

# 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

## 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

**Iranian Journal of  
Information  
Processing and  
Management**

**Iranian Research Institute  
for Science and Technology**

ISSN 2251-8223

eISSN 2251-8231

Indexed by SCOPUS, ISC, & LISTA

Vol. 33 | No. 3 | pp. 453-486

Spring 2018



# تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر کاربری اطلاعاتی اینترنت در بین جوانان شهر تهران<sup>۱</sup>

احمد گنجی

کارشناسی ارشد علوم اجتماعی؛ کارشناس پژوهش؛  
پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات؛ ایران (ایرانداک)؛  
پدیده‌آور رابط [ganji@irandoc.ac.ir](mailto:ganji@irandoc.ac.ir)

محمد ربیعی

کارشناسی ارشد مهندسی IT؛ مربی؛  
پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)؛  
[m.rabiei@irandoc.ac.ir](mailto:m.rabiei@irandoc.ac.ir)

آذین رحمتی

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



مقاله برای اصلاح به مدت ۱ روز نزد پدیدآوران بوده است.

پذیرش: ۱۳۹۵/۱۰/۲۵

دریافت: ۱۳۹۵/۰۹/۲۴

فصلنامه | علمی پژوهشی  
پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران

شاپا (چاپی) ۲۲۵۱-۸۲۲۳

شاپا (الکترونیکی) ۲۲۵۱-۸۲۳۱

نمایه در SCOPUS و ISI، LISTA

[jjpm.irandoc.ac.ir](http://jjpm.irandoc.ac.ir)

دوره ۳۳ | شماره ۳ | صص ۱۳۱۵-۱۳۳۲

بهار ۱۳۹۷



**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 مرور ادبیات نظری و تجربی تحقیق، کاربری اطلاعاتی، استفاده از اینترنت به‌منظور کسب اطلاعات، اهداف کاری و حرفه‌ای مانند 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 تعدیل‌کننده، 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 نوجوانان و جوانان از تمایل متوسط به کاربری اطلاعاتی برخوردارند. نتایج آزمون فرضیه نیز نشان داد که محدودیت‌های

۱. این مقاله نسخه کامل‌تر مقاله‌ای با نام «تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر کاربری اطلاعاتی اینترنت در بین جوانان شهر تهران» است که در تاریخ ۹۵/۰۷/۰۷ در چهارمین همایش ملی مدیران فناوری اطلاعات ارائه شده است.

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

## 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 یک را باید بسیار فراتر از الکترونیکی کردن صرف 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 نگرش ما را نسبت به خود، دیگران و جهان تغییر داده است (اولسون، ۱۳۷۷).

اینترنت یکی از شاخص‌ترین تکنولوژی‌های نوین و به نظر «مانوئل کاستلز» 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 منتشرشده بر روی وبسایت «وضعیت جهانی اینترنت»<sup>۲</sup> نشان می‌دهد که تعداد کاربران اینترنت ایران در سال ۲۰۱۵ نسبت به سال گذشته (۲۰۱۴)، ۴ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر و نسبت به سال ۲۰۱۳، در حدود ۱۳ میلیون و ۶۰۰ هزار نفر افزایش داشته است. به طوری که، آمار این وبسایت در سال ۲۰۱۴، تعداد کاربران ایرانی را ۴۲ میلیون نفر اعلام کرده بود؛ در حالی که آمار جدید در همین وبسایت ۴۶ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر ذکر شده است. این تعداد، بیش از ۴۰ 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 جنبه‌های مختلف آن مانند کاربرد، آثار و پیامدهای آن در سطح مختلف جامعه صورت گیرد. گروهی آن را آزادی‌بخش، سودآور و تعاملی و گروهی دیگر، آن را دشمن واقعیت، تولیدکننده واقعیت غلط و سرکوب‌گر می‌دانند (تامپسون، ۱۳۷۹).

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

همان‌طور که «گراهام» می‌نویسد: «مردم در اینترنت قادرند هر آنچه را که دوست دارند و آن‌طور 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 آن‌ها در انجام هیچ‌یک 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 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 (نظیر گروه‌های مذهبی، فرهنگی و سیاسی) به‌صورت 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 به‌خاطر 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 عبارت است از: «کاربری اطلاعاتی از اینترنت در بین جوانان و جوانان

1. dysfunction

شهر تهران چگونه است و محدودیت‌های اطلاعاتی چه تأثیری در تمایل افراد به کاربری اطلاعاتی دارد؟»

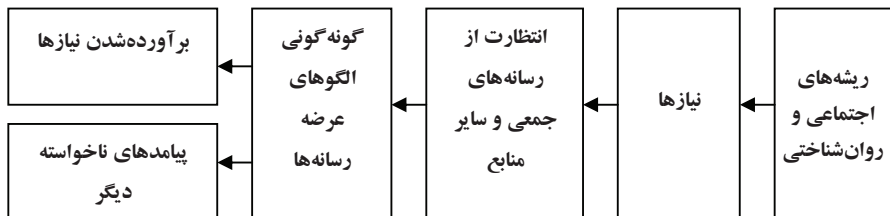
## ۲. مبانی نظری

در زمینه تبیین موضوع تحقیق از نظریه‌های ارتباطاتی و جامعه‌شناختی بهره گرفته شد. دسته اول، نظریه استفاده و خشنودی<sup>۱</sup> «بلاملر و کتز»<sup>۲</sup>، نظریه مصرف ارتباط جمعی «ویندال»<sup>۳</sup> و نظریه خرسندی «دنيس مك كوايل»<sup>۴</sup> است.

در نظریه الگوی استفاده و خشنودی، فرض اصلی الگو این است که افراد مخاطب، کم‌وبیش به صورت فعال به دنبال محتوایی هستند که بیشترین خشنودی را فراهم می‌کند و 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 این که آن محتوا را انتخاب کنند، بیشتر است (ویندال 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 عبارت‌اند 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 کوايل» عبارت‌اند از: آگاهی، مشورت‌خواهی، هویت شخصی، کنش متقابل اجتماعی و فراغت.



شکل ۱. الگوی «بلاملر و کتز» از نظریه استفاده و خشنودی

1. uses and gratifications theory

2. Blumler and Katz

3. Windahl

4. 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 ارضانگشته بر نیازهای ذهنی زیباشناختی و اجتماعی تقدم دارد. بین نیازهای مادی و طبیعی و ایمنی و نیاز اجتماعی فرق اساسی وجود دارد. به عبارتی، الویت‌های فرد، بازتاب محیط اجتماعی و 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 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 این که در محیط اینترنت به‌ویژه در محیط تعاملی اینترنت افراد به‌راحتی 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 مانند فضایی در نظر گرفت که کاربران به‌راحتی در آن به گفت‌وگو می‌پردازند و فضای صمیمیت و ابراز احساسات در محیط‌های تعاملی اینترنت شکل می‌گیرد؛ به‌طوری که از یکدیگر تأثیر پذیرفته و نیازهای خود را با هم مطرح می‌کنند. همچنین، گروه‌ها در آن مسایل و مشکلات خود را مطرح کرده و انرژی عاطفی خود را در این محیط‌ها مصرف می‌نمایند.

بر اساس نظریه دسته‌بندی‌های اجتماعی<sup>۴</sup>، مردم دارای خصوصیات اجتماعی همسان، رفتار ارتباطی 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 عبارت است 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 «هرچه نتیجه یک کنش برای فرد با ارزش تر باشد، احتمال بیشتری دارد که همان کنش را دوباره انجام

- 
1. Cultural Transformation Theory of Inghelhart
  2. Communicative Action of Habermas
  3. scarcity hypothesis
  4. Social Categories Theory
  5. Homans's Social Exchange Theory

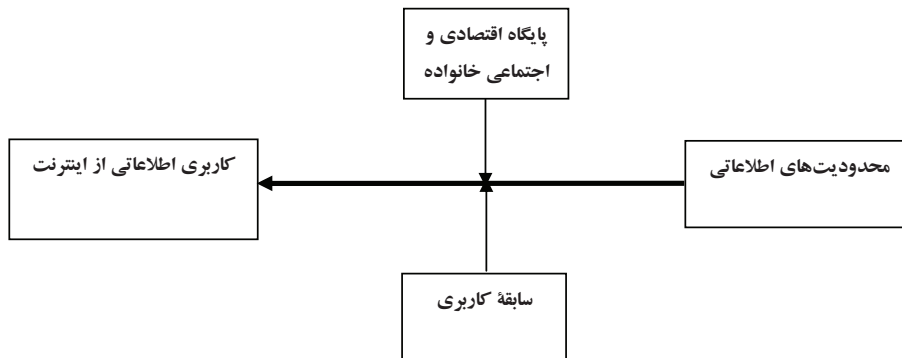
دهد». همچنین، اگر تبعیت از یک ارزش موجب کسب رضایتمندی نشود، به تدریج از اهمیت آن کاسته می‌شود و ارزش دیگری که اهمیت بیشتری داشته و رضایت بیشتری به همراه می‌آورد، برای فرد با اهمیت می‌شود. به عبارتی، هرچه شخص در برابر یک عمل پاداش بیشتری بگیرد، احتمال تکرار آن عمل بیشتر می‌شود (ریتزر، ۱۳۷۸).

بنابراین، با توجه به نظریه‌های فوق، گزاره کلی زیر را می‌توان مطرح نمود:  
افراد دارای نیازهایی هستند که از منابع مختلف نشأت می‌گیرد. یکی از این نیازها، آگاهی و اطلاعات است و هرگاه 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:

«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

### ۳. متغیرهای تحقیق

**کاربری اطلاعاتی:** کاربری اطلاعاتی شامل آن نوع کاربری است که کاربر از اینترنت به‌عنوان ابزاری نه برای تعامل و کنش و واکنش متقابل با دیگران، بلکه بیشتر به‌عنوان ابزاری برای کسب اطلاعات و به‌عنوان حرفه و ابزار کار استفاده می‌کند. استفاده‌هایی که

در این دسته قرار می‌گیرند، عبارت‌اند 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 ۳گزینه‌ای (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 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 ۵گزینه‌ای «لیکرت» (کاملاً موافقم، موافقم، تاحدی موافقم، کاملاً مخالفم و مخالفم) مورد سنجش قرار می‌گیرند. این گویه‌ها عبارت‌اند از:

- ◇ در جامعه ما انگشت گذاشتن روی خیلی چیزها ضد ارزش و ممنوع است؛
- ◇ فکر می‌کنم سانسور در جامعه ما بیداد می‌کند؛
- ◇ جامعه ما جامعه پیرسالاری است. هرچقدر سن بالاتری داشته باشی، بیشتر مورد تأیید هستی؛
- ◇ کنجکاو هستم بدانم جنس مخالف من چگونه است، اما جامعه این فرصت را به من نمی‌دهد؛
- ◇ دوست دارم با دیگران در مورد چیزهایی که دوست دارم راحت صحبت کنم، اما نمی‌توانم؛
- ◇ من آزادی کافی برای بیان و ابراز عقاید ندارم؛
- ◇ من به ندرت فرصت ابراز ایده و حرفم را دارم.

#### ۴. روش 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 چندمرحله‌ای استفاده شده است. یعنی 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 جنوب (پایین) در نظر گرفته شد. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی منطقه ۳ 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»، حوزه‌های هر یک از مناطق به صورت خوشه‌ای انتخاب شد و به طور متوسط در هر منطقه ۵ حوزه و در هر حوزه ۲ بلوک به صورت تصادفی انتخاب شد. نقطه شروع در هر بلوک جنوب شرقی آن بلوک در نظر گرفته شد. 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.

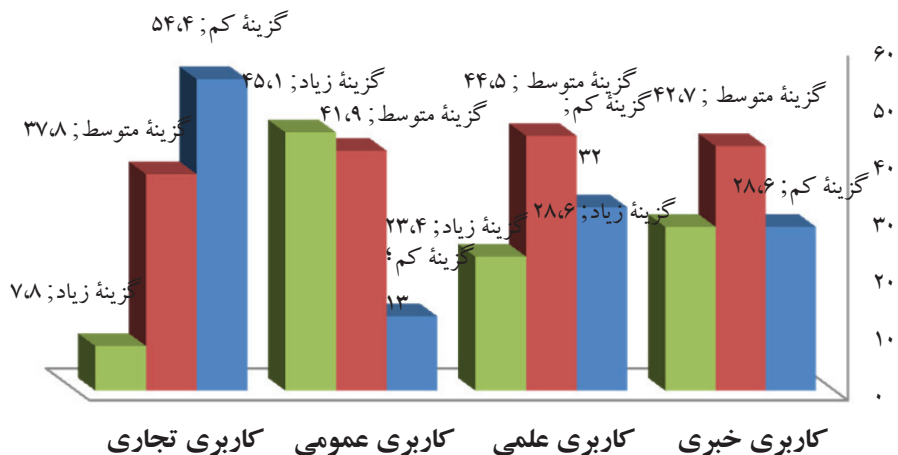
جهت اعتبارسنجی ابزار اندازه‌گیری از اعتبار صوری (محتوایی) استفاده شد. همچنین، در این روش از مشاوره و مصاحبه با اساتید و صاحب‌نظران موضوعی بهره گرفته شد. جهت تعیین میزان پایایی، از ضریب آلفای «کرونباخ» استفاده شده است که نتایج آزمون (با آلفای ۸۲ درصد) نشان داد که سؤالات پرسشنامه از قابلیت اعتماد یا پایایی 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.

##### ۵. یافته‌های پژوهش

**ویژگی‌های افراد مورد مطالعه:** افراد مورد مطالعه از ویژگی‌های زیر برخوردار بودند: بیش از نیمی (معادل ۵۱/۳ درصد) از پاسخ‌دهندگان در این تحقیق مرد و بقیه را که ۴۸/۷

درصد است، زنان تشکیل می‌دهند. به‌علاوه، 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 پاسخ‌دهندگان را تشکیل می‌دهد. همچنین، اکثریت قریب به اتفاق پاسخ‌دهندگان مجرد هستند و این امر با توجه به گروه سنی آنان که بین ۱۵ تا ۲۹ سال قرار دارند، امری دور از انتظار به نظر نمی‌رسید. همچنین، بیش از نیمی از پاسخ‌دهندگان تحقیق دانشجوی بوده و بیشتر آنان دارای تحصیلات لیسانس و دیپلم هستند. در نهایت، بیشتر پاسخ‌دهندگان از پایگاه اقتصادی و اجتماعی متوسط برخوردار بوده‌اند. بنابراین، ما در این تحقیق بیشتر با افرادی سروکار 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.



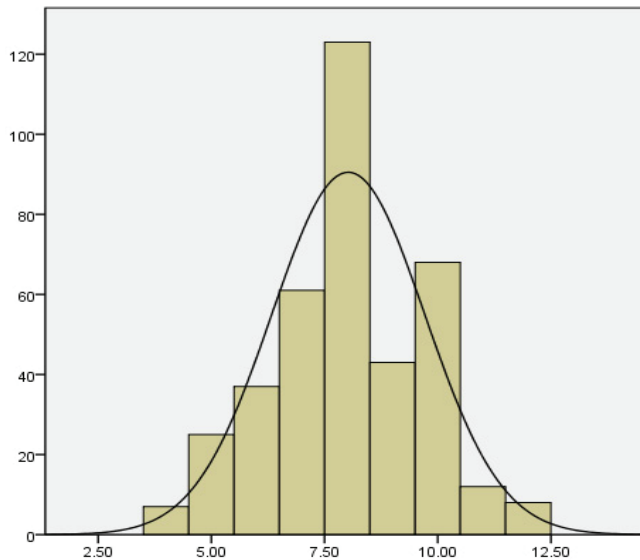
نمودار ۱. نتایج توزیع درصدی میزان تمایل کاربران به کاربری اطلاعاتی از اینترنت به تفکیک چهار نوع کاربری

نتایج کلی از محاسبه میزان تمایل کاربران به کاربری اطلاعاتی از اینترنت مطابق جدول ۱، و نمودار ۲، نشان داد که بیشتر پاسخ‌دهندگان به میزان متوسطی از تمایل به الگوی اطلاعاتی برخوردارند. 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 که به صورت مستمر تحولات الگوی کاربران نوجوان و جوان را مورد بررسی قرار دهیم.

نتایج آزمون تی نمونه‌های 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



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

1. Independent Samples T Test

میزان محدودیت‌های اطلاعاتی: نتایج به‌دست 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 کم‌ویش	مخالقم	کاملاً مخالفم	بی‌جواب جمع
فکر می‌کنم سانسور در جامعه ما بیداد می‌کند.	۴۴/۳	۲۲/۱	۲۴/۲	۵/۵	۲/۱
من به‌ندرت فرصت ابراز عقیده و حرفم را دارم.	۲۹/۷	۳۴/۱	۲۲/۹	۷/۸	۳/۱
جامعه ما جامعه پیرسالاری است. هرچه سن بالاتری داشته باشی، بیشتر مورد تأیید هستی.	۱۷/۷	۱۹/۸	۳۲/۸	۱۸/۸	۸/۶
کنجکاوم بدانم جنس مخالفم چه گونه است، اما جامعه این فرصت را به من نمی‌دهد.	۲۱/۱	۲۱/۱	۳۲	۱۲/۵	۸/۶
دوست دارم با دیگران در مورد چیزهایی که دوست دارم راحت صحبت کنم، اما نمی‌توانم.	۲۳/۲	۲۴/۷	۳۱/۵	۱۴/۳	۳/۴
من آزادی کافی برای بیان و ابراز عقاید ندارم.	۳۱	۲۶	۲۵	۱۱/۵	۵/۵
در جامعه ما انگشت گذاشتن روی خیلی چیزها ضد ارزش و ممنوع است.	۳۵/۷	۲۹/۲	۲۱/۹	۵/۲	۶

جدول ۳. نتایج آمار توصیفی 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 این که 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

1. Pearson correlation

2. partial correlation

سابقه کاربری و پایگاه خانوادگی، رابطه فوق معنادار بود و این امر نشان‌دهنده وجود رابطه واقعی بین آن‌هاست.

#### جدول ۴. نتایج آزمون فرضیه تحقیق

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

#### 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 کاربران است که سابقه‌ای متوسط در استفاده از اینترنت دارند و با توجه به مطالعه «گنجی» می‌توان این‌گونه 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 (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)، Nonnamaker (2000) مورد تأیید قرار گرفته است.

بنابراین، هرچند میزان گرایش نوجوانان و جوانان تهرانی 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 درسی استفاده می‌کنند. چه‌بسا نتیجه 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 برحسب

نوع‌شناسی‌های کاربران متفاوت است و در پژوهش‌هایی که به کاربری اطلاعاتی پرداخته‌اند، میزان این کاربری را به اتفاق در حد متوسط و بالا ذکر کرده‌اند. به عنوان مثال، پژوهش «نوابخش و مختارپور» یافته‌های پژوهش حاضر را تأیید می‌کند و نشان می‌دهد که کاربری اطلاعاتی اینترنت در بین جوانان تهرانی متوسط و اما کاربری ارتباطی در سطح بالایی قرار دارد (۱۳۹۱). این یافته در واقع، دسته‌بندی «جی وون و یونگ‌گول» را تداعی می‌کند که کاربران وب را به دو گروه عمده تقسیم کردند: گروهی که هدف آن‌ها از استفاده از وب، مقاصد کاری است و گروه دوم کسانی که برای سرگرمی سراغ وب می‌روند. آن‌ها نشان دادند برای کاربرانی که هدف آن‌ها از استفاده از وب سرگرمی است، «خرسندی»<sup>۱</sup> اهمیت بیشتری دارد و برای کاربرانی که هدفشان کار است، «مفیدبودن» اهمیت بیشتری دارد. اما برای هر دو این گروه‌ها خرسندی دارای اهمیت است (Ji-Won & Young-Gul 2001).

جالب این‌که در پژوهش‌های دیگر نیز این موضوع مورد تأیید قرار گرفته است؛ مانند پژوهش «لولایی» که در بین دانشجویان انجام شده است. او نشان داد که میزان استفاده از اینترنت جهت پیگیری اخبار بسیار بیش از سایر رسانه‌هاست (۱۳۹۰). همچنین، پژوهش «آقابابایی، جلالی، و باقری» نیز نشان داد که ۷۰ درصد جوانان استان چهارمحال و بختیاری اذعان داشتند که «من هر مطلب و اطلاعاتی که نیاز داشته باشم از اینترنت می‌گیرم» (۱۳۸۷). پژوهش «موحد» و همکاران (۱۳۹۰) نیز نشان می‌دهد که استفاده خبری شهروندان ۱۵ تا ۳۵ سال شیرازی در سطح متوسط قرار دارد.

بنابراین، با توجه به یافته‌های پژوهش‌های بالا، کاربری اطلاعاتی در همه پژوهش‌ها نشان‌دهنده میزان متوسط و بالایی است و این موضوع در بین نوجوان و جوانان به دلیل جذابیت اینترنت پررنگ‌تر نیز خواهد بود.

کاربری اطلاعاتی در مقایسه با کاربری ارتباطی از میزان پایین‌تری برخوردار است. این مطلب را پژوهش (Harre و Bullen 2000) نیز تأیید می‌کند. نکته دیگر این‌که کاربری اطلاعاتی تا اندازه زیادی برحسب ویژگی‌های سنی، جنس، تحصیلات، شغل و ... متفاوت خواهد بود و این کاربری در طی زمان نیز به دلیل عوامل و زمینه‌های گوناگون در سطح فردی، اجتماعی و رسانه (اینترنت) ممکن است تغییر نماید.

1. enjoyment

نتایج آزمون تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی بر کاربری اطلاعاتی از اینترنت نیز نشان داد که با بالا رفتن 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 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 مهیا نشود، افراد در فضای مجازی در صدد 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 محدودیت‌هایی قائل است. به تعبیر نظریه‌پردازان استفاده و خشنودی «اینگلهارت»، نیازی در افراد ایجاد شده که برای هر فرد بر حسب ویژگی‌های زمینه‌ای از شدتی متفاوت برخوردار است و خود این باعث نوع کاربری اطلاعاتی از اینترنت می‌شود.

پرسشی که می‌توان به‌عنوان 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 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 بر حسب پاسخ آن‌ها به این پرسش، می‌توان آن‌ها را از هم متمایز نمود. نمونه بارز این اندیشمندان «بورگمان» است که معتقد است «بزرگترین بخش اینترنت چیزی نیست جز یک زباله‌دانی برای دور انداختن وقت تلف‌شده» (بورگمان ۲۰۰۳، ۲۱۳). این پرسش در جامعه‌ای مانند ایران که از بافت مذهبی و فرهنگی ویژه‌ای برخوردار است، از اهمیت بیشتری برخوردار بوده و نیازمند انجام پژوهش‌های مستقل است.

### فهرست منابع

- آقابابایی، عزیزالله، داریوش جلالی، و سهیلا باقری. ۱۳۸۷. مطالعه عوامل مؤثر بر استفاده جوانان از اینترنت: تحلیلی بر نتایج یک پیمایش در استان چهارمحال و بختیاری. *مجله جهانی رسانه* ۶ (۲): ۱-۱۷.
- اخوتی، مریم. ۱۳۷۷. بررسی وضعیت استفاده از اینترنت توسط اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی دانشگاه علوم

پزشکی ایران.

اسلوین، جیمز. ۲۰۰۰. *اینترنت و جامعه*. ترجمه عباس رادباوه و عباس گیلوری. ۱۳۸۰. تهران: کتابدار.

اولسون، دیوید. ۱۹۷۴. رسانه‌ها و نمادها: صورت‌های بیان، ارتباط و آموزش. ترجمه محبوبه مهاجر. ۱۳۷۷. تهران: سروش.

اینگلهارت، رونالد. ۱۹۹۰. *تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی*. ترجمه مریم وتر. ۱۳۷۸. تهران: کویر.

بابارضایی کاشانی، لیلا. ۱۳۷۹. 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.

بلیک، رید و ادوین هارولدسن. ۱۹۷۵. *طبقه‌بندی مفاهیم در ارتباطات*. ترجمه مسعود اوحدی. ۱۳۷۸. تهران: انتشارات سروش.

بورگمان، آلبرت. ۲۰۰۳. جستارهایی در رسانه ۱، فناوری و رسانه: اطلاعات و واقعیت در پایان سده. ترجمه مهبد ایرانی‌طلب. ۱۳۸۸. تهران: انتشارات دانشگاه ادیان و مذاهب.

تامپسون، بروکشایر جان. ۱۹۹۵. *رسانه‌ها و نوگرایی: نظریه‌ای اجتماعی درباره رسانه‌ها*. ترجمه علی ایشاری کسمایی. ۱۳۷۹. تهران: انتشارات مؤسسه ایران.

جوئت، جوسین و سیلوی کدرای. ۱۹۹۰. *گرایش‌های اصلی پژوهشی در تکنولوژی‌های نوین ارتباطات*. ترجمه داوود حیدری، کبری علیپور، و احمد تدین. ۱۳۷۸. 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.

ریتزر، جورج. ۱۹۸۳. *نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر*. ترجمه محسن ثلاثی. ۱۳۷۸. تهران: انتشارات علمی.

زکریایی، 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). دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار.

لولایی، فاطمه. ۱۳۹۰. تأثیر کاربری اینترنت در رفتار سیاسی دانشجویان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی دانشگاه الزهراء.

کاستلز، مانوئل. ۱۹۹۶. *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ*. ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز. ۱۳۸۰. تهران: طرح نو.

گراهام، گوردن. ۱۹۹۹. *جستاری فلسفی در ماهیت اینترنت*. ترجمه محمدرضا امین ناصری. ۱۳۹۳. تهران:



کویر.

گنجی، احمد. ۱۳۸۴. بررسی الگوی کاربران اینترنت و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن. مورد مطالعه: نوجوانان و جوانان شهر تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

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

معمدنژاد، کاظم. ۱۳۸۲. اجلاس جهانی سران درباره جامعه اطلاعاتی (جلد یکم). تهران: انتشارات مرکز پژوهش های ارتباطات.

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

مک کوایل، دنیس. ۱۹۹۷. مخاطب شناسی. ترجمه مهدی منتظر قائم. ۱۳۸۰. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ای.

موحد، مجید، روح الله مظفری، و محبوبه کاووسی. ۱۳۹۰. مطالعه رابطه بین ابعاد مختلف استفاده از اینترنت و احساس تجربه شده. مجله جهانی رسانه ۱۱: ۶۴-۷۵.

موحد حمیدی، حمید. ۱۳۸۱. الگوی استفاده از اینترنت توسط دانشجویان دانشکده های کشاورزی ایران. مجله علوم کشاورزی ایران ۲۳ (۴): ۷۱۷-۷۲۷.

نوابخش، مهرداد، و مهدی مختارپور. ۱۳۹۱. مدل تبیینی کاربری های اینترنت و نقش آن در هویت جنسیتی جوانان شهر تهران. فصلنامه مطالعات جامعه شناختی جوانان ۷ (۷): ۱۵۱-۱۸۴.

ویندال، سون، بنو سیگنایزر، و جین اولسون، ۱۹۹۲. کاربرد نظریه های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. ۱۳۷۶. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ای.

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

Ji-Won, Moon, Kim Young-Gul. 2001. *Extending the TAM for a World-Wide-Web context*. *Information & Management* 38: 217-230.

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

Miniwatts Marketing Group. .2011 *Internet Usage in the Middle East*, <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm> (accessed Oct. 9, 2011)

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*. New York: Fordham University.

### احمد گنجی

متولد سال ۱۳۵۹ دارای مدرک کارشناسی ارشد در رشته پژوهش علوم اجتماعی از دانشگاه تهران است. ایشان هم‌اکنون 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 ربیعی

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 پژوهشکده فناوری اطلاعات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) است. تجزیه و تحلیل سیستم‌های اطلاعاتی، داده‌کاوی اطلاعات علم و فناوری، متن‌کاوی و پردازش زبان طبیعی از جمله علایق پژوهشی وی 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.

