استفاده از اینترنت تحت تأثیر مقدار آشنایی دبیران با اینترنت می‌باشد، ولی از جنسیت تأثیر نمی‌پذیرد (عنایتی و دیگران، ۱۳۹۰).

جعفری و دیانی در تحقیق خود: «بررسی میزان و چگونگی استفاده از اینترنت توسط دانشجویان دانشگاه کابل و عوامل مؤثر و بازدارنده» نشان دادند که بین میزان ساعت‌های استفاده از اینترنت مهارت‌های اینترنتی دانشجویان و میزان تجربه‌ی استفاده از اینترنت تفاوت معناداری وجود دارد. اما بین میزان ساعت‌های استفاده و شرکت در دوره‌های آموزشی اینترنت دانشگاه، نوع سکونت دانشجویان، داشتن رایانه‌ی شخصی و جنسیت کاربران، رابطه‌ی معناداری وجود ندارد. کمبود تعداد رایانه به نسبت دانشجویان، دسترسی نداشتن به اینترنت در همه‌ی دانشکده‌ها و سرعت کم اتصال، از جمله عوامل بازدارنده‌ی استفاده از اینترنت در داخل دانشگاه کابل و هزینه و قیمت زیاد دسترسی به اینترنت، نبود برق دائمی در کابل و سرعت کم اتصال به اینترنت، از جمله موانع و عوامل بازدارنده استفاده از اینترنت در خارج از دانشگاه کابل اعلام شده است.

چارچوب نظری

رویکردهای غالب در بررسی تأثیرها اجتماعی و روانی تکنولوژی‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی بر جامعه را در دو دسته‌ی تکنولوژیکی و اجتماعی می‌توان قرار داد. رویکردهای تکنولوژیک نقش رسانه‌های جدید را در روابط و تبعات اجتماعی آن تعیین‌کننده می‌دانند و در بررسی نهایی تکنولوژی را شکل‌دهنده‌ی روابط اجتماعی و شکل‌های تحول آن تلقی می‌نمایند (ذکایی، ۱۳۸۳: ۴).

نظریه‌ی استفاده و رضایتمندی

در واقع از محدود نظریه‌هایی که نیازهای روانی و اجتماعی مخاطبان را، عامل استفاده‌ی آنان از رسانه‌ها می‌داند نظریه‌ی استفاده و رضایتمندی است.

نظریه‌ی «استفاده و رضایتمندی»^۷ در واقع نظریه‌ی رایج در مطالعات توصیفی و اکتشافی در خصوص نحوه‌ی استفاده‌ی افراد از رسانه‌ها و تأثیر این استفاده بر رفتار آنهاست (ذکایی، ۱۳۸۳: ۵).

سؤال اساسی این نظریه این است که «چرا مردم از رسانه‌های نو استفاده می‌کنند و آنها را برای چه منظوری به کار می‌برند؟» (مک کوئیل، ۱۳۸۲: ۱۰۴) در واقع رویکرد استفاده و رضایتمندی متضمن تغییر کانون توجه از مقاصد ارتباط‌گر (مرتبط) به مقاصد دریافت‌کننده است. این رویکرد می‌کوشد معلوم نماید ارتباط جمعی چه کارکردهایی برای افراد مخاطب عرضه می‌کند.

بنا بر نظر اکثر پژوهشگران نظریه‌ی استفاده و رضایتمندی ریشه در کارکردگرایی، بویژه کارکردگرایی ساختاری فردگرایانه دارد. در این گونه کارکردگرایی بر نیازهای کنش‌گران و ساختارهای بزرگ (مانند نهادهای اجتماعی، ارزش‌های فرهنگی) به دلیل پاسخ‌های کارکردی و نیازهای متعلق به آن تأکید می‌شود. در واقع جامعه‌شناسی کارکردگرایانه رسانه‌ها را برآورده نیازهای گوناگون جامعه نظیر همبستگی، استمرار فرهنگی، کنترل اجتماعی و نیاز به گردش وسیع انواع اطلاعات عمومی می‌داند و خود مفروض بر این پیش فرض است که افراد هم‌همه‌ی رسانه‌ها را برای مقاصد متناظر، از جمله برای کسب راهنمایی، آرامش، سازگاری، اطلاعات و شکل‌گیری هویت شخص به‌کار می‌گیرند

⁷ Use and gartification

(مک کوئیل، ۱۳۸۲: ۱۰۴).

اما رویکرد استفاده و رضایتمندی، نخستین بار در مقاله‌ای از الیهوکاتز^۸ (۱۹۵۹) توصیف شد. در آن مقاله کاتز به این ادعای برنارد برلسون^۹ (۱۹۵۹)، که حوزه‌ی پژوهش ارتباطات به نظر مرده می‌آید پاسخ داد. کاتز استدلال کرد حوزه‌ای که مشرف به موت است مطالعه‌ی ارتباط جمعی با عنوان متقاعدسازی است و بیشتر پژوهش‌های ارتباطی تا آن زمان معطوف به تحقیق درباره‌ی آثار پیکارهای اغنایی بر روی مخاطبان بوده است، هدف این نوع پژوهش پاسخ به این پرسش بوده «مردم با رسانه‌ها چه می‌کنند؟» خود را نجات دهد.

فرض اصلی الگوی استفاده و رضایتمندی این است که افراد مخاطب کم و بیش به صورت فعال به دنبال محتوایی هستند که بیشترین رضایت را فراهم کند. درجه‌ی این رضایت به نیازها و علایق فرد بستگی دارد. افراد هر قدر بیشتر احساس کنند که محتوایی نیاز آنان را برآورده می‌کند، احتمال اینکه آن محتوا را انتخاب کنند بیشتر است. الگوی این رویکرد را بلامر^{۱۰} و کاتز (۱۹۷۴) در نموداری ارائه داده‌اند. در الگوی بلامر و کاتز، نیازهای افراد از پس‌زمینه‌های اجتماعی و روانشناختی آنان ریشه می‌گیرند و افراد به جستجوی رسانه‌ای می‌پردازند که بتواند نیازهای آنان را برآورده سازد. برآورده شدن نیاز به رضایت مخاطب و استفاده بیشتر از آن رسانه منجر می‌شود در غیر این صورت مخاطبان به جستجوی رسانه‌های دیگری می‌پردازند.

هم‌زمان با بلامر و کاتز، روزنگرن^{۱۱} نیز مدل خود را در این باره ارائه داد. مدل روزنگرن با تکیه بر مفهوم نیازها یا خواسته‌های اولیه انسانی آغاز می‌شود، سپس به توصیف مراحل می‌پردازد که در آن برخی نیازها تبدیل به مشکل می‌شود و جستجو برای یافتن «راه‌حل‌های» احتمالی را گسترش می‌دهد و به ایجاد «انگیزه‌ها» می‌انجامد. در این جا برخی انگیزه‌ها در نهایت به استفاده از رسانه‌ها منتهی می‌شوند؛ در حالی که انگیزه‌های

⁸. E. Katz

⁹. Bernsrd Berelson

¹⁰. Blumer

¹¹. Rosengren. K. E.

دیگر راه‌حلهایی چون اشکال غیررسانه‌ای (مانند روابط اجتماعی شخصی یا گردش در بیرون از خانه) رواج می‌دهند (مک‌کوئیل، ۱۳۸۲: ۱۰۵).

همچنان که ذکر شد انگیزه‌ها از نیازها ناشی می‌شوند و جنبه‌های کنشی آن‌ها را تشکیل می‌دهند. در باب انگیزه‌ها طبقه‌بندی‌های گوناگونی پیشنهاد شده است، یکی از معروف‌ترین آن‌ها طبقه‌بندی مک‌کوئیل و همکاران (۱۹۷۲) است که ابعاد زیر را در برمی‌گیرد:

۱- آگاهی: مشورت‌خواهی، جهت‌گیری درباره‌ی رویدادهای مختلف محیط، یادگیری
۲- هویت شخصی: کسب خودآگاهی، یافتن الگوهای رفتار، تقویت ارزش‌های شخصی
۳- یگانگی و کنش متقابل اجتماعی: آگاهی از شرایط دیگران، فراهم کردن امکان برقراری رابطه با دیگران، آگاهی از چگونگی ایفای نقش خود و ایجاد پایه‌ای برای کنش متقابل اجتماعی

۴- فراغت: آرامش، دوری از مشکلات روزمره، پر کردن وقت، ارضای نیازهای جنسی. در واقع مخاطبان برای ارضای بخشی از نیازهای خود به رسانه‌ها مراجعه می‌کنند و کارکرد رسانه‌ها پاسخگویی به نیازهای مخاطبان است. رسانه‌ای در جذب و نگه‌داری مخاطبان موفق خواهد بود که بتواند به نیازهای آنان پاسخ دهد؛ به بیان دیگر ارضای مخاطب پس از استفاده از رسانه به رضایتمندی او منجر خواهد شد. اما محققان این رضایتمندی مخاطبان را به گونه‌های مختلف تقسیم کرده‌اند. برخی از رضایتمندی‌های «فوری» و «تأخیری» سخن گفت‌اند؛ بعضی دیگر رضایتمندی‌ها «اطلاعاتی-آموزشی» و «تخیلی-فراغتی (تفریحی)» خوانده‌اند. اما نظریه استفاده و رضایتمندی عمدتاً متوجه رضایتمندی‌هایی بوده است که نتیجه‌ی استفاده‌اند و کمتر «استفاده» را فی‌نفسه به عنوان هدف در نظر گرفته است. با وجود این برخی محققان میان «رضایتمندی محتوایی» و «رضایتمندی فراگردی» تمایز قائل می‌شوند، در رضایتمندی محتوایی خود پیام‌ها خشنود کننده‌اند. در مقابل، رضایتمندی فراگردی به جای اینکه حاصل محتوا باشد حاصل فراگرد ارتباط است. در چنین حالتی استفاده برای شرکت در فراگرد ارتباط ارزش بیشتری قائل است تا برای دریافت پیامهای معین؛ رضایتمندی فراگردی وقتی روی

می‌دهد که نفس استفاده از رسانه‌ها به عنوان یک فعالیت مورد نظر باشد. نوعی دیگر از تقسیم‌بندی رضایتمندی مخاطبان تقسیم آن به رضایتمندی‌های مطلوب و مکتسب است. پژوهشگران رویکرد استفاده و رضایتمندی، دریافته‌اند که بین رضایتمندی‌های مطلوب و رضایتمندی‌هایی که مخاطبان کسب می‌کنند همبستگی نسبتاً زیادی وجود دارد؛ به بیان دیگر اندازه‌گیری اختلاف میان رضایتمندی‌های مطلوب و رضایتمندی‌های مکتسب از یک ماجرا یا محتوای معین نشان‌دهنده‌ی این نکته است که هرچه فاصله میان این دو کمتر باشد احتمال اینکه مخاطب برای این ماجرا یا محتوا ارزش بیشتری قائل شود زیادتر است.

فضای مجازی اینترنت آغازگر دوره‌ای است که در آن رسانه و مخاطب توأمان تغییر مفهوم داده‌اند. از منظر رسانه‌ای اینترنت چند رسانه‌ای شده و در آن متن نوشتاری، صوتی و تصویری حضور دیالکتیکی پویایی دارد. کاربران اینترنت نسبت به مخاطبان رسانه‌های سنتی چون تلویزیون و رادیو دارای درجه‌ی بسیار بالاتری از فعالیت و تعامل را در ارتباط با سایت‌ها و سایر فضاهای تعریف شده اینترنتی هستند. کاربر در استفاده از اینترنت اختیار افزون شده‌ای در استفاده کردن یا نکردن از رسانه دارد و میزان رضایتمندی کاربر و احساس ارضای نیازهای تعریف شده‌اش در این فضای جدید رسانه‌ای غیر قابل چشم‌پوشی است (آقابابایی و دیگران، ۱۳۸۷: ۳).

نظریه‌ی نیازهای مازلو

آبراهام مزلو (۱۹۰۸-۱۹۷۰) روان‌شناس معروف، ایده‌ی سلسله مراتب نیازها را در کتاب خود به نام «انگیزه‌ی پیشرفت» در سال ۱۹۴۳ مطرح نمود (شولتز، ۱۳۸۴: ۳۵۷). به عقیده‌ی مزلو، هر فرد دارای تعدادی نیازهای ذاتی است که فعال‌کننده و هدایت‌کننده‌ی رفتارهای اوست. این نیازها غریزی‌اند یعنی ما با آنها به دنیا می‌آیم اما رفتارهایی که ما برای ارضای آنها به کار می‌بریم، اکتسابی هستند (کریمی، ۱۳۸۴: ۱۷۲)؛ این نیازها براساس اهمیت، به ترتیب زیر قرار می‌گیرند:

۱- نیازهای فیزیولوژیکی: این نیازها شامل ابتدایی‌ترین و اساسی‌ترین نیازهایی هستند

که برای ادامه‌ی بقا ضرورت دارند: مثل آب، هوا، غذا و خواب. مزلو عقیده داشت تا این‌ها برآورده نشوند بقیه‌ی نیازها در اولویت قرار نمی‌گیرند.

۲- نیازهای امنیتی: این‌ها نیز برای بقا اهمیت دارند، اما به اهمیت نیازهای فیزیولوژیکی نیستند. نمونه‌هایی از نیازهای امنیتی عبارت است از تمایل به داشتن شغل ثابت، بیمه پزشکی، همسایگان بی‌خطر و سر پناهی در مقابل محیط.

۳- نیازهای اجتماعی؛ این نیازها شامل وابستگی، تعلق خاطر، عشق و عاطفه است. به عقیده‌ی مزلو این نیازها کمتر از نیازهای فیزیولوژیکی و نیازهای امنیتی اساسی هستند. روابط دوستانه، وابستگی عاطفی و روابط خانوادگی به ارضا این نیازها کمک می‌کند. عضویت در گروه‌های اجتماعی، محلی و مذهبی نیز چنین اثری دارد.

۴- نیازهای احترامی؛ پس از ارضای نیازهای قبلی نیاز به مورد احترام واقع شدن، اهمیت فزاینده‌ای می‌یابد. این نیازها شامل نیاز به چیزهایی است که احترام به خود، ارزش‌های شخصی، شناخت اجتماعی و پیشرفت، انعکاس می‌یابد.

۵- نیازهای خودشکوفایی که بالاترین نیازها در سلسله مراتب مزلو است. انسان‌های خودشکופا افرادی هستند خودآگاه، علاقه‌مند به رشد شخصی، کم توجه به عقاید دیگران و علاقه‌مند به ارضای توانایی‌های بالقوه‌ی خود. مزلو عقیده داشت که این نیازها مشابه غرایز انسانی هستند و نقش عمده‌ای در رفتار انگیزشی دارند. نیازهای فیزیولوژیکی، امنیتی، اجتماعی و احترامی به نام نیازهای کمبود یا نیازهای کاستی هستند، به این معنی که این نیازها به دلیل محرومیت به وجود می‌آیند. برآورده کردن این نیازهای سطح پایین‌تر به منظور اجتناب از احساسات یا پیامدهای ناخوشایند اهمیت دارد. مزلو بالاترین سطح هرم نیازها را نیاز رشد می‌نامد. نیازهای رشد به دلیل کمبود یا محرومیت از چیزی به وجود نمی‌آیند بلکه تمایل رشد از سوی یک فرد هستند. با توجه به نظریه‌ی نیازها و نیازهای مطرح شده در این تحقیق، رابطه بین میزان نیاز به فناوری اطلاعات و ارتباطات و میزان بهره‌مندی از فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز مورد بررسی قرار گرفت.

فرضیات پژوهش

- ۱- میزان بهره‌مندی از اینترنت در شهر یزد پایین است.
- ۲- بین متغیرهای جمعیت‌شناختی (سن، جنس و پایگاه اقتصادی- اجتماعی) و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه وجود دارد.
- ۳- بین جنسیت و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه وجود دارد.
- ۴- بین میزان تحصیلات و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه وجود دارد.
- ۵- بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی شهروندان و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه وجود دارد.
- ۶- بین میزان نیاز به فناوری اطلاعات و ارتباطات و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه وجود دارد.
- ۷- بین رضایتمندی شهروندان از فناوری اطلاعات و ارتباطات و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه وجود دارد.
- ۸- بین نگرش به فناوری اطلاعات و ارتباطات و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

روش به کار رفته در این بررسی به لحاظ شکل گردآوری و شیوه‌ی تحلیل داده‌ها، روش پیمایشی محسوب می‌شود. همچنین با در نظر گرفتن معیار کاربرد از تحقیقات کاربردی است. جامعه‌ی آماری عبارت است از همه‌ی اعضای واقعی یا فرضی که علاقه‌مند هستیم یافته‌های پژوهش را به آن‌ها تعمیم دهیم و لازمه‌ی نمونه‌گیری دقیق تعریف جامعه‌ی مورد نظر است. جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر شامل کلیه‌ی افراد ۱۷-۵۴ سال شهر یزد است که تعداد کل آنان بر اساس برآوردهای جمعیتی حاصل از سرشماری سال ۱۳۸۵، برابر با ۲۶۷۸۷۰ هزار نفر بود. در این تحقیق از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای متناسب (PPS) استفاده گردید؛ بدین صورت که ابتدا سه منطقه‌ی شهرداری یزد به عنوان سه خوشه‌ی اصلی و در مرحله‌ی بعد خیابان‌ها و میادین اصلی هر منطقه از شهرداری در حکم بلوک برای خوشه‌ها در نظر گرفته شد و در مرحله آخر پاسخگویان به روش تصادفی مورد مطالعه قرار گرفتند. تعداد حجم نمونه براساس فرمول نمونه‌گیری کوکران

با دقت برآورد ۵ درصد، و سطح اطمینان ۹۵ درصد مشخص شد که با توجه به فرمول کوکران ۳۸۴ نفر مشخص گردید. ابزار مورد استفاده در این پژوهش، پرسشنامه بوده است. پرسشنامه پس از احراز اعتبار و پایایی آن در مراحل مقدماتی تحقیق برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز در مرحله نهایی مورد استفاده قرار گرفت. اعتبار پرسشنامه از طریق اعتبار محتوا سنجیده شده است، بدین صورت که سؤال‌های پرسشنامه به چند تن از استادان گروه جامعه‌شناسی دانشگاه یزد برای داوری ارائه شد. برای آزمون پایایی پرسشنامه شیوه‌های متفاوتی وجود دارد. در تحقیق حاضر با استفاده از داده‌های آزمون مقدماتی (پیش‌آزمون) و به کمک کامپیوتر و نرم‌افزار SPSS، میزان آلفای کرونباخ برای متغیرهایی که به صورت سازه تهیه شده بودند محاسبه گردید.

شیوه‌ی تجزیه و تحلیل داده‌ها

در مطالعاتی که انسان‌ها موضوع آن هستند جمع‌آوری اطلاعات در مورد تعداد آن‌ها در نمونه، توزیع فراوانی، دامنه و میانگین متغیرهای جمعیتی بسیار مفید خواهد بود. در این تحقیق برای توصیف داده‌ها از جدول توزیع فراوانی استفاده خواهد شد. جداول از مهم‌ترین ابزار برای سنجش و اندازه‌گیری داده‌های یک تحقیق انسانی-اجتماعی به شمار می‌آیند. هدف نهایی جدول کمی و مورد سنجش ساختن واقعیت مورد مطالعه تا سر حد امکان و ارائه‌ی تصویری دقیق از آن است. برای ارزیابی تعمیم‌پذیری یافته‌های حاصل از تحلیل نمونه به جمعیت آماری که این نمونه از آن انتخاب شده است، از آمار استنباطی استفاده می‌شود. پس محقق، پس از توصیف داده‌ها به دنبال استنتاج الگوهای جامعه‌ی آماری از الگوهای جمعیت نمونه‌ای است که از آن جامعه گرفته شده است؛ به عبارت دیگر او می‌خواهد بداند آیا الگوها و روابط مشاهده شده در نمونه برای کل جمعیت هم کاربرد دارد یا نه و از این طریق به تبیین واقعیت برسد.

۶. یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

حداقل سن پاسخگویان ۱۷ سال و حداکثر آن ۵۴ سال است و این دامنه‌ی سنی به پنج گروه تقسیم شده که شامل گروه سنی ۱۷-۲۴ سال، ۲۵-۳۲ سال، ۳۳-۴۰ سال، ۴۱-۴۸ سال، ۴۹-۵۴ سال است.

سال و ۵۴-۴۹ سال است. یافته‌های پژوهش نشان دهنده‌ی آن است که ۳۱/۵ درصد از پاسخگویان در گروه سنی ۲۴-۱۷ سال، ۲۶/۳ درصد در گروه سنی ۳۲-۲۵ سال، ۲۰/۳ درصد در گروه سنی ۴۰-۳۳ سال، ۱۶/۴ درصد در گروه سنی ۴۸-۴۱ سال، ۵/۵ درصد در گروه سنی ۵۴-۴۹ سال قرار داشتند. بر اساس اطلاعات به دست آمده اکثر پاسخگویان (۳۱/۵ درصد معادل ۱۲۱ نفر) در گروه سنی ۱۷ تا ۲۴ سال و کمترین تعداد (۵/۵ درصد یعنی ۲۱ نفر) در گروه سنی ۴۹ تا ۵۴ سال هستند. میانگین سن پاسخگویان ۳۱/۳۳ سال، میانه‌ی سنی ۲۹/۵۰ سال و نما ۲۶ سال بود. همچنین ۵۴/۹ درصد از پاسخگویان مرد و ۴۵/۱ درصد از آنان زن بودند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که ۲۶/۸ درصد از پاسخگویان تحصیلات زیردیپلم و دیپلم، ۵۶/۸ درصد فوق‌دیپلم و لیسانس، ۱۶/۴ درصد فوق‌لیسانس و بالاتر داشتند؛ در واقع اکثر پاسخگویان (۵۶/۸ درصد یعنی ۲۱۸ نفر) دارای تحصیلات فوق‌دیپلم و لیسانس می‌باشند. اکثر حجم نمونه یعنی ۵۸/۱ درصد پاسخگویان از نظر مرتبه پایگاهی در طبقه‌ی متوسط، ۲۹/۷ درصد در طبقه‌ی بالا و مابقی متعلق به طبقه‌ی پایین هستند.

یافته‌های استنباطی پژوهش

بررسی فرضیه‌ی اول: میزان بهره‌مندی از اینترنت در شهر یزد پایین است.

جدول (۱): توزیع فراوانی جمعیت نمونه برحسب استفاده از اینترنت در شبانه‌روز

استفاده از اینترنت	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
کمتر از ۱ ساعت	۱۴۸	۳۸/۵	۳۸/۵	۳۸/۵
۱ تا ۳ ساعت	۹۳	۲۴/۲	۲۴/۲	۶۲/۸
۴ تا ۶ ساعت	۸۸	۲۲/۹	۲۲/۹	۸۵/۷
بیش از ۶ ساعت	۵۵	۱۴/۳	۱۴/۳	۱۰۰/۰
جمع	۳۸۴	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	

همان‌گونه که در جدول فوق ملاحظه می‌شود میزان بهره‌مندی اکثریت پاسخگویان (۳۸/۵ درصد) از اینترنت کمتر از یک ساعت است. بنابراین فرضیه اول میزان بهره‌مندی شهروندان از اینترنت پایین است مورد تأیید قرار می‌گیرد.

بررسی فرضیه‌ی دوم: بین سن و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه وجود دارد.

جدول (۲): رابطه‌ی سن و میزان بهره‌مندی از اینترنت

منبع واریانس	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره f	سطح معناداری
بین گروهی	۳۷۹/۶۱۳	۳	۱۲۶/۵۳۸	۱/۲۵۸	۰/۲۸۹
درون گروهی	۳۸۲۲۴/۶۹۷	۳۸۰	۱۰۰/۵۹۱		
کل	۳۸۶۰۴/۳۱۰	۳۸۳			

با توجه به اطلاعات جدول فوق، مقدار $F=1/258$ و سطح معناداری $Sig=0/289$ است. بنابراین تفاوت معناداری بین سن پاسخگویان به لحاظ میزان بهره‌مندی از اینترنت وجود ندارد، پس فرضیه‌ی شماره‌ی ۱ بین سن و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه وجود دارد تأیید نمی‌شود.

بررسی فرضیه‌ی سوم: بین جنس و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه وجود دارد.

جدول (۳): رابطه‌ی جنس و میزان بهره‌مندی از اینترنت

مقدار آزمون	میزان استفاده از اینترنت				ابعاد	متغیر
	کمتر از ۱ ساعت	۱ تا ۳ ساعت	۴ تا ۶ ساعت	بیش از ۶ ساعت		
$1/76 \chi^2$ $0/623$ Sig=	۴۰/۸	۲۲/۷	۲۱/۳	۱۵/۲	مرد	جنس
	۳۵/۸	۲۶/۰	۲۴/۹	۱۳/۳	زن	
	۳۸/۵	۲۴/۲	۲۲/۹	۱۴/۳	کل	

براساس اطلاعات مندرج در جدول (۳)، با سطح معناداری $(Sig=0/623)$ بین جنس پاسخگویان و میزان بهره‌مندی آنها از اینترنت از لحاظ آماری رابطه‌ی معناداری وجود ندارد بنابراین فرضیه‌ی شماره ۲ مبنی بر رابطه بین جنس و میزان استفاده از اینترنت تأیید نمی‌شود.

بررسی فرضیه‌ی چهارم: بین میزان تحصیلات پاسخگویان و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه وجود دارد.

سطح تحصیلات پاسخگویان یکی از متغیرهایی است که انتظار می‌رود بر میزان استفاده

آن‌ها از اینترنت اثرگذار باشد. جدول زیر خروجی آزمون اسپرمن اثر متغیر میزان تحصیلات بر میزان بهره‌مندی از اینترنت است.

جدول (۴): رابطه‌ی تحصیلات و میزان بهره‌مندی از اینترنت

N	سن		متغیر
	۳۸۴	سطح معناداری	ضریب اسپرمن
۰/۰۰۰		*۰/۲۵۰	اینترنت

**معنادار بودن ضریب با سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ را نشان می‌دهد.

بر اساس اطلاعات مندرج در جدول (۴)، ضریب همبستگی اسپرمن برای دو متغیر سطح تحصیلات و میزان بهره‌مندی از اینترنت برابر ۰/۲۵۰ و سطح معناداری برابر ۰/۰۰۰ شده است یعنی این رابطه معنادار است. با توجه به اینکه ضریب مثبت است نشان می‌دهد که هرچه سطح تحصیلات افراد بیشتر باشد میزان بهره‌مندی آنان از اینترنت نیز افزایش می‌یابد.

بررسی فرضیه‌ی پنجم: بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی پاسخگویان و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه وجود دارد.

جدول (۵): رابطه‌ی پایگاه اقتصادی- اجتماعی و میزان بهره‌مندی از اینترنت

منبع واریانس	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره f	سطح معنی-داری
بین گروهی	۳۵۸/۱۸۸	۳	۱۱۹/۲۹۶	۴/۲۸۱	۰/۰۰۵
درون گروهی	۱۰۵۹۷/۵۵۹	۳۸۰	۲۷/۸۸۸		
کل	۱۰۹۵۵/۷۴۷	۳۸۳			

با توجه به اینکه مقدار آزمون F برابر ۴/۲۸۱ با سطح معناداری ۰/۰۰۵ شده است، مشخص می‌شود که حداقل اختلاف دو تا از میانگین‌ها معنادار است و فرضیه‌ی سوم که بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی پاسخگویان و میزان استفاده از اینترنت رابطه وجود دارد، مورد تأیید قرار می‌گیرد.

بررسی فرضیه‌ی ششم: بین میزان نیاز به فناوری اطلاعات و ارتباطات و میزان استفاده از

اینترنت رابطه وجود دارد.

جدول (۶): رابطه‌ی میزان نیاز به آی سی تی و میزان بهره‌مندی از اینترنت

منبع واریانس	مجموع مربعات	درجه‌ی آزادی	میانگین مربعات	آماره f	سطح معنا-داری
بین گروهی	۱۶۲۹/۱۷۵	۳	۵۴۳/۰۵۸	۱۲/۰۱۷	۰/۰۰۰
درون گروهی	۱۷۱۲۶/۸۱۹	۳۷۹	۴۵/۱۸۹		
کل	۱۸۷۵۵/۹۹۵	۳۸۲			

با توجه به اینکه مقدار آزمون F برابر ۱۲/۰۱۷ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ شده است، مشخص می‌شود که بین میزان نیاز به فناوری اطلاعات و ارتباطات و میزان استفاده از اینترنت به لحاظ آماری رابطه‌ی معناداری وجود دارد. بنابراین فرضیه‌ی چهارم، که بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی پاسخگویان و میزان استفاده از اینترنت رابطه وجود دارد مورد تأیید قرار می‌گیرد.

بررسی فرضیه‌ی هفتم: بین رضایتمندی از فناوری اطلاعات و ارتباطات و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه وجود دارد.

جدول (۷): رابطه‌ی رضایتمندی از ICT و میزان بهره‌مندی از اینترنت

منبع واریانس	مجموع مربعات	درجه‌ی آزادی	میانگین مربعات	آماره f	سطح معنا-داری
بین گروهی	۵۵۵/۴۷۲	۳	۱۸۵/۱۵۷	۳/۸۵۵	۰/۰۱۰
درون گروهی	۱۸۲۵۰/۶۵۰	۳۸۰	۴۸/۰۲۸		
کل	۱۸۸۰۶/۱۲۲	۳۸۳			

با توجه به اینکه مقدار آزمون F برابر ۳/۸۵۵ با سطح معناداری ۰/۰۱۰ شده است، مشخص می‌شود که بین رضایتمندی از فناوری اطلاعات و ارتباطات و میزان استفاده از اینترنت به لحاظ آماری رابطه‌ی معناداری وجود دارد. به عبارت بهتر فرضیه‌ی پنجم، که بین رضایتمندی از آی سی تی و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه وجود دارد، مورد تأیید قرار می‌گیرد.

بررسی فرضیه‌ی هشتم: بین نگرش به فناوری اطلاعات و ارتباطات و میزان بهره‌مندی

از اینترنت رابطه وجود دارد.

جدول (۸): رابطه‌ی نگرش به فناوری اطلاعات و ارتباطات و میزان بهره‌مندی از اینترنت

منبع واریانس	مجموع مربعات	درجه‌ی آزادی	میانگین مربعات	آماره f	سطح معناداری
بین گروهی	۹۵/۴۰۳	۴	۲۳/۸۵۱	۲۵/۵۲۹	۰/۰۰۰
درون گروهی	۳۵۴/۰۸۷	۳۷۹	۰/۹۳۴		
کل	۴۴۹/۴۹۰	۳۸۳			

همان طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود با توجه به مقدار آزمون $F=۲۵/۵۲۹$ و سطح معناداری $Sig=۰/۰۰۰$ ، بین نگرش به فناوری اطلاعات و ارتباطات و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه وجود دارد.

تحلیل رگرسیونی عوامل مؤثر بر بهره‌مندی از اینترنت

به منظور بررسی و تحلیل مهمترین عوامل تأثیرگذار بر میزان بهره‌مندی از اینترنت از سوی شهروندان در شهر یزد و جواب به پرسش اصلی پژوهش از رگرسیون چندگانه استفاده شده است. روشی که برای شناخت مدل رگرسیون به کار گرفته شد روش «گام به گام»^{۱۲} است. پس از ورود کلیه‌ی متغیرهای مستقل دارای همبستگی معنادار با متغیر وابسته (میزان نیاز به فناوری اطلاعات و ارتباطات، نگرش به فناوری اطلاعات و ارتباطات، میزان تحصیلات، پایگاه اقتصادی- اجتماعی، رضایتمندی از فناوری اطلاعات و ارتباطات) نتایج به دست آمده به صورت جدول شماره‌ی (۹) است.

جدول (۹): نتایج رگرسیون چند متغیره به روش گام به گام بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته (میزان بهره‌مندی از اینترنت)

Sig.	t	ضریب استاندارد شده	ضرایب خام		گویه‌های مستقل
		Beta	Std.Error	B	
۰/۰۰۰	۷/۱۵۰	-	۰/۳۶۳	۲/۵۹۶	مقدار ثابت
۰/۰۴۸	۱/۹۸۰	۰/۱۱۲	۰/۰۹۴	۰/۱۸۷	میزان تحصیلات

¹². Stepwise method

۰/۰۰۰	-۷/۱۲۶	-۰/۳۷۵	۰/۰۷۰	-۰/۴۹۶	نگرش به فناوری اطلاعات و ارتباطات
-------	--------	--------	-------	--------	-----------------------------------

جدول (۱۰): نتیجه‌ی ارزیابی مدل رگرسیونی چندگانه به روش گام به گام برای شناسایی عوامل مؤثر بر بهره‌مندی از اینترنت

R	R2	R2 تعدیل شده	F	سطح معناداری
۰/۴۷۸	۰/۲۲۹	۰/۲۱۸	۲۲/۳۴۷	۰/۰۰۰

تحلیل رگرسیون چند متغیره میزان بهره‌مندی از اینترنت براساس متغیرهای وارد شده به مدل، نشان داد که دو متغیر مستقل، میزان تحصیلات، نگرش به فناوری اطلاعات و ارتباطات، در مدل رگرسیونی باقی ماندند که ضریب همبستگی چندگانه‌ی آن‌ها برابر با ۰/۴۷۸ درصد و ضریب تعدیل شده برابر با ۰/۲۱۸ درصد به دست آمده است و این ضریب بیانگر آن است که با استفاده از واریانس ترکیب خطی متغیرهای مستقل موجود در معادله رگرسیونی، می‌توان ۲۱/۸ درصد از واریانس بهره‌مندی شهروندان از اینترنت را توضیح داد. همچنین مدل رگرسیونی تبیین شده نیز طبق آزمون تحلیل واریانس انجام شده خطی و معنادار می‌باشد زیرا مقدار آزمون F برای تعیین معناداری اثر متغیرهای مستقل بر میزان بهره‌مندی از فناوری اطلاعات و ارتباطات برابر با ۲۲/۳۴۷ با سطح معناداری $P=۰/۰۰۰$ است.

در مجموع با توجه به ضرایب بتاهای استاندارد شده ملاحظه می‌شود که به ترتیب متغیر نگرش به فناوری اطلاعات و ارتباطات برابر با ۰/۳۷۵، میزان تحصیلات ۰/۱۱۲، بیشترین تأثیر را در تبیین پیش‌بینی میزان بهره‌مندی از اینترنت داشته‌اند.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

شهرهای سنتی دارای مشکلات اجتماعی متعددی نظیر ترافیک، آلودگی هوا، آلودگی صوتی، بیکاری، خشونت علیه زنان در محیط کار، فساد اداری و غیره می‌باشند. گسترش اینترنت و تلاش در جهت تدارک شهرهای الکترونیکی این مشکلات را کاهش می‌دهد و از رنج زندگی در شهرها می‌کاهد، بنابراین مدیران شهری باید به دنبال ارتقای میزان بهره‌مندی از اینترنت و گسترش فرهنگ آن در سطح فردی و اجتماعی در عین توجه به آسیب‌های آن نظیر اعتیاد اینترنتی باشند. بر این اساس به جمع‌بندی یافته‌های این

پژوهش پرداخته می‌شود.

حداقل سن پاسخگویان ۱۷ سال و حداکثر آن ۵۴ سال است. بر اساس اطلاعات به دست آمده اکثر پاسخگویان (۳۱/۵ درصد) در گروه سنی ۱۷ تا ۲۴ سال و کمترین تعداد (۵/۵ درصد) در گروه سنی ۴۹ تا ۵۴ سال هستند. از نظر توزیع جنسیت از کل تعداد ۳۸۴ نفر پاسخ‌دهنده، ۵۴/۹ درصد از پاسخگویان مرد و ۴۵/۱ درصد از آنان زن بودند. نتایج پژوهش نشان‌دهنده‌ی آن است که اکثر پاسخگویان (۵۶/۸ درصد) دارای تحصیلات فوق‌دیپلم و لیسانس هستند. همچنین اکثر حجم نمونه یعنی ۵۸/۱ درصد پاسخگویان از نظر مرتبه پایگاهی در طبقه‌ی متوسط، ۲۹/۷ درصد در طبقه‌ی بالا و مابقی در طبقه‌ی پایین می‌باشند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که میزان بهره‌مندی شهروندان از اینترنت در شهر یزد پایین است. با نتایجی که از فرضیه‌ی دوم به دست آمد می‌توان گفت که بین سن و میزان استفاده از اینترنت رابطه‌ی معناداری وجود ندارد. چه‌اونگ (۲۰۰۳) نیز در پژوهش خود به فقدان وجود رابطه‌ی معنادار دست یافته است در حالی - که هزارجریبی و باقرپور (۱۳۸۶) در تحقیق خود نشان دادند که: بین سن و میزان استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

در مورد فرضیه‌ی سوم تحلیل‌ها نشان می‌دهد که با توجه به آزمون خی‌دو و سطح معناداری (۰/۶۲۳) بین جنس و میزان استفاده از اینترنت رابطه معناداری وجود ندارد. تزی (۲۰۰۹) در بیان نتایج رابطه‌ی جنسیت با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات تحلیل‌ها نشان داده است که رابطه‌ی معناداری وجود ندارد. هزارجریبی و باقرپور (۱۳۸۶) مشخص کردند که جنسیت از عوامل کم اثر در میزان استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات است. لبدیکر (۱۹۹۷) دریافت که رابطه‌ی میان میزان استفاده از رایانه با جنسیت، رابطه‌ی معناداری است. یافته‌های پژوهش خلیلی مقدم و همکاران (۱۳۸۵) نیز نشان داد که بین جنسیت و پذیرش فناوری اطلاعات و ارتباطات رابطه‌ی معناداری است. اطلاعات مربوط به فرضیه‌ی چهارم نشان می‌دهد که با سطح معناداری (۰/۰۰۰) بین سطح تحصیلات پاسخگویان و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

نتیجه‌ی فرضیه‌ی پنجم درباره‌ی پایگاه اقتصادی- اجتماعی با میزان استفاده از اینترنت نشان می‌دهد که با توجه به آماره $F(4/281)$ و سطح معناداری ($Sig=0/005$) رابطه‌ی مثبت و معناداری بین این دو متغیر وجود دارد. هزارجریبی و باقرپور (۱۳۸۶) در بررسی میزان استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشجویان پیام‌نور و ارائه‌ی الگویی جهت استفاده‌ی بهینه نشان دادند که: وضعیت اقتصادی دانشجویان در میزان استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات مؤثر است. از سوی دیگر بین وضعیت اجتماعی دانشجویان و میزان استفاده از رایانه رابطه‌ای وجود ندارد، اما بین وضعیت اجتماعی دانشجویان و میزان استفاده از اینترنت رابطه‌ی معناداری مشاهده می‌شود. یافته‌های مربوط به فرضیه‌ی ششم بیانگر این است که بین میزان نیاز به فناوری اطلاعات و ارتباطات و میزان استفاده از اینترنت رابطه‌ی معناداری ($Sig=0/000$) وجود دارد. در مورد فرضیه‌ی هفتم تحلیل‌ها نشان می‌دهد که هرچه رضایتمندی پاسخگویان از فناوری اطلاعات و ارتباطات بیشتر باشد، میزان استفاده‌ی آنها از اینترنت افزایش می‌یابد؛ در واقع بین رضایتمندی از فناوری اطلاعات و ارتباطات و میزان استفاده از اینترنت رابطه‌ی معناداری وجود دارد. همچنین اطلاعات مربوط به فرضیه‌ی هشتم بیانگر این است که با توجه به سطح معناداری ($Sig=0/000$) بین نگرش به فناوری اطلاعات و ارتباطات و میزان بهره‌مندی از اینترنت رابطه‌ی معناداری وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که متغیرهای میزان تحصیلات و نگرش به فناوری اطلاعات و ارتباطات در مجموع $21/8$ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کنند.

منابع

- آقابابایی، عزیزالله، جلالی، داریوش و باقری، سهیلا. (۱۳۸۷). «مطالعه عوامل مؤثر بر استفاده جوانان از اینترنت: تحلیلی بر نتایج یک پیمایش در استان چهار محال بختیاری»، **نشریه مجله جهانی رسانه، دوره ۳، شماره ۲**.
- اصنافی، امیررضا و حمیدی، علی. (۱۳۸۴). «نقش فن آوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه‌ی آموزش و دانش با تأکید بر نقش کتابخانه‌های مجازی»، **مجله‌ی الکترونیکی مرکز اطلاعات و آمار ایران، دوره ۳، شماره ۲، صص ۲۳-۱**.
- جوکار، عبدالرسول، نعیمی، شیلا. (۱۳۸۷). «مقایسه‌ی میزان استفاده از اینترنت در تأمین نیازهای اطلاعاتی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان و دانشگاه شیراز»، **نشریه‌ی مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، شماره ۷۵، صص ۲۳۸-۲۲۳**.
- دره‌می، ولی، اعلم، فاطمه. (۱۳۸۸). **همگام با فناوری اطلاعات، یزد: علم نوین**.
- ذکائی، محمد سعید. (۱۳۸۳). **جامعه‌شناسی جوانان ایران، تهران: نشر آگه**.
- زمانی، بی‌بی‌عشرت، نوریان، محمد. (۱۳۸۴). «بررسی نظرات دانشجویان دانشگاه اصفهان مراجع به اثرات مثبت و منفی استفاده از اینترنت»، **مجموعه مقالات اولین همایش ملی توسعه‌ی دانشگاه مجازی، کاشان: انتشارات مرسل، صص ۱۵۵-۱۴۰**.
- سمیعی، م. (۱۳۸۳). «نقش اطلاعات و ارتباطات در جهان امروز»، **نشریه‌ی فولاد، شماره ۱۱، صص ۵۵-۴۸**.
- سورین، ورنر. جیمز تانکارد. (۱۳۸۱). **نظریه‌های ارتباطات، ترجمه‌ی علیرضا دهقان، تهران: دانشگاه تهران**.
- سون، ویندال، نبو سیگناتیزر و جین اولسون. (۱۳۸۷). **کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه‌ی علیرضا دهقان، چاپ دوم، تهران: جامعه‌شناسان**.
- شرکت مخابرات استان یزد، <http://www.Yazdtelecom.ir>
- عنایتی، ترانه، ضامنی، فرشیده و کاظمی تبار، فرهاد. (۱۳۹۰). «چگونگی استفاده از اینترنت به وسیله‌ی دبیران دبیرستان‌های شهرستان نوشهر»، **فصلنامه‌ی علمی - پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال دوم، شماره ۲، صص ۷۶-۵۷**.
- کاستلز، م. (۱۳۸۲). **عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (ظهور جامعه‌ی شبکه‌ای)**

ترجمه ا. علیقلیان و ا. خاکباز، تهران: نشر طرح نو.

- کریمی، یوسف. (۱۳۸۴). **روان‌شناسی شخصیت**، چاپ پانزدهم، تهران: دانشگاه پیام‌نور.
- مختاری‌نوری، جمیله، زهری، سیما، یغمایی، فریده، عبادی، عباس و یولداشخان، مهریار. (۱۳۸۹). «مطالعه‌ی ارتباط عوامل مؤثر بر استفاده از اینترنت با تمایل به بکارگیری آن در اعضای هیأت علمی بر اساس تئوری رفتار منطقی»، **پژوهش پرستاری**، دوره‌ی ۵، شماره‌ی ۱۹، صص ۳۴-۲۵.
- مک‌کوایل، دنیس. (۱۳۸۲). **درآمدی بر نظریه‌ی ارتباطات جمعی**، ترجمه‌ی پرویز اجلالی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- هزارجریبی، حبیب‌الله و باقرپور، معصومه. (۱۳۸۶). «بررسی میزان استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشجویان پیام‌نور و ارائه‌ی الگویی جهت استفاده‌ی بهینه»، **فصلنامه‌ی اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی**، شماره‌ی ۷، صص ۱۲۳-۱۱۱.
- یعقوبی، جعفر. (۱۳۸۰). عوامل مؤثر بر پذیرش و کاربرد اینترنت در فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی هیأت علمی و دانشجویان دوره تحصیلات تکمیلی رشته‌ی ترویج و آموزش کشاورزی طراحی وب‌سایت، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس.
- Cheong, w. H (2002). "Internet adoption in Macao", *Journal of computer Mediated Communication*, Vol. 7, No. 2. Pp 11-18.
- Holcombe, M. (2000). Factors Influencing Teacher Acceptance of the Internet as a teaching Tools: A Study of Texas Schools Receiving a TIF or a TIF Grant; Unpublished Master's Thesis, University of Baylor, USA.
- Taylor, W. J., Zhu, G. X., Dekkers, J., and Marshall, S. (2003b). "Socioeconomic factors affecting home internet usage patterns in central Queensland". *Information Science Journal*, Vol. 6. No. 1. Pp 233-242.
- Vaizoglu, S.A. et al (2004). "Internet use among high school students in Ankara, Turkey". *Saudi Medical Journal*, 25(6), Pp 737-740.
- Yaghoubi, T. and E. Shamsai (2004). "Assessing Effective Factors in Using Internet by Faculty Memmbers of Agriculatural college of Zanjan University; Iran", proceedings of the 19th Annual conference Dublin, Irland, <http://www.aiaae.org/2004/>, accepted /o88. Pdf (accessed February 22,2011).