

# تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر کاربری اطلاعاتی اینترنت در بین جوانان شهر تهران

احمد گنجی \*

کارشناس ارشد علوم اجتماعی

کارشناس پژوهش پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)

محمد ریعی

کارشناسی ارشد مهندسی IT

مربی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)

آذین رحمتی

کارشناسی ارشد علوم اقتصادی

کارشناس پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)

پذیرش: ۹۵/۱۰/۲۵

دریافت: ۹۵/۰۹/۲۴

## چکیده:

این پژوهش درصدد بررسی تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر تمایل به کاربری اطلاعاتی از اینترنت در بین جوانان و جوانان شهر تهران است. پس از مرور ادبیات نظری و تجربی تحقیق، کاربری اطلاعاتی، استفاده از اینترنت به منظور کسب اطلاعات، اهداف کاری و حرفه‌ای چون استفاده خبری، علمی و... تعریف شده است. با پشتوانه نظریه‌های ارتباطاتی و جامعه‌شناختی، تبیین نظری از تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر تمایل به کاربری اطلاعاتی از اینترنت صورت گرفت. در تأثیر دو متغیر فوق، دو متغیر تعدیل‌گر یعنی پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانوادگی کاربران و سابقه کاربری آنها بررسی شده است. روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش، پیمایشی و شیوه جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه و جامعه آماری پژوهش نیز نوجوانان و جوانان واقع در گروه سنی ۱۵ تا ۲۹ شهر تهران در نظر گرفته شده است. بررسی داده‌های مربوط به ۳۸۴ نفر از جامعه آماری نشان داد که نوجوان و جوانان از تمایل متوسط به کاربری اطلاعاتی برخوردارند. نتایج آزمون فرضیه نیز نشان داد محدودیت‌های اطلاعاتی تأثیر معناداری در تمایل کاربران به کاربری اطلاعاتی از اینترنت دارد و در این بین، متغیرهای سابقه کاربری و پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانوادگی نقش معناداری در این تأثیر ندارند.

**کلیدواژه‌ها:** کاربران اینترنت، کاربری اطلاعاتی، محدودیت‌های اطلاعاتی، سابقه کاری، نوجوانان و جوانان تهران.

\* احمد گنجی [ganji@irandoc.ac.ir](mailto:ganji@irandoc.ac.ir)

فصلنامه علمی پژوهشی  
پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران  
شاپا(چاپی) ۸۲۲۳-۲۲۵۱  
شاپا(الکترونیکی) ۸۲۳۱-۲۲۵۱  
نمایه در SCOPUS، LISA و ISC  
<http://jlist.irandoc.ac.ir>  
دوره XX | شماره X | صص XX-XX  
۱۳XX X

نوع مقاله: پژوهشی

به این مقاله به شکل زیر استناد کنید:

دورن متن:

(گنجی، زودآیند)

در فهرست منابع:

گنجی، احمد. زودآیند. تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر کاربری اطلاعاتی اینترنت در بین جوانان شهر تهران پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات.

<http://jipm.irandoc.ac.ir> (دسترسی در

روز/ماه/سال)

۱. مقدمه

فناوری اطلاعات و ارتباطات، همراه با فناوری زیستی و فناوری نانو، سه ضلع مثلثی را تشکیل می‌دهند که مسیر و جهت علوم و فنون چند دهه آینده را تعیین می‌کند (معمدنژاد، ۱۳۸۲). بنابراین، انقلاب ارتباطی - اطلاعاتی سده بیست و یکم را باید بسیار فراتر از صرف الکترونیک - کردن رابطه انسان‌ها دانست. فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، با فراهم آوردن امکان پیدایی «جامعه شبکه‌ای»<sup>۱</sup> که افراد و جوامع را در قالب‌های تازه، هویت‌های تازه بخشیده (کاستلز، ۱۳۸۰) نه تنها قواعد و قوانین حاکم بر ارتباط و تعامل میان انسان‌ها، بلکه گرایش<sup>۲</sup> ما را نسبت به خود، دیگران و جهان تغییر داده است (اولسون، ۱۳۷۷).

اینترنت یکی از شاخص‌ترین تکنولوژی‌های نوین و به نظر مانوئل کاستلز<sup>۳</sup> زیرساخت اساسی جامعه اطلاعاتی به حساب می‌آید (کاستلز، ۱۳۸۰). امروزه، «اینترنت آنچنان با سرعت و گستردگی در کلیه شئون زندگی عادی ما رسوخ کرده که تکان‌دهنده است» (گراهام، ۱۳۹۳، ۱۵). آخرین آمار منتشر شده بر روی وب سایت «وضعیت جهانی اینترنت»<sup>۴</sup> نشان می‌دهد تعداد کاربران اینترنت ایران در سال ۲۰۱۵ نسبت به سال گذشته (۲۰۱۴) چهار میلیون و ۸۰۰ هزار و نسبت به سال ۲۰۱۳ در حدود سیزده میلیون و ۶۰۰ هزار نفر افزایش داشته است. به طوریکه، آمار این وب سایت در سال ۲۰۱۴ تعداد کاربران ایرانی را ۴۲ میلیون نفر اعلام کرده بود در حالی که آمار جدید این وب سایت تعداد کاربران ایرانی را ۴۶ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر اعلام کرده است، این تعداد، بیش از ۴۰ درصد از کاربران اینترنت در کل خاورمیانه را تشکیل می‌دهد (گروه بازاریابی مینی وات، ۲۰۱۶).

گسترش سریع نفوذ اینترنت در سال‌های اخیر باعث شده بحث‌ها و تحقیق‌های متعددی درباره جنبه‌های مختلف اینترنت چون کاربرد، آثار و پیامدهای آن در سطح مختلف جامعه صورت گیرد. گروهی آن را آزادی بخش، سودآور و تعاملی و گروهی دیگر، آن را دشمن واقعیت، تولیدکننده واقعیت غلط و سرکوبگر می‌دانند. گروهی به تعبیر نیل پستمن<sup>۵</sup> از زمره شیفتگان تکنولوژی<sup>۶</sup> و گروهی دیگر از زمره منتقدین آن مانند پستمن نویسنده کتاب تکنوپلی<sup>۷</sup>. برخی هم،

<sup>1</sup> Network Society

<sup>2</sup> Attitude

<sup>3</sup> Manuel Castells

<sup>4</sup> Internet World Stats

<sup>5</sup> Neil Postman

<sup>6</sup> Technophilia

<sup>7</sup> Technopoly

به‌رغم مشاهده سرعت بالای گسترش دسترسی به این تکنولوژی‌ها، و اذعان به توان حیرت‌آور رسانه‌های ارتباطی جدید، رسانه‌ها را واجد آثاری تصنعی و زودگذر به حساب می‌آورند که اصولاً هیچ مطالب اساسی درباره آنها نمی‌توان گفت (تامپسون، ۱۳۷۹).

تحقیق‌های جدید میندیچ هم نشان می‌دهد فضای باز و دموکراتیک دنیای مجازی، مبادلات اطلاعاتی را تشویق کرده و در موارد امور اجتماعی، ارتباطی و سلامتی مصرف‌کنندگان اینترنت تأثیرات مثبت داشته است. به طور مثال جوانانی که در امر مبادله اطلاعات از طریق اینترنت فعالیت می‌کنند در امور اجتماعی هم به شکل چشمگیری شرکت دارند (Mindich 2005).

همانطور که گراهام می‌نویسد: «مردم در اینترنت قادرند هر آنچه را که دوست دارند و آن طور که دوست دارند بگویند. آنها می‌توانند با یکدیگر تعامل داشته باشند و مطابق علایق و انتخاب شخصی خود پیوندهایی ایجاد کنند. می‌توانند به تبادل اطلاعات بپردازند و هر پرسش و بررسی را دنبال کنند. آزادی عمل شان در انجام هیچ یک از این موارد موقوف یا محدود به مرزهای ملی یا قوانین دولتی نیست» (گراهام، ۱۳۹۳، ۱۲۰).

در ایران نیز با توجه به گسترش ضریب نفوذ اینترنت، شاهد بحث و جدل‌هایی در خصوص جنبه‌های مختلف اینترنت چون نحوه و نوع استفاده، اهداف و انگیزه‌های استفاده افراد از اینترنت و ... شکل گرفت. این امر تا آنجا کشیده شد که به این مقوله از سوی برخی گروه‌های اجتماعی (نظیر گروه‌های مذهبی، فرهنگی و سیاسی) بصورت مسئله‌ای نگریسته شد که رشد و گسترش اینترنت را امری مسئله‌آور قلمداد نموده و رشد آنرا منوط به رعایت حد و حدود وضع شده متناسب با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه دانستند. برخورد این چنینی با اینترنت، چه بسا بخاطر ماهیت آن است که حد وسیعی از اطلاعات را در سطح گسترده بدون هیچ محدودیتی در اختیار افراد قرار می‌دهد. از حیث نوع کاربری اینترنت در ایران باید گفت که کاربری اینترنت در ایران از صورت طبیعی و کارکردی خود خارج شده و دچار نوعی صورت کژکارکرد<sup>۱</sup> شده است.

آنچه تحقیق حاضر را از تحقیقات مرتبط با اینترنت متمایز می‌سازد نگاه خاص به مقوله اینترنت است و آن پرداختن به مقوله کاربری اطلاعاتی است که به بررسی میزان نقش محدودیت‌های اطلاعاتی در تمایل کاربران به کاربری اطلاعاتی می‌پردازد. بنابراین، سؤال اصلی تحقیق عبارتست از: «کاربری اطلاعاتی از اینترنت در بین نوجوانان و جوانان شهر تهران چگونه است و محدودیت‌های اطلاعاتی چه تأثیری در تمایل افراد به کاربری اطلاعاتی دارد؟»

<sup>1</sup> Dysfunction

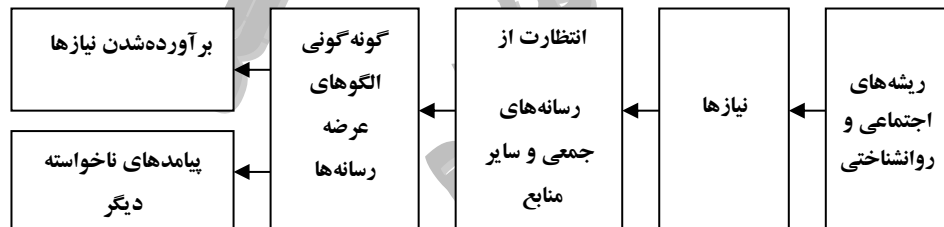
### مبانی نظری

در زمینه تبیین موضوع تحقیق از نظریه‌های ارتباطاتی و جامعه‌شناختی بهره گرفته شد. دسته اول نظریه استفاده و خشنودی<sup>۱</sup> بلاملر و کاتز<sup>۲</sup>، نظریه مصرف ارتباط جمعی و وینداهاال<sup>۳</sup> و نظریه دسته خرسندی دنیس مک کوایل<sup>۴</sup> است.

در نظریه الگوی استفاده و خشنودی، فرض اصلی الگو این است که افراد مخاطب، کم و بیش 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 که محتوای واقعی نیاز آنان را برآورده می‌کند، احتمال اینکه آن محتوا را انتخاب کنند، بیشتر است (وینداهاال و همکاران، ۱۳۷۶).

در این نظریه تعامل مردم با رسانه‌های گروهی را اغلب اوقات می‌توان از طریق کاربرد و استفاده‌هایی که مردم از محتوای رسانه‌ها می‌برند یا خشنودی که به دست می‌آورند، توضیح داد (بلیک و هارولدسن، ۱۳۷۸).

نیازها و انگیزه‌ها دو عنصر اصلی این نظریه به شمار می‌آیند. نیازها عبارتند از: نیاز به هدایت، امنیت، کنش متقابل و دوری از تنش. انگیزه‌ها نیز که از نیازها ناشی می‌شوند و جنبه‌های کنشی آنها را تشکیل می‌دهند براساس طبقه‌بندی مک کوایل عبارتند از: آگاهی، مشورت‌خواهی، هویت شخصی، کنش متقابل اجتماعی و فراغت.



شکل (۱) الگوی بلاملر و کاتز از نظریه استفاده و خشنودی

<sup>۱</sup> Uses and Gratifications Theory

<sup>۲</sup> Blumler and Katz

<sup>۳</sup> Windahl

<sup>۴</sup> D. McQuail

دسته دوم نظریه‌ها، نظریه‌های جامعه‌شناسی چون نظریه دگرگونی فرهنگی اینگلهارت<sup>۱</sup> و نظریه کنش ارتباطی هابرماس<sup>۲</sup> است. بر طبق فرضیه کمیابی<sup>۳</sup> اینگلهارت، نیازهای مادی ارضا نشده بر نیازهای ذهنی زیباشناختی و اجتماعی تقدم دارد. فرق اساسی بین نیازهای مادی و طبیعی و ایمنی و نیاز اجتماعی وجود دارد، به عبارتی، الویت‌های فرد، بازتاب محیط اجتماعی، اقتصادی وی است و شخص بیشترین ارزش‌ها را برای آن چیزهایی قائل می‌شود که عرضه آنها نسبتاً کم است (اینگلهارت، ۱۳۷۸).

هابرماس نیز در نظریه خود اذعان می‌کند نیازهای اساسی وجود دارد که تمامی افراد (کاملاً آزاد) آنها را دارند و این نیازها توسط هر کس که صمیمانه وارد یک گفت‌وگو عملی شود ضرورتاً کشف خواهد شد (اسلوین، ۱۳۸۰). با توجه به اینکه در محیط اینترنت به ویژه در محیط تعاملی اینترنت افراد به راحتی می‌توانند نیازهای خود را مطرح کنند و این طرح نیازها باعث شکل‌گیری یک فضای گفت‌وگو و مباحثه شده و در این مباحثه افکار جدیدی شکل می‌گیرد، پس محیط تعاملی اینترنت را می‌توان به مانند فضایی در نظر گرفت که کاربران به راحتی در آن به گفت‌وگو می‌پردازند و فضای صمیمیت و ابراز احساسات در محیط‌های تعاملی اینترنت شکل می‌گیرد که از یکدیگر تأثیر پذیرفته و همچنین کاربران نیازهای خود را با هم مطرح کرده، در آن گروه‌ها مسایل و مشکلات خود را مطرح کنند و انرژی عاطفی خود را در این محیط‌ها مصرف نمایند.

بر اساس نظریه دسته‌بندی‌های اجتماعی<sup>۴</sup>، مردم دارای خصوصیات اجتماعی همسان، رفتار ارتباط جمعی همسانی از خود نشان می‌دهند. این رفتار، مشتمل بر توجه به رسانه‌ها، رجحان رسانه‌ای بر رسانه دیگر، تأثیر ارتباط و نظایر آن است. این خصوصیات اجتماعی عمده در این پدیده، عبارتست از: تحصیلات، درآمد، شغل، ویژگی‌های قومی، مذهب، سن، جنسیت و ناحیه جغرافیایی (بلیک و هارولدسن، ۱۳۷۸).

بر اساس نظریه مبادله جورج هومنز<sup>۵</sup>، در انتخاب میان چند کنش «هر چه نتیجه یک کنش برای فرد با ارزش تر باشد، احتمال بیشتری دارد که همان کنش را دوباره انجام دهد»، همچنین اگر تبعیت از یک ارزش موجب کسب رضایت‌مندی نشود بتدریج از اهمیت آن کاسته می‌شود و ارزش دیگری که اهمیت بیشتری داشته و رضایت بیشتری به همراه می‌آورد برای فرد با اهمیت

<sup>1</sup> Cultural transformation theory of Inghelhart

<sup>2</sup> Communicative action of Habermas

<sup>3</sup> Scarcity hypothesis

<sup>4</sup> Social Categories Theory

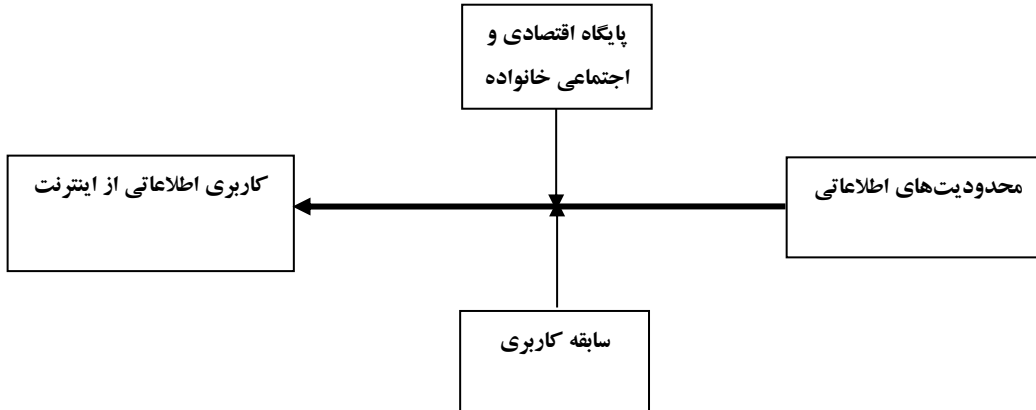
<sup>5</sup> Homans's Social Exchange Theory

می‌شود به عبارتی هرچه شخص در برابر یک عمل پاداش بیشتری بگیرد، احتمال تکرار آن عمل بیشتر می‌شود (ریترز، ۱۳۷۸).

بنابراین با توجه به نظریه‌های فوق گزاره کلی زیر را می‌توان مطرح نمود:  
افراد دارای نیازهایی هستند که این نیازها از منابع مختلف نشأت می‌گیرد. یکی از این نیازها، نیاز به آگاهی و اطلاعات است و هرگاه این نیازها در جامعه واقعی برای افراد مهیا نشود افراد در فضای مجازی درصدد برآوردن آن می‌شوند.

براساس گزاره فوق می‌توان فرضیه زیر را تدوین نمود:  
**محدودیت‌های اطلاعاتی موجود در جامعه تأثیر معناداری بر تمایل افراد به کاربری اطلاعاتی از اینترنت دارد.**

با توجه به پذیرش اصل غیرخطی بودن پدیده‌ها در علوم انسانی، دو متغیر مداخله‌گر در نظر گرفته شده است که در نهایت به مدل نظری زیر دست خواهیم یافت:



شکل (۲) مدل نظری تحقیق

#### متغیرهای تحقیق

**کاربری اطلاعاتی:** شامل آن نوع کاربری است که کاربر از اینترنت بعنوان ابزاری نه برای تعامل، و کنش و واکنش متقابل با دیگران بلکه بیشتر بعنوان ابزاری برای کسب اطلاعات و بعنوان حرفه و ابزار کار استفاده می‌کند. استفاده‌های که در این دسته قرار می‌گیرند عبارتند از:

- استفاده علمی، آموزشی و درسی؛
- استفاده از رسانه‌های خبری و اطلاع‌رسانی؛
- استفاده تجاری و اقتصادی؛
- کسب اطلاعات عمومی و بهداشتی.

در تحقیق حاضر میزان استفاده افراد از اینترنت با اهداف فوق پرسیده شد و پاسخ‌ها در مقیاس رتبه‌ای و با استفاده از طیف ۳ گزینه‌ای (کم، متوسط، زیاد) مورد سنجش قرار گرفت.

**محدودیت‌های اطلاعاتی:** محدودیت اطلاعاتی عبارت است از: موانع و مشکلاتی در جامعه که یک فرد برای کسب اطلاعات مورد علاقه اش با آنها مواجه است. بطوریکه، فرد می‌پندارد جامعه و محیط پیرامونش، او را از دریافت این اطلاعات محروم می‌سازند.

به منظور اندازه‌گیری این متغیر از ۷ گویه استفاده شده است که در سطح سنجش رتبه‌ای و با استفاده از طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (کاملاً موافقم، موافقم، تاحدی، کاملاً مخالفم و مخالفم) مورد سنجش قرار می‌گیرند. این گویه‌ها عبارتند از:

- در جامعه ما انگشت گذاشتن رو خیلی چیزها ضدارزش و ممنوعه.

- فکر می‌کنم سانسور تو جامعه ما بیداد می‌کنه.
- جامعه ما جامعه پیرسالاریه، هرچی سن بالاتری داشته باشی، بیشتر مورد تأییدی.
- کنجکاوم بدونم جنس مخالفم چه گونه اند، اما جامعه این فرصت را به من نمیده.
- دوست دارم با دیگران درمورد چیزهایی که دوست دارم راحت صحبت کنم اما نمی‌تونم.
- من آزادی کافی برای بیان و ابراز عقاید ندارم.
- من به ندرت فرصت ابراز ایده و حرفم را دارم.

#### روش‌شناسی پژوهش

مطالعه حاضر از نوع مطالعات غیرآزمایشی (غیرتجربی) است که در سطح توصیفی و تحلیلی، به موضوع پرداخته است. به لحاظ روش تحقیق مورد استفاده، در این مطالعه، از روش تحقیق پیمایشی استفاده شده است. بدین صورت که با تنظیم یک پرسشنامه، داده‌ها و اطلاعات لازم جمع‌آوری شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل نوجوانان و جوانان (۱۵-۲۹ سال) شهر تهران است. با توجه به حجم بالای جامعه آماری و محدودیت زمان و بودجه، برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد. برای انتخاب نمونه آماری از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شده است. یعنی در ابتدا با توجه متغیر پایگاه اقتصادی و اجتماعی، تهران را به سه منطقه شمال، مرکز و جنوب تقسیم و مناطق ۱ تا ۵ را بعنوان مناطق شمالی (بالا)، مناطق ۶ تا ۱۲ بعنوان مناطق مرکزی (متوسط) و ۱۳ تا ۲۲ بعنوان مناطق جنوب (پایین) در نظر گرفته شد. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی از منطقه شمال (منطقه ۳)، و در مرکز (منطقه ۶) و در جنوب (منطقه ۱۶) بعنوان مناطق نمونه انتخاب شدند. در مرحله بعد با استفاده از نقشه بلوک‌های سازمان آمار، بصورت خوشه‌ای حوزه‌های هر یک از مناطق انتخاب شد و بطور متوسط در هر منطقه ۵ حوزه و در هر حوزه ۲ بلوک بصورت تصادفی انتخاب شد و نقطه شروع در هر بلوک جنوب شرقی آن بلوک در نظر گرفته شد. در ابتدا با استفاده از فهرست برداری کل پلاک‌ها، واحدهای هر بلوک مشخص و براساس روش نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک، خانوارهای نمونه انتخاب شدند و در داخل هر یک از منازل از افراد واجد شرایط (در صورت وجود و اعلام آمادگی) نظرسنجی به عمل آمد. بدین ترتیب تعداد ۳۸۴ پرسشنامه معتبر تکمیل و در پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. جهت اعتبارسنجی ابزار اندازه‌گیری از اعتبار صوری (محتوایی) استفاده شد که در این روش از مشاوره و مصاحبه با اساتید و صاحب‌نظران موضوعی بهره گرفته شد. جهت تعیین میزان پایایی، از



ضریب آلفای کرونباخ<sup>۱</sup> استفاده شده است که نتایج آزمون (با آلفای ۸۲ درصد) نشان داد که سوالات پرسشنامه از قابلیت اعتماد یا پایایی بالایی برخوردار است و نیازی به حذف سئوالی از پرسشنامه نگردید. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد پردازش و تجزیه و تحلیل گرفتند.

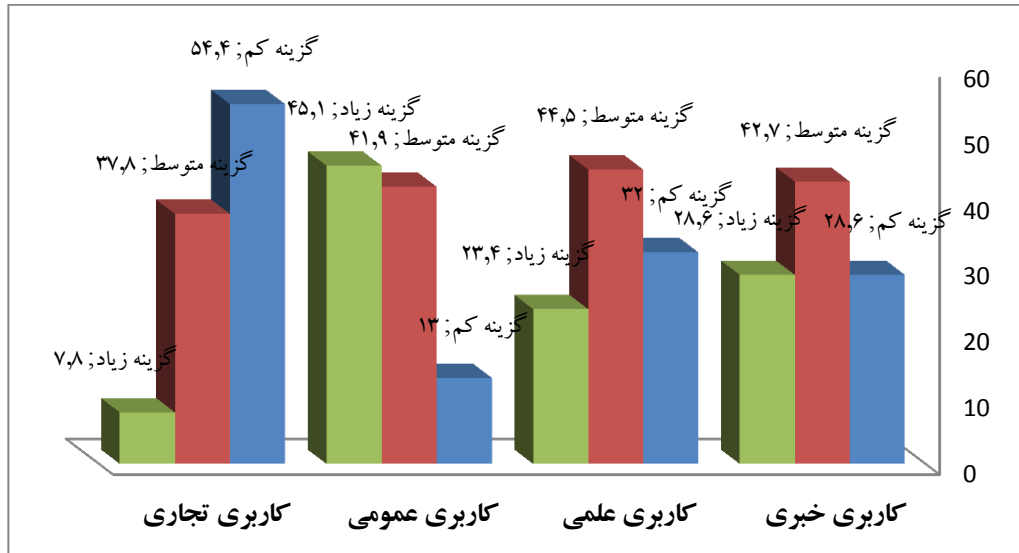
#### یافته‌های پژوهش

**ویژگی‌های افراد مورد مطالعه:** افراد مورد مطالعه از ویژگی‌های زیر برخوردار بودند: بیش از نیمی (معادل ۵۱/۳ درصد) از پاسخگویان این تحقیق مرد و مابقی پاسخگویان که ۴۸/۷ درصد است را زنان تشکیل می‌دهند. بعلاوه، با دسته‌بندی از سن‌های بین ۱۵ تا ۲۹ سال (که طیف سنی مورد تحقیق بودند)، گروه سنی ۱۹ تا ۲۲ سال بیشترین نمونه را به خود اختصاص داده است که تقریباً نیمی از پاسخگویان را تشکیل می‌دهد. همچنین اکثریت قریب به اتفاق پاسخگویان مجرد هستند که این امر با توجه به گروه سنی پاسخگویان که بین ۱۵ تا ۲۹ سال قرار دارند، امری دور از انتظار به نظر نمی‌رسد. همچنین، بیش از نیمی از پاسخگویان تحقیق دانشجو هستند و اکثریت پاسخگویان دارای تحصیلات لیسانس و دیپلم می‌باشند. درنهایت، بیشتر پاسخگویان از پایگاه اقتصادی و اجتماعی متوسط برخوردار بوده‌اند. بنابراین ما در این تحقیق بیشتر با افرادی سر و کار داشته‌ایم که نسبت جنسی آنها تا اندازه‌ای برابر ولی بیشتر در گروه سنی ۱۹ تا ۲۲ سال و مجرد و دانشجو و میزان تحصیلات آنها لیسانس و از پایگاه اقتصادی و اجتماعی متوسطی برخوردار بوده‌اند. سابقه کاربری تقریباً نیمی از افراد نیز بین ۳ تا ۵ سال بوده است.

**میزان تمایل به کاربری اطلاعاتی:** همانطور که در نمودار شماره ۱ مشاهده می‌شود از چهار نوع کاربری اطلاعاتی، کاربری عمومی (۴۵,۱ درصد) بیشترین استفاده و پس از آن به ترتیب کاربری خبری (۲۸,۶ درصد)، کاربری علمی (۲۳,۴ درصد) و کاربری تجاری (۷,۸ درصد) قرار دارند.

---

1 Cronbach's Alpha



نمودار (۱) نتایج توزیع درصدی میزان تمایل کاربران به کاربری اطلاعاتی از اینترنت به تفکیک ۴ نوع کاربری

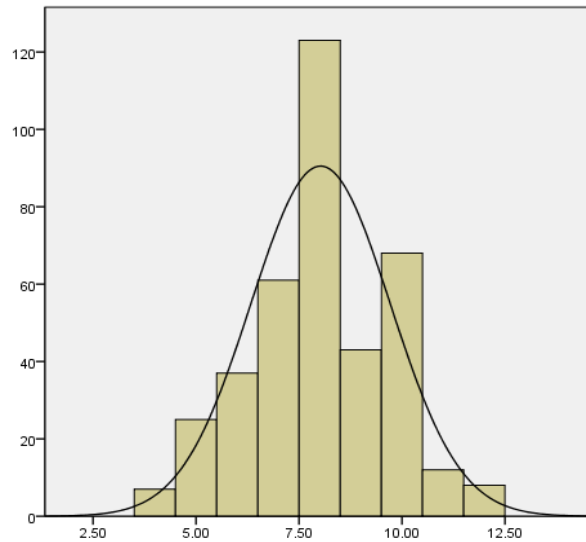
نتایج کلی از محاسبه میزان تمایل کاربران به کاربری اطلاعاتی از اینترنت مطابق جدول ۱ و نمودار ۲ نشان داد که بیشتر پاسخگویان به میزان متوسطی از تمایل به الگوی اطلاعاتی برخوردارند. به عبارت دیگر، نمی توان گفت که نوجوانان و جوانان از اینترنت بیشتر برای کسب اطلاعات، استفاده کاری و درسی استفاده می کنند. چه بسا نتیجه فوق ما را مکلف می سازد تا بصورت مستمر تحولات الگوی کاربران نوجوان و جوان مورد بررسی قرار دهیم.

نتایج آزمون تی نمونه های مستقل<sup>۱</sup> (با مقدار ۳,۳۸۷ با آلفای ۰,۰۵) هم نشان داد که مردان (با میانگین ۸,۳۰) نسبت به زنان (با میانگین ۷,۷۲) از تمایل بیشتری به کاربری اطلاعاتی برخوردارند.

جدول (۱) نتایج آمار توصیفی متغیر میزان تمایل به کاربری اطلاعاتی از اینترنت

متغیر	حداقل	حداکثر	نما	میانه	میانگین	انحراف معیار
تمایل به کاربری اطلاعاتی	۴	۱۲	۸	۸	۸,۲	۱,۶۹

<sup>۱</sup> Independent Samples T Test



نمودار (۲) توزیع فراوانی میزان تمایل کاربران به کاربری اطلاعاتی از اینترنت به صورت نمودار هیستوگرام

**میزان محدودیت‌های اطلاعاتی:** نتایج بدست آمده از محاسبه گویه‌های متغیر میزان محدودیت‌های اطلاعاتی نشان داد که کاربران میزان محدودیت‌ها در جامعه را در حد متوسط رو به بالا دانسته‌اند. جدول‌های شماره ۲ و ۳ جزئیات دقیق‌تری از یافته فوق ارائه می‌کند.

جدول (۲) نتایج توزیع درصدی گویه‌های محدودیت‌های اطلاعاتی

گویه‌ها	کاملاً موافقم	موافقم	کم و بیش	مخالفم	کاملاً مخالفم	بی جواب	جمع
فکر می‌کنم سانسور تو جامعه ما بیداد می‌کنه	۴۴/۳	۲۲/۱	۲۴/۲	۵/۵	۲/۱	۱/۸	۱۰۰
من به ندرت فرصت ابراز عقیده و حرفم را دارم.	۲۹/۷	۳۴/۱	۲۲/۹	۷/۸	۳/۱	۲/۳	۱۰۰
جامعه ما جامعه پیرسالاریه، هرچی سن بالاتری داشته باشی، بیشتر مورد تاییدی	۱۷/۷	۱۹/۸	۳۲/۸	۱۸/۸	۸/۶	۲/۳	۱۰۰
کنجکاوم بدونم جنس مخالفم چه گونه‌اند، اما جامعه این فرصت را به من نمیده	۲۱/۱	۲۱/۱	۳۲	۱۲/۵	۸/۶	۴/۷	۱۰۰

۱۰۰	۲/۹	۳/۴	۱۴/۳	۳۱/۵	۲۴/۷	۲۳/۲	دوست دارم با دیگران در مورد چیزهایی که دوست دارم راحت صحبت کنم اما نمی‌تونم
۱۰۰	۱	۵/۵	۱۱/۵	۲۵	۲۶	۳۱	من آزادی کافی برای بیان و ابراز عقاید ندارم.
۱۰۰	۲/۱	۶	۵/۲	۲۱/۹	۲۹/۲	۳۵/۷	در جامعه ما انگشت گذاشتن رو خیلی چیزها ضدارزش و ممنوعه

جدول (۳) نتایج آمار توصیفی میزان محدودیت‌های اطلاعاتی

متغیر	حداقل	حداکثر	نما	میان	میانگین	انحراف معیار
میزان محدودیت‌های اطلاعاتی	۱۱	۳۵	۳۱	۲۶	۲۵,۰۵	۵,۶۵

آزمون فرضیه: جهت آزمون فرضیه تحقیق، با توجه به اینکه هر دو متغیر فرضیه از مقیاس فاصله‌ای بودند از آزمون پیرسون<sup>۱</sup> استفاده شد و برای آزمون نقش متغیرهای مداخله‌گر در فرضیه فوق از آزمون تفکیکی<sup>۲</sup> استفاده شد. با توجه به نتایج جدول زیر، به استناد مقدار ۰/۳۲ با آلفای ۰/۰۱ می‌توان به رابطه همبستگی مثبت بین محدودیت اطلاعاتی بر تمایل کاربران اطلاعاتی اذعان داشت. از طرفی با توجه به کنترل متغیرهای سابقه کاربری و پایگاه خانوادگی، رابطه فوق معنی‌دار بوده که این امر نشان‌دهنده وجود رابطه واقعی بین آنها است.

جدول (۴) نتایج آزمون فرضیه تحقیق

فرضیه	مقدار همبستگی	درجه آزادی	معناداری
تاثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر تمایل به کاربری اطلاعاتی	۰,۳۲	۳۸۴	۰,۰۱
تاثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر تمایل به کاربری اطلاعاتی با در نظر گرفتن سابقه کاربری	۰,۳۳	۳۸۱	۰,۰۱
تاثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر تمایل به کاربری اطلاعاتی با در نظر گرفتن پایگاه اجتماعی اقتصادی خانواده	۰,۳۲	۳۸۱	۰,۰۱

### بحث و نتیجه گیری

<sup>۱</sup> Pearson Correlation

<sup>۲</sup> Partial Correlation

همانطور که نتایج نشان داد میزان تمایل نوجوانان و جوانان به کاربری اطلاعاتی از اینترنت در سطح متوسطی قرار دارد. متوسط بودن کاربری اطلاعاتی برای کاربرانی است سابقه متوسط در استفاده از اینترنت دارند و با توجه به مطالعه گنجی (۱۳۸۶) می‌توان این گونه نتیجه فوق را تفسیر نمود که افراد در بدو کاربری اینترنت از کاربری هدفمندی برخوردار نیستند اما در گذر زمان و تغییر شرایط کاربری و زمینه‌ای، شاهد کاربری هدفمند هستیم (گنجی، ۱۳۸۶). نتایج هر یک از انواع کاربری نیز نشان داد که کاربری عمومی بیشترین استفاده و پس از آن به ترتیب کاربری خبری، کاربری علمی و کاربری تجاری قرار دارند. این نتیجه با توجه به تحصیلات کاربران کمی دور از ذهن بود چون انتظار می‌رفت کاربری علمی بیشترین سهم را داشته باشد. ادعایی که در پژوهش‌های اخوتی (۱۳۷۷)، بابارضایی کاشانی (۱۳۷۹)، زکریایی (۱۳۸۱)، موحد حمیدی (۱۳۸۱)، نونامیکر (۲۰۰۰) مورد تأیید قرار گرفته است.

بنابراین، هر چند میزان گرایش نوجوانان و جوانان تهرانی به الگوی اطلاعاتی از اینترنت پایین نبوده اما در سطح بالایی نیز قرار نمی‌گیرد. به عبارت دیگر، نمی‌توان گفت که نوجوانان و جوانان از اینترنت بیشتر برای کسب اطلاعات، استفاده کاری و درسی استفاده می‌کنند. چه بسا نتیجه فوق ما را مکلف می‌سازد تا بصورت مستمر تحولات الگوی کاربران نوجوان و جوان مورد بررسی قرار دهیم.

در تحقیقاتی که درباره کاربری اینترنت انجام گرفته کاربری‌ها برحسب نوع شناسی‌های کاربران متفاوت است و در پژوهش‌هایی که به کاربری اطلاعاتی پرداخته اند به اتفاق میزان این کاربری را در حد متوسط و بالا ذکر کرده اند به عنوان مثال، پژوهش نوابخش و مختارپور (۱۳۹۱) یافته‌های پژوهش حاضر را تأیید می‌کند و نشان می‌دهد کاربری اطلاعاتی اینترنت در بین جوانان تهرانی متوسط و اما کاربری ارتباطی در سطح بالایی قرار دارد. این یافته در واقع دسته‌بندی جی وون مون<sup>۱</sup> و همکارش را تداعی می‌کند که کاربران وب را به دو گروه عمده تقسیم کردند: گروهی که هدفشان از استفاده از وب، مقاصد کاری است و گروه دوم کسانی که برای سرگرمی سراغ وب می‌روند. او نشان داد برای کاربرانی که هدف آنها از استفاده از وب سرگرمی است، «مفرحی<sup>۲</sup>» اهمیت بیشتری دارد و برای کاربرانی که هدفشان کار است، «مفید بودن» اهمیت بیشتری دارد اما برای هردوی این گروه‌ها مفرحی دارای اهمیت است (جی وون مون و همکارش،

<sup>1</sup> Ji-Won Moon

<sup>2</sup> Enjoyment

(۲۰۰۱).

جالب اینکه در پژوهش های دیگر نیز این موضوع مورد تایید قرار گرفته است مانند پژوهش لولایی (۱۳۹۰) که در بین دانشجویان انجام شده است نشان داد میزان استفاده از اینترنت جهت پی گیری اخبار بسیار بیش از سایر رسانه ها است. همچنین، پژوهش آقابابایی و همکارانش (۱۳۸۷) نیز نشان داد ۷۰ درصد جوانان استان چهارمحال و بختیاری اذعان داشتند که من هر مطلب و اطلاعاتی که نیاز داشته باشم از اینترنت می گیرم. پژوهش موحد و همکاران (۱۳۹۰) نیز نشان می دهد استفاده خبری شهروندان ۱۵ تا ۳۵ سال شیرازی در سطح متوسط قرار دارد.

بنابراین، با توجه به یافته های پژوهش های بالا، کاربری اطلاعاتی در همه پژوهش ها نشان دهنده میزان متوسط و بالایی است و این موضوع در بین نوجوان و جوانان به دلیل جذابیت اینترنت پررنگ تر نیز خواهد بود

هر چند کاربری اطلاعاتی در مقایسه با کاربری ارتباطی از میزان پایین تری برخوردار است همانطور که پژوهش گرینفلد<sup>۱</sup> (بولن و هری، ۲۰۰۰) نیز این ادعا را تأیید می کند. نکته دیگر اینکه کاربری اطلاعاتی تا اندازه زیادی برحسب ویژگی های سنی، جنس، تحصیلات، شغل و... متفاوت خواهد بود و این کاربری در طی زمان نیز به دلیل عوامل و زمینه های گوناگون در سطح فردی، اجتماعی و رسانه (اینترنت) تغییر نماید.

نتایج آزمون تأثیر محدودیت های اطلاعاتی بر کاربری اطلاعاتی از اینترنت نیز نشان داد با بالا رفتن وجود محدودیت های اطلاعاتی در جامعه، تمایل به کاربری اطلاعاتی از اینترنت برای رفع نیازهای اطلاعاتی بیشتر می شود. این یافته نظریه های صاحب نظرانی چون هابرماس، اینگلهارت و نظریه پردازان استفاده و خشنودی را تأیید می کند و این گزاره مورد تأیید قرار می گیرد که افراد دارای نیازهایی هستند این نیازها از منابع مختلف نشأت می گیرد یکی از این نیازها، نیاز به آگاهی و اطلاعات است و هرگاه این نیازها در جامعه واقعی برای افراد مهیا نشود افراد در فضای مجازی درصدد برآوردن آن می شوند. در واقع کنشی که کاربر در قالب کنش کاربری اطلاعاتی در فضای مجازی بروز می دهد به تعبیر جامعه شناختی از ساخت جامعه ای تولید شده است که به کاربر در محیط واقعی این امکان را فراهم نکرده یا محدودیت های قائل است و باعث شده است به تعبیر نظریه پردازان استفاده و خشنودی و اینگلهارت، نیازی در افراد ایجاد شده که این نیازها برای هر فرد برحسب ویژگی های زمینه ای از شدت متفاوتی برخوردار باشند که خود

<sup>۱</sup> Greenfield

نیز باعث نوع کاربری اطلاعاتی از اینترنت شود.

پرسشی که می‌توان به عنوان مکمل پژوهش حاضر مطرح کرد اینکه آیا کاربرانی که به دلیل محدودیت‌های موجود در فضای واقعی برای رفع نیاز خود به کاربری اطلاعاتی از اینترنت مراجعه می‌کنند با چه کیفیت و کمیتی از اطلاعات مواجه می‌شوند؟ این پرسش با توسعه روزافزون اینترنت دغدغه بسیاری از اندیشمندان و فیلسوفان بوده است و برحسب پاسخ آنها به این پرسش می‌توان آنها را از هم متمایز نمود. نمونه بارز از این اندیشمندان بورگمان است که معتقد است «بزرگترین بخش اینترنت چیزی نیست جز یک زباله دانی برای دور انداختن وقت تلف شده» (بورگمان، ۱۳۸۸، ۲۱۳). این پرسش در جامعه‌ای مانند ایران که از بافت مذهبی و فرهنگی ویژه‌ای برخوردار است از اهمیت بیشتر برخوردار است و نیازمند انجام پژوهش‌های مستقل.

### فهرست منابع

- آقابابایی، عزیزالله. جلالی، داریوش. باقری، سهیلا. ۱۳۸۷. مطالعه عوامل موثر بر استفاده جوانان از اینترنت: تحلیلی بر نتایج یک پیمایش در استان چهارمحال و بختیاری. *تهران: مجله جهانی رسانه*. پاییز و زمستان ۱۳۸۷، شماره ۶.
- اخوتی، مریم. ۱۳۷۷. بررسی وضعیت استفاده از اینترنت توسط اعضای هیات علمی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. *تهران: دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی دانشگاه علوم پزشکی ایران*.
- اسلوین، جیمز. ۱۳۸۰. اینترنت و جامعه (ترجمه عباس رادپاوه و عباس گیلوری). *تهران: کتابدار*.
- اولسون، دیوید. ۱۳۷۷. رسانه‌ها و نمادها: صورتهای بیان، ارتباط و آموزش (ترجمه محبوبه مهاجر). *تهران: سروش*.
- اینگلهارت، رونالد. ۱۳۷۸. تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی (ترجمه مریم و تر). *تهران: کویر*.
- بابارضایی کاشانی، لیلا. ۱۳۷۹. بررسی میزان استفاده و رضایت اعضای هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی خدمات بهداشتی درمانی ایران از اینترنت. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. *تهران: دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی دانشگاه علوم پزشکی ایران*.
- بلیک، رید و هارولدسن، ادوین. ۱۳۷۸. طبقه‌بندی مفاهیم در ارتباطات (ترجمه مسعود اوحدی). *تهران: انتشارات سروش*.
- بورگمان، آلبرت. ۲۰۰۳. اطلاعات و واقعیت در پایان سده. ترجمه مهبد ایرانی طلب. ۱۳۸۸. جستارهایی در رسانه‌ها، فناوری و رسانه. *تهران: انتشارات دانشگاه ادیان و مذاهب*.
- تامپسون، بروکشایر جان. ۱۳۷۹. رسانه‌ها و نوگرایی: نظریه‌ای اجتماعی درباره رسانه‌ها (ترجمه علی ایشاری کسمایی). *تهران: انتشارات موسسه ایران*.
- جوئت، جوسین و کدرای، سیلوی. ۱۳۷۸. گرایش‌های اصلی پژوهشی در تکنولوژی‌های نوین ارتباطات (ترجمه داوود حیدری، کبری علیپور، احمد تدین). *تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها*.
- جوادی، علی محمد. ۱۳۸۳. بررسی میزان و نوع استفاده از اینترنت و تاثیر آن بر ارزش‌های خانواده. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی. *مشهد: دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد*.
- ریتزر، جورج. ۱۳۷۸. نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر (ترجمه محسن ثلاثی). *تهران: انتشارات علمی*.
- زکریانی، لیلا. 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. *تهران: دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تربیت معلم*.
- فتحی، سروش. ۱۳۸۸. بررسی میزان آشنایی و بهره‌مندی از اینترنت در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار. طرح تحقیقاتی درون دانشگاهی.
- لولایی، فاطمه. ۱۳۹۰. تاثیر کاربری اینترنت در رفتار سیاسی دانشجویان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه الزهراء.
- کاستلز، مانوئل. ۱۳۸۰. *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ* (ترجمه احد علیقلیان، افشین خاکباز). *تهران: طرح نو*.
- گراهام، گوردن. ۱۳۹۳. جستاری فلسفی در ماهیت اینترنت، مترجم محمدرضا امین ناصری، *تهران: کویر*.
- گنجی، احمد. ۱۳۸۴. بررسی الگوی کاربران اینترنت و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن مورد مطالعه: نوجوانان و جوانان شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. *تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران*.



گنجی، احمد. ۱۳۸۶. بررسی الگوی کاربری اینترنت در بین افراد ۲۵ تا ۴۰ سال شهر تهران. تهران: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران.

معتمدنژاد، کاظم. ۱۳۸۲. اجلاس جهانی سران درباره جامعه اطلاعاتی (جلد یکم). انتشارات مرکز پژوهش‌های ارتباطات.

معیدفر، سعید، گنجی، احمد. ۱۳۸۴. بررسی پدیده اعتیاد اینترنتی در بین نوجوانان و جوانان و پیامدهای آن. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.

مک کوایل، دنیس. ۱۳۸۰. مخاطب‌شناسی (ترجمه مهدی منتظر قائم). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.  
موحد حمیدی، حمید. ۱۳۸۱. الگوی استفاده از اینترنت توسط دانشجویان دانشکده‌های کشاورزی ایران. تهران: مجله علوم کشاورزی ایران. دوره ۲۳، شماره ۴.

موحد، مجید. مظفری، روح‌الله. کاووسی، محبوبه. ۱۳۹۰. مطالعه رابطه بین ابعاد مختلف استفاده از اینترنت و احساس تجربه شده. تهران: مجله جهانی رسانه، بهار و تابستان ۱۳۹۰، شماره ۱۱.

نوابخش، مهرداد. مختارپور، مهدی. ۱۳۹۱. مدل تبیینی کاربری‌های اینترنت و نقش آن در هویت جنسیتی جوانان شهر تهران. تهران: فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، سال ۷، شماره ۷.

ویندال، سون. اولسون، جین. ، سیگنایزر. ۱۳۷۶. کاربرد نظریه‌های ارتباطات (ترجمه علیرضا دهقان). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.

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

Ji-Won Moon, Young-Gul Kim. 2001. *Extending the TAM for a World-Wide-Web context*. Information & Management 38.

Mindich, David T. 2005. *Tuned Out: Why Americans Under 40 Don't Follow the News*. New York: Oxford University Press, 72.

Miniwatts Marketing Group. 2011. *Internet Usage in the Middle East*, <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm> (visit: 2011.10.9)

Nonnamaker, John Bishop. 2000. *Pre-College Internet Use And Freshman Year Academic Achievement in a Private College: The Effect of Sociodemographic Characteristics, Family Socioeconomic Status, Academic Ability And High School Experiences*. USA: Fordham University.

**The effect of information limitations on information usage of  
Tehrani youth users**

Ahmad Ganji

MSc in Social Sciences

Evaluation manager, Iranian Research Institute for Information  
Science and Technology (IranDoc)

Corresponding Author: [ganji@irandoc.ac.ir](mailto:ganji@irandoc.ac.ir)

Mohammad Rabiei

MSc in IT engineering

lecturer, Iranian Research Institute for Information Science and  
Technology (IranDoc)

[m.rabiei@irandoc.ac.ir](mailto:m.rabiei@irandoc.ac.ir)

Azin Rahmati

MSc in Economics

Expert, Iranian Research Institute for Information Science and  
Technology (IranDoc)

[rahmati@irandoc.ac.ir](mailto:rahmati@irandoc.ac.ir)

**Abstract:**

This research tries to study the effect of information limitation on the users' tendency toward using Internet information amongst adolescents and youth in the Tehran. After reviewing research theoretical and practical literature, using internet has been defined as using Internet for gathering information and for task and professional purposes like as scientific use and news reading. Theoretical explanation of the information limitation effect on the users' tendency has been possible based on sociological and Communication theories. In relationship between two mentioned variables, Two moderator variables – social and economical status and use experience- has been studied .This study research method is survey and research data has been gathered using questionnaire. Our population is 15 to 29 years old adolescents and youth in the Tehran. Assessing data gathered from 384 respondents show that adolescents and youth have average tendency toward information using. Hypothesis testing shows that information limitation has a negatively

significant correlation with users' attitude. Based on the research, users' experience and social and economical status don't have a significant correlation with the information limitation effect on the users' tendency.

**Key word:** Internet Users, Using Internet Information, Information Limitation, Users' Experience, Adolescents and Youth in the Tehran