The Effect of Information Limitations on Information Usage of Tehrani Youth Users

Ahmad Ganji  
MSc in Social Sciences; Researcher; Iranian Research Institute for Information Science and Technology (IranDoc);  
Corresponding Author  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

Azin Rahmati  
MSc in Economics; Expert; Iranian Research Institute for Information Science and Technology (IranDoc);  
rahmati@irandoc.ac.ir

Received: 14, Dec. 2016  Accepted: 14, Jan. 2017

Abstract: This research tries to study the effect of information limitation on the users’ tendency toward using Internet information amongst adolescents and youth in Tehran. After reviewing research theoretical and practical literature, using internet has been defined as using it for gathering information for task and professional purposes like scientific use and news reading. Theoretical explanation of the information limitation effect on 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 .The research method is survey and research data has been gathered using questionnaire. Our population is 15 to 29 years old adolescents and youth in 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.

Keywords: Internet Users, Using Internet Information, Information Limitation, Users’ Experience, Adolescents and Youth, Tehran
تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر کاربری اطلاعاتی اینترنت در بین جوانان شهر تهران

امحمد گنجی

محمد ریبیعی

آذین رحمتی

کارشناسی ارشد علوم اجتماعی؛ پژوهشگر؛ پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)؛ ganji@irandoc.ac.ir

کارشناسی ارشد علوم اقتصادی؛ کارشناس؛ پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)؛ m.rabiei@irandoc.ac.ir

کارشناسی ارشد علوم اقتصادی؛ کارشناس؛ پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)؛ rahmati@irandoc.ac.ir

چکیده: این پژوهش در صدد بررسی تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر تمایل به کاربری اطلاعاتی از اینترنت در بین نوجوانان و جوانان شهر تهران است. پس از معرفی مدل‌ها و تعریف تحقیق، کاربری اطلاعاتی، استفاده از اینترنت به منظور کسب اطلاعات، هدف‌های کاری و خریدهای مانند استفاده خبری، علمی و ... تعریف شده است. با یکپارچگی نظری‌های اربیاطی و جامعه‌شناسی، نتایج نظری از تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر تمایل به کاربری اطلاعاتی از اینترنت صورت گرفت. در تأثیر دو متغیر فوق، دو متغیر تعلیق کننده، بعنی پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانوادگی کاربران و ساختار کاربری آنها برش و تاثیر مورد استفاده در این پژوهش، پیامبری و شیوه جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه و جامعه آماری پژوهش نیز نوجوانان و جوانان واقع در گروههای 19 تا 29 شهر تهران در نظر گرفته شده است. بررسی داده‌های مربوط به 1387 نفر از جامعه آماری نشان داد که نوجوانان و جوانان از تمایل متوسط به کاربری اطلاعاتی برخوردارند. نتایج آزمون فرضیه نیز نشان داد که محدودیت‌های اطلاعاتی اینترنت در بین جوانان شهر تهران است. 1

1. این مقاله نسخه کامل تر مقاله‌ای با نام ‘تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر کاربری اطلاعاتی اینترنت در بین جوانان شهر تهران’ است که در تاریخ 95/07/07 در جهانی هم‌اکنون شده‌است.
اطلاعاتی تأثیر معناداری در تماشای 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

1. مقدمه

فناوری اطلاعات و ارتباطات همراه با فناوری زیستی و فناوری نانو، سه ضلع مثلثی را تشکیل می‌دهند که مسیر و جهت علم و فنون چند دهه آینده را تعیین می‌کند (معتمدزاد 1382). بنابراین، انتقالاب ارتباطی-اطلاعاتی سده بیست و بیست و چهار از الکترونیکی کردن صرف رابطه انسان‌ها دانست. فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی با فراهم‌آوردن امنیت و اطمینان‌آمیزی جامعه شبکه‌ای، که افراد و جوامع را در قالب هایی تازه، همواره‌ای نازه بخشیده (کاستلز 1996)، به‌طوری که قواعد و قوانین حاکم بر ارتباط و تعامل میان انسان‌ها، بلکه نگرش ما را نسبت به خود، دیگران و جهان تغییر داده است (اولسون 1974).

اینترنت یکی از شاخص‌ترین تکنولوژی‌های نوین و به نظر «مانول کاستلز» زیرساخت اساسی جامعه اطلاعاتی به حساب می‌آید (کاستلز 1996). امروزه، «اینترنت آینده‌ای با سرعت و گستردگی در کلیه شنو و نگاهی عادی می‌آید» که تکانده‌ای است (گراهام 1999). آخرین آمار منتشرشده بر روی وبسایت «وضعیت جهانی اینترنت» اشاره می‌دهد که تعداد کاربران اینترنت ایران در سال 2015 نسبت به سال گذشته (2014)، 6 میلیون و 600 هزار نفر و نسبت به سال 2013، در حدود 13 میلیون و 600 هزار نفر افزایش داشته است. به‌طوری که، آمار این وبسایت در سال 2014 تعداد کاربران ایرانی را 42 میلیون نفر اعلام کرده بود؛ در حالی که آمار جدید در همین وبسایت 46 میلیون و 800 هزار نفر ذکر شده است. این تعداد بیش از 40 درصد از کاربران اینترنت در کل خاورمیانه را تشکیل می‌دهد (Miniwatts Marketing Group، 2016).

گسترش سریع نفوذ اینترنت در سال‌های اخیر باعث شده بحث‌ها و تحقیق‌های

1. network society
2. Internet World Stats
متعددی درباره چنین‌های مختلف آن مانند کاربرد آن در سطح مختلف جامعه صورت گرفت. گروهی آن را آزادی بخشه، سودآوری و تعاملی و گروهی دیگر، آن را در دو شکل واقعیت، تولید کننده واقعیت غلط و سرکوب گر می‌دانند (تامپسون 1995). تحقیق‌های جدید «میندیچ» هم نشان می‌دهد که فضایی می‌باشد و دمکراتیک دیگر، گروهی و تعاملی و آزادی بخش، سودآوری را آن را می‌دانند (تامپسون 1995)؛ اندکی این گروهی علیه واقعیت واقعیت دشمنی، تولیدکننده هم نشان می‌دهد که فضای بزرگ و دموکراتیک دنیای مجازی، مبادلات اطلاعاتی را تشویق کرده و اینترنت در موارد امور اجتماعی، ارتباطی و سلامتی مصرف کنندگان تأثیرات مثبت داشته است. به طور مشابه، جوانانی که در امر مبادله اطلاعات از طریق اینترنت فعالیت می‌کنند، در امور اجتماعی مهم به شکلی چشمگیر شرکت دارند (میندیچ 2005).

همانطور که گراهام می‌نویسد: «مردم در اینترنت قادرند هر آنچه را که دوست می‌دانند (تامپسون سرکوب و غلط واقعیت دشمن واقعیت تولیدکننده) هم نشان می‌دهد که فضای بزرگ و دموکراتیک دنیای اجتماعی، ارتباطی و اطلاعاتی را تشویق کرده و اینترنت در موارد امور اجتماعی مهم به شکلی چشمگیر شرکت دارد.» گراهام 1999 (120)

در ایران نیز با توجه به گسترش پردازش نفوذ اینترنت، شاهد بحث و جدال هایی در خصوص چنین‌های مختلف آن چون نحوه و نوع استفاده، اهداف و انگیزه‌های استفاده افراد از اینترنت و... هستیم. این امر تا آنجا کشیده شد که به این مقوله از سوی برخی گروه‌های اجتماعی (نظری گروه‌های مذهبی، فرهنگی و سیاسی) به صورت مسئله‌ای نگریسته شد که رشد و گسترش اینترنت را امری مسئله‌آور قلمداد نموده و رشد آن را موط به رعایت حد و حدواد و وضع شده مناسب با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه دانستند. برخورد این چنینی با اینترنت، چه با به‌خاطر ماهیت آن است که حد و سهولی از اطلاعات را در سطح گستردگی بدون هیچ محدودیتی در انتخاب افراد قرار می‌دهد. از جهت نوع کاربری اینترنت در ایران با این فکت که کاربری اینترنت در ایران از صورت طبیعی و کارکرده خود خارج شده و دیگر نوعی صورت کرکدار ۱ شده است.

آنچه تحقیق حاضر را از تحقیقات مرتبط با اینترنت تفاوت می‌سازد، نگاه خاصی به مقوله اینترنت است و آن برداشتن به مقوله کاربری اطلاعاتی است که به بررسی میزان نقش محدودیت‌های اطلاعاتی در تمایل کاربران به کاربری اطلاعاتی می‌پردازد. بنابراین، سوال اصلی تحقیق عبارت است از: کاربری اطلاعاتی از اینترنت در بین نوجوانان و جوانان

1. dysfunction
شهر تهران چگونه است و محدودیت‌های اطلاعاتی چه تأثیری در تماشای افراد به کاربری اطلاعاتی دارد؟

2. مبانی نظری

در زمینه تیپ‌بینی موضوع‌نگاری از نظریه‌های ارتباطاتی و جامعه‌شناسی بهره‌گیری شده است. دست اول، نظریه استفاده و خشنودی بلاملز و کتز، نظریه مصرف ارتباط جمعی ویندال و نظریه خرسندی دنیس مک کوایل است.

در نظریه الگوی استفاده و خشنودی، فرض اصلی الگوی استفاده و خشنودی که بیشتر احساس کنند که محتوای واقعی نیاز آنان را برآورده می‌کنند، احتمال این که آن محتوای را انتخاب کنند، کمی بیشتر به صورت فعال به دنبال محتوایی هستند که بیشترین خشنودی را فراهم می‌کنند و درجه خشنودی به نیاز‌ها و علایق افراد بستگی دارد. افراد خرد می‌توانند که بیشتر احساس کنند که محتوای واقعی نیاز آنان را برآورده می‌کنند. احتمال این که آن محتوای را انتخاب کنند بیشتر است (ویندال، سیگنایزر و اولسون 1992).

در این نظریه تعاون می‌آید با رسانه‌های گروهی را اغلب اوقات می‌توان از طریق کاربرد و استفاده‌ای که می‌آورد، رسانه‌ها بر روی خشنودی که به‌دست می‌آورد، توضیح داد (بلیک و هارولدسدن 1995).

نیازها و انگیزه‌ها دو عنصر اصلی این نظریه به شمار می‌آیند. نیازها عبارتند از: نیاز به هداشت، امنیت، کنترل مقابل و دوری از تشکیل، انگیزه‌ها نیز که از نیازها ناشی می‌شوند و جنبه‌های کننده آن‌ها را تشکیل می‌دهند، بر اساس طبقه‌بندی «مک کوایل» عبارتند از: آگاهی، مشورت‌خاری، هویت شخصی، کنترل مقابل اجتماعی و فراغت.

شکل 1. الگوی «بلامز و کتز» از نظریه استفاده و خشنودی

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

گنجی و دیگران

دسته دوم نظریه‌ها نظریه‌های جامع‌نشناسی چون «نظریه دگرگونی فرهنگی اینگلهارت» و نظریه کنش ارتباطی «هابرماس» است. بر طبق فرضیه کمباینی «اینگلهارت»، نیازهای مادی ارضای شده بر نیازهای ذهنی زیبایش‌ناخواه و اجتماعی تقدم دارد. بین نیازهای مادی و طبیعی و ایمنی و نیاز اجتماعی فرق اساسی وجود دارد. به عبارتی، ارتباط فرد با اینترنت و افراد آنها را دارند و این نیازهای توسط هر کس که صمیمانه به صورت مطابق گفتنی عمیق شود، ضرورتاً کشف خواهد شد (اسلوین 2000).

با توجه به این که در محیط اینترنت به ویژه در محیط اینترنت افراد به‌رام‌ها می‌توانند نیازهای خود را مطرح کنند و این طرح نیازهای باعث شکل‌گیری یک فضای گفتگو و مباحثه پدیده‌های در برگرفت که کاربران به‌رام‌ها در آن به گفتگو از دیدگاه ایزودند و افراد آنها را دارند و این نیازهای توسط هر کس که صمیمانه به صورت مطابق گفتنی عمیق شود، ضرورتاً کشف خواهد شد (اسلوین 2000).

هنچنین، گروه‌ها در آن مسائل و مشکلات خود را مطرح خود را باعث شکل‌گیری یک فضای صحبت و مباحثه شده و در این مباحثه افکار جدیدی شکل می‌گیرد و این می‌تواند به‌رام‌ها در توضیح‌های تکاملی اینترنت شکل می‌گیرد؛ به طوری که از یکدیگر تأثیر یک‌دیگر می‌گیرند. همچنین، گروه‌ها در آن مسائل و مشکلات خود را مطرح کرده و افراد با احساس عاطفی خود در این موضوع می‌پردازنند.

بر اساس نظریه دستبنده‌های اجتماعی، مردم دارای خصوصیات اجتماعی همسان، رفتار ارتباطی جمعی همسانی از خود نشان می‌دهند. این رفتار، مشتمل بر توجه به رسانه‌ها، رجحان رسانه‌های بر رسانه دیگر، تأثیر ارتباط و تناقضی یا است. این خصوصیات اجتماعی عمده در این بیتی عبارات است از: تحصیلات، درآمد، شغل و زمینه‌های قومی، مذهب، سن، جنسیت و ناحیه چهره‌گی‌های (بلاک و هارولدسون 1975).

بر اساس نظریه مبادله آگورج هومرز، در انتخاب میان چند کنش به‌رام‌های تجربه نتیجه یک کنش برای فرد با ارزش تر باشد، احتمال بیشتری دارد که همان کنش را دوباره انجام دهد. همچنین، اگر تبعیت از یک کنش ارزش موجب کسب رضاپذیری نشود، به تدریج از 1. Cultural Transformation Theory of Ingelhart
2. Communicative Action of Habermas
3. scarcity hypothesis
4. Social Categories Theory
5. Homans’s Social Exchange Theory
اهمیت آن کاملاً می‌شود و ارزش دیگری که اهمیت بیشتری داشته و رضایت بیشتری به همراه می‌آورد، برای فرد با همیت می‌شود. به عبارتی، هرچه شخص در براب‌ری یک عمل پاداش بیشتری یک‌پردازی احتمال تكرار آن عمل بیشتری می‌شود (ریتزرو 1983). بنابراین، با توجه به نظریه‌های فوق، گزاره‌گر فرد با اهمیت می‌شود. به عبارتی، هرچه شخص در برآوردن با همیت بیشتری بگیرد، احتمال تکرار آن عمل بیشتر می‌شود (ریتزرو 1983).

افراد دارای نیازهایی هستند که از منابع مختلف نشأت می‌گیرد. یکی از این نیازهای آگاهی و اطلاعات است و هر گاه این نیازها در جامعه واقعی برای افراد مهیا نشود، افراد در فضای مجازی در صدد برآوردن آن می‌شوند. بر اساس گزاره فوق، می‌توان فرضیه زیر را تدوین نمود:

«حدودیتهای 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:

![نمودار ۳. مدل نظری تحقیق](https://via.placeholder.com/150)

#### ۳. متغیرهای تحقیق

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

- پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده
- کاربری اطلاعاتی از اینترنت

حدودیتهای اطلاعاتی:

سابقه کاربری


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

گنجی و دیگران

در تحقیق حاضر میزان استفاده افراد از اینترنت با هدف فوق پرسیده شد و پاسخ‌ها در مقياس رتبه‌ای و با استفاده از طیف گرم‌های (کم، متوسط، زیاد) مورد سنگش قرار گرفت.

محدودیت‌های اطلاعاتی: محدودیت‌های اطلاعاتی عبارت است از موانع و مشکلاتی در جامعه که یک فرد برای کسب اطلاعات مورد علاقه‌اش با آنها مواجه است. به طوری که فرد می‌پندارد جامعه و محیط پیرامونش، او را از دریافت این اطلاعات محروم می‌سازد.

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

۱. در جامعه ما انگشت گذاشتن روى خیلی چیزها ضد ارزش و ممنوع است;
۲. فکر می‌کنم سانسور در جامعه ما بیداد می‌کند;
۳. جامعه ما جامعه پیرسالاری است. هر چقدر سن بالاتری داشته باشی، بیشتر مورد تایید هست؟;
۴. کنجکاو هستم بدانم جنس مخالف من چگونه است، اما جامعه این فرصت را به من نمی‌دهد;
۵. دوست دارم با دیگران در مورد چیزهایی که دوست دارم راحت صحبت کنم، اما نمی‌توانم;
۶. من آزادی کافی برای بیان و ابراز عقایدم ندارم;
۷. من به ندرت فرصت ابراز ایده و حرفم را دارم.

روش پژوهش

مطالعه حاضر از نوع مطالعات غیر آزمایشی (غیر تجربی) است که در سطح توصیفی و تحلیلی به موضوع برداخته است. به لحاظ روش تحقیق مورد استفاده، در این مطالعه از
روش تحقیق پیمایشی استفاده شده است. بدین صورت که به تنظیم یک بررسی‌نامه، داده‌ها و اطلاعات لازم جمع‌آوری شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل نوجوانان و جوانان (۲۹-۱۵ سال) شهر تهران است. با توجه به حجم بالایی جامعه آماری و محدودیت زمان و بودجه، برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکرین استفاده شد. برای انتخاب نمونه آماری از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شده است. يعني ابتدا، با توجه به متغیر پایگاه اقتصادی و اجتماعی، تهران به سه منطقه شمال، مرکز و جنوب تقسیم و مناطق ۱ تا ۵ به عنوان مناطق شمالی (بالا)، مناطق ۶ تا ۱۲ به عنوان مناطق مرکزی (متوسط) و مناطق ۱۳ تا ۲۲ به عنوان مناطق جنوبی (پایین) در نظر گرفته شد. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی منطقه ۱۲ از شمال، منطقه ۶ از مرکز و منطقه ۱۶ از جنوب به عنوان مناطق نمونه انتخاب شدند. در مرحله بعد با استفاده از نقشه بلوک‌های «سازمان آمار»، جویه‌های هر یک از مناطق به صورت خوشه‌ای انتخاب شد و به‌طور متوسط در هر منطقه ۵ حوزه و در هر حوزه ۲ بلوک به صورت تصادفی انتخاب شد. نقطه شروع در هر بلوک یکی برای کل بلوک‌ها، واحدهای هر بلوک مشخص و بر اساس روش نمونه‌گیری تصادفی سیستمیک شناوری انتخاب شدند و در داخل هر یک از مناطق با استفاده از افراد واجد شرایط (در صورت وجود و اعلام آزادی) نظرسنجی به عمل آمد. بیش از نیمی (معادل ۲/۳ دصره) از پاسخ‌دهگان در این تحقیق مرد و بقیه را که ۴۸/۷ درصد است، زنان تشکیل می‌دهند. به علاوه، با دست‌بندي از سن های بین ۱۵ تا ۲۹ سال

جهت اعتبارسنجی ابزار اندوزه گیری از اعتبار صوری (محوایی) استفاده شده است. همچنین، در این روش از مشاوره و مشاوره ابزار استفاده شد. بهره گرفتن شد. جهت تعیین نیازان پایایی، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. که نتایج آزمون (با آلفای ۸۲ دصرده) نشان داد که سوالات بررسی‌نامه زیادی از اهداف اصلی بررسی‌نامه ترجمه شدند. بیش از جمع آوری مورد پردازش و تجزیه و تحلیل گرفته‌اند.

5. یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های افراد مورد مطالعه: افراد مورد مطالعه از ویژگی‌های زیبای برخوردار بودند: بیش از نیمی (معادل ۳/۵ دصرده) از پاسخ‌دهگان در این تحقیق مرد و بقیه را که ۴۸/۷ درصد است، زنان تشکیل می‌دهند. به علاوه، با دست‌بندي از سن های 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 تقیبی نیمی از پاسخ‌دهندگان را تشکیل می‌دهد. همچنین، اکثراً فریب به اتفاق پاسخ‌دهندگان مجرد هستند و این امر بار توجه به گروه سنی آنان که بین ۱۵ تا ۲۹ سال قرار دارند، امری دیگر از انتظار به نظر نمی‌رسد. همچنین، بیشتر از نیمی از پاسخ‌دهندگان تحقیق دانشجو بوده و بیشتر آنان دارای تحصیلات لیسانس و دیپلم هستند.

در نهایت، بیشتر پاسخ‌دهندگان از پایگاه اقتصادی و اجتماعی متوسط رخ‌های برخوردار بوده‌اند. بنابراین، ما در این تحقیق بیشتر با افرادی سرو کار داشته‌ایم که نسبت جنسی آن‌ها تا اندازه‌ای برابر، ولی بیشتر در گروه سنی ۲۲ سال و مجرد و دانشجو و میزان تحصیلات آن‌ها لیسانس و از پایگاه اقتصادی و اجتماعی متوسطی رخ‌های برخوردار بوده‌اند. سابقه کاربری تقریباً نیمی از افراد نیز بین ۳ تا ۵ سال بوده است.

نمودار ۱ نتایج توزیع درصدی میزان تمایل کاربران به کاربری اطلاعاتی از اینترنت به تفکیک چهار نوع کاربری.

نتایج کلی از محاسبه میزان تمایل کاربران به کاربری اطلاعاتی از اینترنت مطابق...
نمودار ۱. نتایج آمار توصیفی متغیر میزان تمایل به کاربری اطلاعاتی از اینترنت

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

| متغیر | حداکثر | دما | میانه | میانگین | انحراف معیار | محدودیت های اطلاعاتی
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>تمایل به کاربری اطلاعاتی</td>
<td>۱۳/۲۴</td>
<td>۸</td>
<td>۸</td>
<td>۸ / ۲</td>
<td>۸ / ۹</td>
<td>۱ / ۹ / ۹</td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

میزان محدودیت‌های اطلاعاتی: نتایج به دست آمده از محاسبه گویه‌های متغیر میزان

1. Independent Samples T Test
محدودیت‌های اطلاعاتی نشان داد که کاربران میزان محدودیت‌ها در جامعه را در حد متوسط رو به بالا دانسته‌اند. جدول‌های شماره 2 و 3 جزئیات دقیق‌تری از یافته‌های فوق ارائه می‌گردد.

جدول 2: نتایج توزیع درصدی گویه‌های محدودیت‌های اطلاعاتی

| گویه‌ها                  | یک جواب جمع کاملاً مخالف | کاملاً مخالف | مواقم | کاملاً موافق | موافق | کمیتی موافق | مشایخ مخالف | مخالف | کاملاً گویه
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>100</td>
<td>24/2</td>
<td>5/5</td>
<td>22/1</td>
<td>1/2</td>
<td>7/8</td>
<td>27/3</td>
<td>3/1</td>
<td>100</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>100</td>
<td>29/7</td>
<td>22/1</td>
<td>34/1</td>
<td>6/2</td>
<td>7/2</td>
<td>19/3</td>
<td>7/8</td>
<td>100</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>100</td>
<td>17/6</td>
<td>28/6</td>
<td>36/2</td>
<td>4/4</td>
<td>18/6</td>
<td>19/2</td>
<td>4/6</td>
<td>100</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>100</td>
<td>33/5</td>
<td>15/1</td>
<td>21/2</td>
<td>6/6</td>
<td>27/3</td>
<td>31/3</td>
<td>3/6</td>
<td>100</td>
</tr>
</tbody>
</table>

آزمون فرضیه: جهت آزمون فرضیه تحقیق، با توجه به این که هر دو متغیر فرضیه از مقياس فاصله‌ای بودند، از آزمون بیرسون استفاده شد و برای آزمون نفس متغیرهای مداخله گر در فرضیه فوق از آزمون تفکیکی استفاده شد. با توجه به نتایج جدول زیر، به استندارد مقیاس 21/0/00 حاصل در آن آزمون تفکیکی استاندارد نشان داده می‌گردد. این نتایج با توجه به کنترل متغیرهای سابقه کاربری و سابقه خانوادگی، رابطه فوق معنادار بود و این امر نشان‌دهنده وجود

1. Pearson correlation 2. partial correlation
رابطه واقعی بین آن‌هاست.

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیه تحقق

<table>
<thead>
<tr>
<th>فرضیه</th>
<th>مقدار همبستگی</th>
<th>درجه آزادی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر تمایل به کاربری اطلاعاتی</td>
<td>۰/۳۲۳۸۴</td>
<td>۴۰۱</td>
</tr>
<tr>
<td>تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر تمایل به کاربری اطلاعاتی با در نظر گرفتن سابقه کاربری</td>
<td>۰/۳۳۳۸۱</td>
<td>۴۰۱</td>
</tr>
<tr>
<td>تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر تمایل به کاربری اطلاعاتی با در نظر گرفتن پایگاه اجتماعی اقتصادی خانواده</td>
<td>۰/۳۲۳۸۴</td>
<td>۴۰۱</td>
</tr>
</tbody>
</table>

۶. بحث و نتیجه‌گیری

همان‌طور که نتایج نشان داد، میزان تمایل نوجوانان و جوانان به کاربری اطلاعاتی از اینترنت در سطحی متوسط قرار دارد. متوسط بودن کاربری اطلاعاتی برای کاربرانی است که سابقه متوسط در استفاده از اینترنت دارند و با توجه به مطالعه نگجی، می‌توان این گونه نتیجه فوق را تفسیر نمود که افراد در بعدی کاربری اینترنت از کاربری هدفمندی پرخبودار نیستند. اما در گذش زمان و تغییر شرایط کاربری و زمینه‌ای، شاهد کاربری هدفمند هستم (۱۳۸۶). نتایج هر یک از انواع کاربری نیز نشان داد که کاربری عمومی بیشترین استفاده و پس از آن ترتیب، کاربری خبری، کاربری علمی و کاربری تجاری قرار دارند. این نتیجه، با توجه به تحقیقات کاربران کمی دور از ذهن بود؛ چون انتظار می‌رفت کاربری علمی بیشترین سهم را داشته باشد. ادلایی که در پژوهش‌های اخوتی (۱۳۷۷)، بابرضایی کاشانی (۱۳۷۹)، موافتی (۱۳۸۱), از کرپایی (۱۳۸۱)، جمیلی (۱۳۸۱) مورد تأیید قرار گرفته است.

بنابراین، هرچند میزان میزان نوجوانان و جوانان نهایتی به الگوی اطلاعاتی از اینترنت پایین نبود، 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 دریافت اطلاعات می‌کنند. چه به ترتیب فوق ما را مکلف می‌سازد که به صورت مستمر تحولات الگوی کاربران نوجوان و جوان را مورد بررسی قرار دهیم.

در تحقیقاتی که درباره کاربری اینترنت انجام گرفته، کاربری‌ها بر حسب نوع‌شناختی‌های کاربران متفاوت است و در پژوهش‌هایی که به کاربری اطلاعاتی
پرداخته‌اند، میزان این کاربری را به‌افشاق در حد متوسط و بالا ذکر کرده‌اند. به عنوان گمانه‌گری، پژوهش‌ها و مطالعات شناختی‌نوروزی اینترنت در بین جوانان تهرانی متوسط و اما کاربری ارتباطی در سطح بالایی قرار دارد (۱۳۹۱). این یافته در واقع، دستی‌بندی «جی وون و یونگ گول» را تداعی می‌کند که کاربران وب را به دو گروه عمده تقسیم کرده‌اند: گروهی که هدف آنها از استفاده از وب، مقام‌دار کاری است و گروه دوم کسی که برای سرگرمی سراغ وب می‌روند. آن‌ها نشان دادند برای کاربرانی که هدف آنها از استفاده از وب سرگرمی است، اخیراً اهمیت بیشتری دارد و برای کاربرانی که هدفشان کار است، امین‌پور و یونگ گول (۲۰۰۱) نشان می‌دهند که کاربرین اطلاعاتی اینترنت در بین جوانان شهر تهران متوسط و اما کاربرین ارتباطی تا اندازه زیادی برحسب ویژگی‌های سه‌ست، جنس، تحصیلات، شغل و ... متفاوت خواهد بود و این کاربری در طی زمان نیز به‌دلیل عوامل و زمینه‌های گوناگون در سطح فردی، اجتماعی و رسانه‌ای، اینترنت ممکن است تغییر نماید.

نتایج آزمون تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر کاربری اطلاعاتی از اینترنت نیز نشان
داد که با بالارفتن و وجود محدودیت‌های اطلاعاتی در جامعه، تمایل به کاربری اطلاعاتی از اینترنت برای رفع نیازهای اطلاعاتی بیشتر می‌شود. این باعث نظریه‌هایی صاحب‌نظرانی چون هاینریش سایزی، «اینترنت‌ها»، نظریه‌پردازان استفاده و خشوندی را تأیید می‌کند و این گزاره مورد تأیید قرار می‌گیرد که افراد دارای نیازهای هستند و 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 هم‌نشود، افراد در فضای مجازی درصد برآوردن آن می‌شوند. در واقع، کنشی که کاربر در قالب کنش کاربری اطلاعاتی در فضای مجازی بروز می‌دهد، به تعبیر جامعه‌شناسی از ساخت جامعه‌ای تولید شده است که به کاربر در محیط واقعی این امکان را فراهم نکرده با محدودیت‌هایی قابل است. به تعبیر نظریه‌پردازان استفاده و خشوندی این‌گونه‌ها، نیازی در افراد ایجاد شده که برای هر فرد بر حسب ویژگی‌های زمینه‌های از شدت متفاوت برخوردار ایست و خود این باعث نوع کاربری اطلاعاتی از اینترنت می‌شود.

پرسشی که می‌توان به عنوان مکمل پژوهش حاضر مطرح کرد این که آیا کاربرانی که به دلیل محدودیت‌های موجود در فضای واقعی برای رفع نیاز خود به کاربری اطلاعاتی از اینترنت مراجعه می‌نماید با چه کیفیتی و کمیتی از اطلاعات مواجه می‌شوند؟ این پرسش با توسعت روزافزون اینترنت دفع‌گری بسیاری از اندیشه‌امل و فیلسوفان بوده است و بر حسب پاسخ آنها به این پرسش، می‌توان آنها را از هم متفاوت نمود. نمونه بارز این اندیشه‌امل «بازگذاری» است که معتقد است (بازگذاری) بخش اینترنت چیزی نیست جز یک زبان‌داتی برای دور انداختن وقت لفظ شده (بازگذاری ۲۰۱۳۲۱۲). این پرسش در جامعه‌ای مانند ایران که از بافت مذهبی و فرهنگی ویژگی‌های برخوردار است، از اهمیت بیشتری برخوردار بوده و نیازمند انجام پژوهش‌های مستقل است.

فهرست منابع
آقایبافی، عزیزالله، (۱۳۸۷). مطالعه عوامل مؤثر بر استفاده جوانان از اینترنت. تحلیلی بر تغییر نتایج پیک می‌پیامد. در استاده چهارمحال و بختیاری. مجله جهانی رسانه‌های اخوتی، مرتضی (۱۳۷۷). بررسی وضعیت استفاده از اینترنت به توسط اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های علمی پزشکی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی پزشکی دانشگاه علمی پزشکی ایران.
تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر کاربری اطلاعاتی اینترنت در بین جوانان شهر تهران | گنجی و دیگران


اينگ‌هلارته، رونالد. 1990. تجربه فرزند در جامعه. پیشرفت صنعتی. ترجمه مرضعه صادقی. 1371. تهران: کور، بابایضا کاشانی، لیلا. 1379. بررسی میزان استفاده و رضایت اعضای هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی خدمات بهداشتی درمانی ایران از اینترنت. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی دانشگاه علوم پزشکی ایران.


ازکی، مصطفی و جمال علیپور، و احمدرضا هدایت و اخباره سیلوئی کریز. 1379. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات گفتار و صدا. 1378. تهران: مهندسی اطلاعات ارتباطات. 1377. تهران: انتشارات مؤسسه ایران.

بیچاره، جوزف. 1983. تجربه‌های جامعه‌شناسی در دوران معصر. ترجمه محسن ثلاثی. 1378. تهران: انتشارات علمی.

گئرمانت، آنتونی. 1970. تأثیر میزان استفاده از رسانه‌های نوین از رخنه در ساختارهای اجتماعی. ترجمه مسعود زیبا. 1379. تهران: انتشارات مؤسسه ایران.


جوان، جواد. 1389. نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معصر. ترجمه محسن ثلاثی. 1378. تهران: انتشارات علمی.


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.

_____ ۱۳۸۶. بررسی الگوی کاربردی اینترنت در بین افراد ۲۵ تا ۳۰ سال شهر تهران. تهران: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران.


موحود حمیدی، حمید. ۱۳۸۱. الگوی استفاده از اینترنت توسط نوجوانان دانشکده‌های کشاورزی ایران. مجله علوم کشاورزی ایران ۲۳ (۴): ۷۰۷-۷۳۷.

نوابخش، مهیده، و مهدی مختارپور. ۱۳۹۱. مدل تبیینی کاربردهای اینترنت و نقش آن در هویت جنسیتی جوانان شهر تهران. فصلنامه مطالعات جامعه‌سنجشی جوانان ۷ (۷): ۱۵۱-۱۸۶.

ویندال، سون، بنو سیگنایزر، و جین اولسون. ۱۹۹۲. کاربرد نظریه‌های ارتباطات. ترجمه و بهبود دهقان. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.


احمد گنجی
متولد سال ۱۳۵۹ دارای مدرک کارشناسی ارشد در رشته پژوهش علوم اجتماعی از دانشگاه تهران است. ایشان هم‌اکنون معاون مدیر ارزیابی و تحول اداری پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) است. مدیریت عملکرد، برنامه‌ریزی استراتژیک و جامعه اطلاعاتی از جمله علایق پژوهشی وی است.

محمد رضوی
متولد سال ۱۳۶۲ دارای مدرک کارشناسی ارشد در رشته مهندسی فناوری اطلاعات با گرایش تجارت الکترونیک از دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی و دانشجوی مقطع دکتری در رشته مهندسی فناوری اطلاعات با گرایش تجارت الکترونیک از دانشگاه علم و صنعت ایران است. ایشان هم‌اکنون مربی گروه پژوهشی کسب و کار الکترونیک در پژوهشگاه فناوری اطلاعات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) است.

آذین رحمتی
متولد سال ۱۳۶۴ دارای مدرک کارشناسی ارشد در رشته علوم اقتصادی با گرایش توسعه اقتصادی و برنامه‌ریزی از دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران است. ایشان هم‌اکنون کارشناس مدیریت ارزیابی و تحول اداری پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) است. مدیریت عملکرد، برنامه‌ریزی استراتژیک، برنامه‌ریزی اقتصادی و مدیریت فناوری اطلاعات از جمله علایق پژوهشی وی است.