

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

احمد گنجی<sup>۱</sup>، کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی و کارشناس پژوهشی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)  
محمد ربیعی<sup>۲</sup>، عضو هیأت علمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران  
آذین رحمتی<sup>۳</sup>، کارشناس پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)

## چکیده

این پژوهش درصدد بررسی تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر تمایل به کاربری اطلاعاتی از اینترنت در بین نوجوانان 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 مداخله‌گر 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.

**کلیدواژه:** کاربران اینترنت، کاربری اطلاعاتی، محدودیت اطلاعاتی، سابقه کاربری، نوجوانان و جوانان تهران

---

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

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

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

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 (معتدناژاد، ۱۳۸۲). بنابراین، انقلاب ارتباطی - اطلاعاتی سده بیست و یک را باید بسیار فراتر از صرف الکترونیکی کردن رابطه انسان‌ها دانست. فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، با فراهم آوردن امکان پیدایی «جامعه شبکه‌ای»<sup>۴</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>۵</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>۶</sup> زیرساخت اساسی جامعه اطلاعاتی به حساب می‌آید (کاستلز، ۱۳۸۰). آخرین آمار منتشر شده بر روی وب سایت «وضعیت جهانی اینترنت»<sup>۷</sup> نشان می‌دهد تعداد کاربران اینترنت ایران در سال ۲۰۱۱ نسبت به سال گذشته سه میلیون و ۳۰۰ هزار و نسبت به سال ۲۰۰۹ در حدود چهار میلیون و ۳۰۰ هزار نفر افزایش داشته است. به طوری که آمار این وب سایت در سال ۲۰۱۰ تعداد کاربران ایرانی را ۳۳ میلیون و ۲۰۰ هزار نفر اعلام کرده بود در حالی که آمار جدید این وب سایت تعداد کاربران ایرانی را ۳۶ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر اعلام کرده است، این تعداد، بیش از نیمی از کاربران اینترنت در کل خاورمیانه را تشکیل می‌دهد (گروه بازاریابی مینی وات، ۲۰۱۱).

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، تولید کننده واقعیت غلط و سرکوبگر می‌دانند. برخی هم، 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).

در ایران نیز با توجه به گسترش ضریب نفوذ اینترنت، به تدریج 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) به صورت مسئله‌ای نگریسته شد که رشد و گسترش اینترنت را امری مسئله‌آور قلمداد نموده و رشد آن را منوط به رعایت حد و حدود وضع شده متناسب با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه دانستند. برخورد این‌چنینی با اینترنت، چه بسا به خاطر ماهیت آن می‌باشد که حد وسیعی از

4. Network Society.

5. Attitude.

6. Manuel Castells.

7. Internet World Stats.

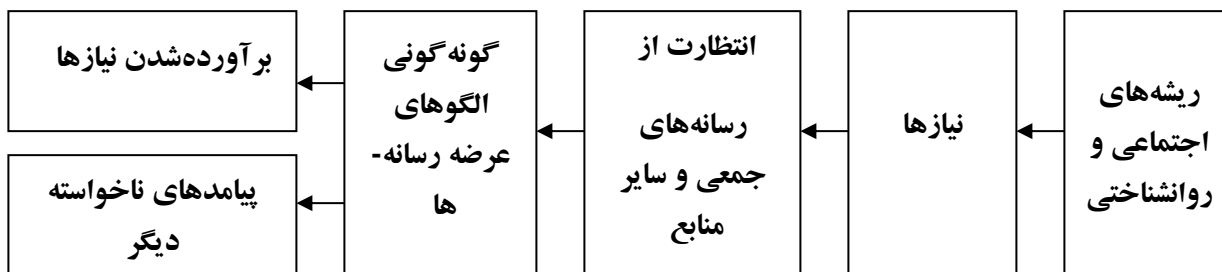
اطلاعات را در سطح گسترده بدون هیچ محدودیتی در اختیار افراد قرار می‌دهد. از حیث نوع کاربری اینترنت در ایران باید گفت که کاربری اینترنت در ایران از صورت طبیعی و کارکردی خود خارج شده و دچار نوعی صورت کژکارکرد<sup>۸</sup> شده است.

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 عبارتند از: «کاربری اطلاعاتی از اینترنت در بین نوجوانان و جوانان شهر تهران چگونه است و محدودیت اطلاعاتی چه تأثیری در تمایل افراد به کاربری اطلاعاتی دارد؟»

## ۱- مبانی نظری

در زمینه تبیین موضوع تحقیق از نظریه‌های ارتباطاتی و جامعه‌شناختی بهره گرفته شد. دسته اول نظریه‌های استفاده و خشنودی<sup>۹</sup> بلاملر و کاتز،<sup>۱۰</sup> نظریه مصرف ارتباط جمعی و پنداهال<sup>۱۱</sup> و نظریه دسته خرسندی دنیس مک کوایل<sup>۱۲</sup> است. در نظریه‌های الگوی استفاده و خشنودی، فرض اصلی الگوی 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 (وینداهال 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 بر اساس 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>۸</sup>. Dysfunction.

<sup>۹</sup>. Uses and Gratifications Theory.

<sup>۱۰</sup>. Blumler and Katz.

<sup>۱۱</sup>. Windahl.

<sup>۱۲</sup>. D. McQuail.

دسته دوم نظریه‌ها، نظریه‌های جامعه‌شناسی چون نظریه دگرگونی فرهنگی اینگلهارت<sup>۱۳</sup> و نظریه کنش ارتباطی هابرماس<sup>۱۴</sup> است. بر طبق فرضیه کمیابی<sup>۱۵</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 مسائل و مشکلات خود را مطرح کنند و انرژی عاطفی خود را در این محیط‌ها مصرف نمایند.

بر اساس نظریه دسته‌بندی‌های اجتماعی<sup>۱۶</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>۱۷</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 به تدریج از اهمیت آن کاسته می‌شود و ارزش دیگری که اهمیت بیشتری داشته و رضایت بیشتری به همراه می‌آورد برای فرد با اهمیت می‌شود به عبارتی هر چه شخص در برابر یک عمل پاداش بیشتری بگیرد، احتمال تکرار آن عمل بیشتر می‌شود (ریتزر، 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 هر گاه این نیازها در جامعه واقعی برای افراد مهیا نشود افراد در فضای مجازی درصدد برآوردن آن می‌شوند.

بر اساس گزاره فوق می‌توان فرضیه زیر را تدوین نمود:

13. Cultural transformation theory of Ingelhart.

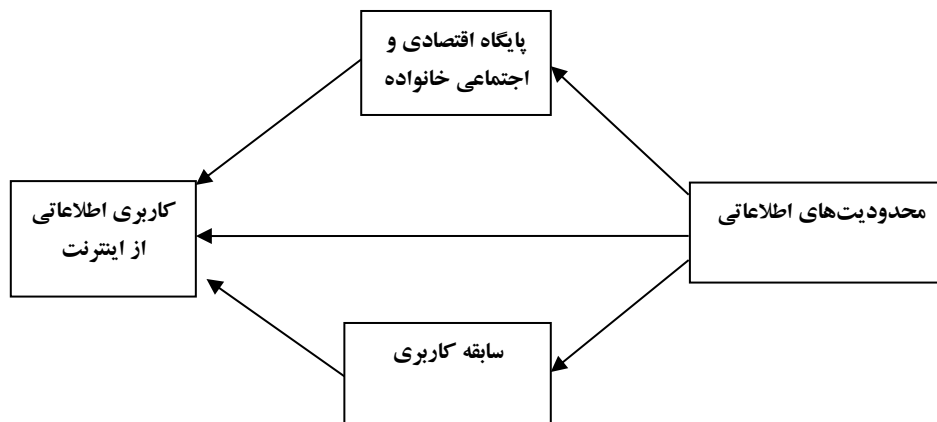
14. Communicative action of Habermas.

15. Scarcity hypothesis.

16. Social Categories Theory.

17. Homans's Social Exchange Theory.

محدودیت‌های اطلاعاتی موجود در جامعه تأثیر معناداری بر تمایل افراد به کاربری اطلاعاتی از اینترنت دارد. با توجه به پذیرش اصل غیر خطی 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

## ۲- متغیرهای تحقیق

**کاربری اطلاعاتی:** شامل آن نوع کاربری است که کاربر از اینترنت به عنوان ابزاری نه برای تعامل، و کنش و واکنش متقابل با دیگران بلکه بیشتر به عنوان ابزاری برای کسب اطلاعات و به عنوان 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.

**محدودیت اطلاعاتی:** محدودیت 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 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 ضد ارزش و ممنوعه.
- فکر می‌کنم سانسور تو جامعه ما بیداد می‌کنه.
- جامعه ما جامعه پیرسالاریه، هر چی سن بالاتری داشته باشی، بیشتر مورد تأییدی.
- کنجکاوم بدونم جنس مخالفم چه گونه‌اند، اما جامعه این فرصت را به من نمیده.
- دوست دارم با دیگران در مورد 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.

### 3- شناسی پژوهش‌روش

مطالعه حاضر از نوع مطالعات غیر آزمایشی (غیر تجربی) 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 به عنوان مناطق جنوب (پایین) در نظر گرفته شد. و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی از منطقه شمال (منطقه ۳)، و در مرکز (منطقه ۶) و در جنوب (منطقه ۱۶) به عنوان مناطق نمونه انتخاب شدند. در مرحله بعد با استفاده از نقشه بلوک‌های سازمان آمار، به صورت خوشه‌ای حوزه‌های هر یک از مناطق انتخاب شد و به طور متوسط در هر منطقه ۵ حوزه و در هر حوزه ۲ بلوک به صورت 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 بر اساس 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>۱۸</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 سؤالی از پرسشنامه نگردید. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد پردازش و تجزیه و تحلیل گرفتند.

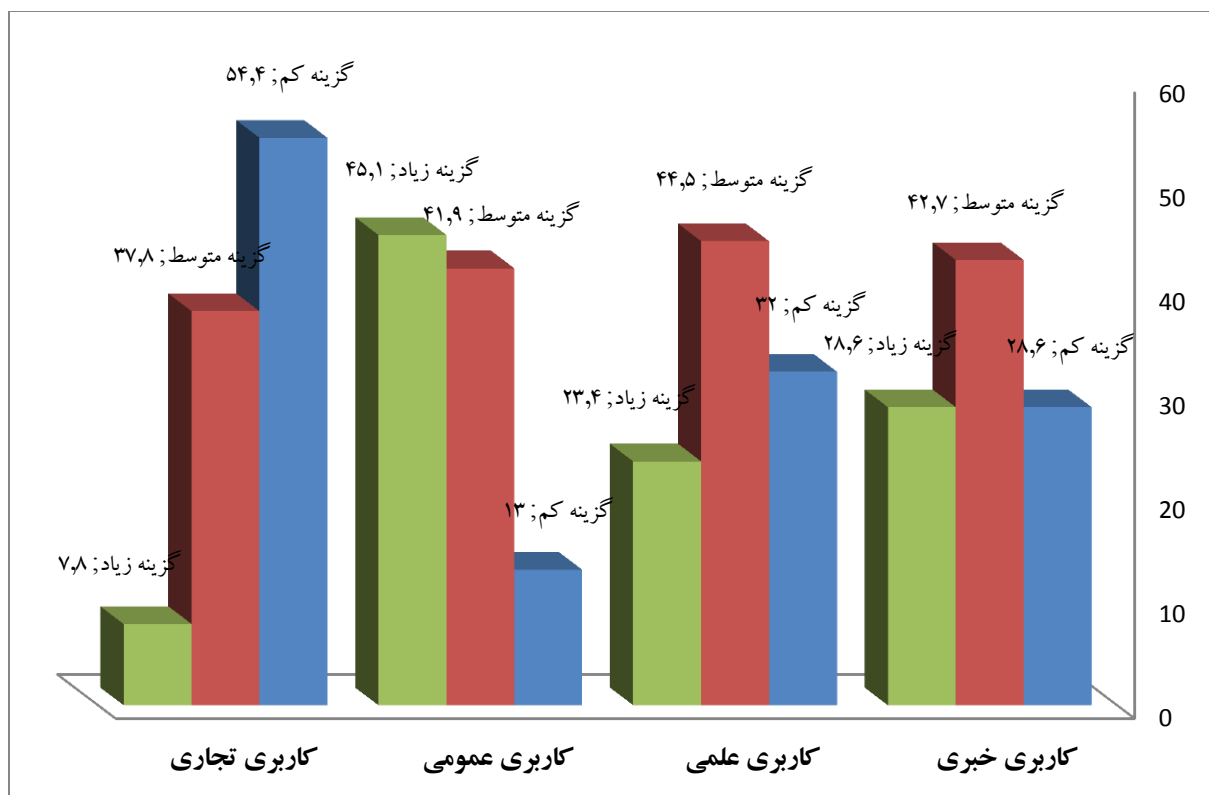
#### 4- یافته‌های تحقیق

#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. به علاوه، 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 نمی‌رسید. همچنین، بیش از نیمی از پاسخگویان تحقیق دانشجو هستند و اکثریت پاسخگویان دارای تحصیلات لیسانس و دیپلم می‌باشند. در نهایت، 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.

---

<sup>18</sup>. Cronbach's Alpha.



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

نتایج کلی از محاسبه میزان تمایل کاربران به کاربری اطلاعاتی از اینترنت 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 به صورت مستمر تحولات الگوی کاربران نوجوان و جوان مورد بررسی قرار دهیم.

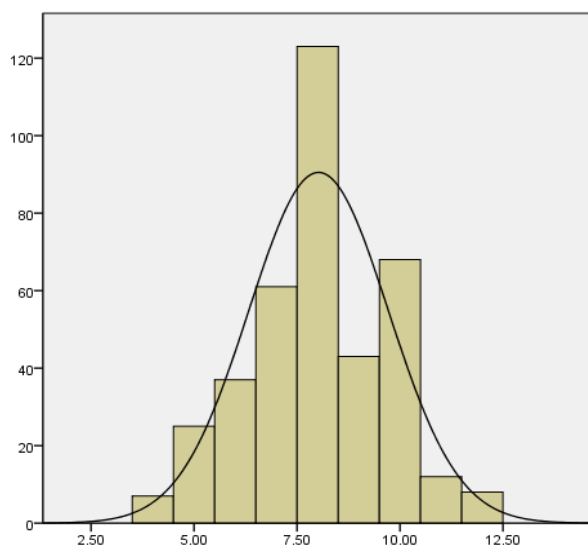
نتایج آزمون تی نمونه های مستقل<sup>۱۹</sup> (با مقدار ۳,۳۸۷ با آلفای ۰,۰۵) هم نشان داد که مردان (با میانگین ۸,۳۰) نسبت به زنان (با میانگین ۷,۷۲) از تمایل بیشتری به کاربری اطلاعاتی برخوردارند.

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	۸,۰۲	۱,۶۹

<sup>19</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 محدودی‌های 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	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، هر چی سن بالاتری داشته باشی، بیشتر مورد تأییدی	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	
دوست دارم با دیگران در مورد چیزهایی که دوست دارم راحت صحبت کنم اما نمی‌تونم	۲۳/۲	۲۴/۷	۳۱/۵	۱۴/۳	۳/۴	۲/۹	۱۰۰	
من آزادی کافی برای بیان و ابراز عقایدم ندارم.	۳۱	۲۶	۲۵	۱۱/۵	۵/۵	۱	۱۰۰	
در جامعه ما انگشت گذاشتن رو خیلی چیزها ضد ارزش و ممنوعه	۳۵/۷	۲۹/۲	۲۱/۹	۵/۲	۶	۲/۱	۱۰۰	

### جدول (۳) نتایج آمار توصیفی متغیر میزان محدودیت‌های اطلاعاتی

متغیر	حداقل	حداکثر	نما	میانه	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>۲۰</sup> استفاده شد و برای آزمون نقش متغیرهای مداخله‌گر در فرضیه فوق از آزمون تفکیکی<sup>۲۱</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 نشان دهنده وجود رابطه واقعی بین آنها است.

### جدول (۴) نتایج آزمون فرضیه تحقیق

فرضیه	مقدار همبستگی	معناداری	درجه آزادی
تأثیر محدودیت اطلاعاتی بر تمایل به کاربری اطلاعاتی	۰,۳۲	۰,۰۱	۳۸۴
تأثیر محدودیت اطلاعاتی بر تمایل به کاربری اطلاعاتی با در نظر گرفتن سابقه کاربری	۰,۳۳	۰,۰۱	۳۸۱
تأثیر محدودیت اطلاعاتی بر تمایل به کاربری اطلاعاتی با در نظر گرفتن پایگاه خانوادگی	۰,۳۲	۰,۰۱	۳۸۱

### بحث و نتیجه گیری

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. ادعای که نونامیکر (۲۰۰۰) نیز به آن اشاره دارد به طوری که در بین کاربران اینترنت، دانشجویان و دانشگاهیان جزو اصلی‌ترین آنان محسوب می‌شوند. دانشجویان می‌توانند به سایت اصلی دانشگاه‌ها متصل و در آن

<sup>20</sup>. Pearson Correlation.

<sup>21</sup>. Partial Correlation.

جست‌وجو نمایند، در دانشگاه‌ها ثبت‌نام کنند و با استادان و دانشجویان دانشگاه‌های مختلف ارتباط برقرار نماید و حتی در کلاس‌های روی خط شرکت کنند (نونامیکر، ۲۰۰۰).

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، استفاده‌ی کاری و درسی استفاده می‌کنند. چه بسا نتیجه‌ی فوق‌ما را مکلف می‌سازد تا به صورت مستمر تحولات الگوی کاربران نوجوان و جوان مورد بررسی قرار دهیم.

در تحقیقاتی که درباره‌ی کاربری اینترنت انجام گرفته کاربری‌ها بر حسب نوع‌شناسی‌های کاربران متفاوت است به عنوان مثال تحقیق اخوتی (۱۳۷۷) نیز در مطالعه‌ی خود با عنوان «بررسی وضعیت استفاده از اینترنت توسط اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران» به این نتیجه رسید که استفاده‌کنندگان از شبکه‌ی اینترنت بیشتر برای کارهای پژوهش و سپس برقراری ارتباط با همکاران خود در خارج از کشور استفاده می‌نمایند. بنابراین، نتایج تحقیقات فوق که در محیط دانشگاهی انجام گرفته است دلالت بر کاربری اطلاعاتی دانشگاهیان از اینترنت دارد (اخوتی، ۱۳۷۷).

در تحقیق بابارضایی کاشانی (۱۳۷۹) با عنوان «بررسی میزان استفاده و رضایت اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی خدمات بهداشتی درمانی ایران از اینترنت» نیز علت اصلی استفاده‌ی اینترنت، کسب اطلاعات روزآمد و انجام کارهای پژوهشی ذکر شده است (بابارضایی کاشانی، ۱۳۷۹).

تحقیق زکریائی (۱۳۸۱) تحت عنوان «بررسی میزان و چگونگی استفاده از اینترنت توسط دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران به تفکیک جنسیت، دوره‌ی تحصیلی و دانشگاه در سال تحصیلی ۱۳۸۰-۱۳۸۱ که در مورد دانشجویان سه دانشگاه تهران، تربیت معلم و تربیت مدرس انجام شده نشان داد پاسخگویان به ترتیب اولویت از اینترنت به عنوان ۱- ابزار پژوهشی ۲- ابزار آموزشی ۳- ابزار ارتباطی استفاده کرده‌اند (زکریائی، ۱۳۸۱).

موحد حمیدی (۱۳۸۱)، نیز در کار خود «الگوی استفاده از اینترنت توسط دانشجویان دانشکده‌های کشاورزی ایران»، به این نتیجه دست یافته است که افراد مورد مطالعه‌اش بیشترین استفاده را به ترتیب وب، پست الکترونیک، چت، گروه‌های بحث، گروه‌های خبری ذکر نموده‌اند (موحد حمیدی، ۱۳۸۱).

همچنین جی وون مون<sup>۲۲</sup> و همکارش کاربران وب را به دو گروه عمده تقسیم کرد: 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>۲۳</sup> اهمیت بیشتری دارد و برای کاربرانی که هدفشان کار است، «مفید بودن» اهمیت بیشتری دارد اما برای هر دوی این گروه‌ها مفرحی دارای اهمیت است (جی وون مون و همکارش، ۲۰۰۱).

گرینفلد<sup>۲۴</sup> (۱۹۹۸) نیز در مطالعه‌ای عمده‌ترین موارد مصرفی اینترنت عبارت بودند از: اتاق‌های چت، هرزه‌نگاری، خرید آنلاین، و نامه‌ی الکترونیکی (بولن و هری، ۲۰۰۰).

22. Ji-Won Moon.

23. Enjoyment.

24. Greenfield.

نتایج آزمون تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر کاربری اطلاعاتی از اینترنت نیز نشان داد که با بالارفتن وجود محدودیت‌های اطلاعاتی در جامعه، تمایل به کاربری اطلاعاتی از اینترنت برای رفع نیازهای اطلاعاتی بیشتر می‌شود. این یافته نظریه‌های صاحب‌نظرانی چون هابرماس، اینگلهارت و نظریه‌پردازان استفاده و خشنودی را تأیید می‌کند و این گزاره مورد تأیید قرار می‌گیرد که افراد دارای نیازهایی هستند که این نیازها از منابع مختلف نشأت می‌گیرد یکی از این نیازها، نیاز به آگاهی و اطلاعات است و هر گاه این نیازها در جامعه واقعی برای افراد مهیا نشود افراد در فضای مجازی درصدد برآوردن آن می‌شوند. در واقع کنشی که کاربر در قالب کنش کاربری اطلاعاتی در فضای مجازی بروز می‌دهد به تعبیر جامعه‌شناختی از ساخت جامعه‌ای تولید شده است که به کاربر در محیط واقعی این امکان را فراهم نکرده یا محدودیت‌های قائل است و باعث شده است به تعبیر نظریه‌پردازان استفاده و خشنودی و اینگلهارت، نیازی در افراد ایجاد شده که این نیازها برای هر فرد بر حسب ویژگی‌های زمینه‌ای از شدت متفاوتی برخوردار باشند که خود نیز باعث نوع کاربری اطلاعاتی از اینترنت شود.

## منابع

- 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 رادباوه 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.
- بابر ضایی 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.
- 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 تأثیر آن بر ارزشهای خانواده. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی. مشهد: دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد.
- ریترز، جورج. ۱۳۷۸. نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر (ترجمه محسن ثلاثی). تهران: انتشارات علمی.
- زکریائی، 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.
- کاستلز، مانوئل. ۱۳۸۰. عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (ترجمه احد علیقلیان، افشین خاکباز). تهران: طرح نو.
- 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.
  - وینداهال، سون و همکاران. 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/stats9.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

Evaluation manager, Iranian research institute for information science and  
technology(IRANDOC)

Mohammad Rabiei

Faculty member, Iranian research institute for information science and technology(IRANDOC)

Azin Rahmati

Expert, Iranian research institute for information science and technology(IRANDOC)

## **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 Confounding 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