



**دانشگاه آزاد اسلامی**

**واحد تهران مرکزی**

**دانشکده علوم اجتماعی و روانشناسی گروه جامعه شناسی**

**پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)**

**گرایش جمعیت شناسی**

**عنوان:**

**مطالعه جمعیت شناختی شبکه های اجتماعی مجازی با**

**تاکید بر کاربران facebook در ایران**

**استاد راهنما:**

**دکتر مجید کاشانی**

**استاد مشاور:**

**دکتر امیرمسعود امیر مظاهری**

**پژوهشگر:**

**سمیه زارع**

**تابستان ۱۳۹۱**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۶.



معاونت پژوهش

به نام خدا

مژده و اخلاق پژوهش

بیارکنی خداوند بر علی که با تقوی و غیر خداست و هر دانه ناظر بر اعمال انسان و به مرط و پارس و قلم استند دانش و پژوهش و نظر بر اهریبت عبادتگاه دانشگاه در اعلمی تک و تمدن پژوهشی

مادانیه و اعضا هیئت علمی و واحد های نگاه آزاد اسلام چه مددی که میگردم اصول و رویه انجام تعاریف و پژوهشها تراداده و از آن ترخط کفایه م:

۱- اصل برابری؛ التزام برابری؛ بیوفی کردن رفتار غیر و فضلیت موضوع نسبت به اسلخفیه علم و پژوهش را به سبب بیوفی علم و آلاوند.

۲- اصل رعایت از صاف و اما نسبت به بد به اجتناب از حرکات جانب داری غیر و در خلقت از اموال، تجهیزات و منابع در اختیار.

۳- اصل تیوح: تمهید و دانش و اشاعه هیئت و انتقال آن به هر کاران علم و تعالی به غیر از موالای حق قانونی دارد.

۴- اصل احترام: تمهید بر رعایت حقوق هر مرتبه در انجام تعاریف و رعایت جانب نقد و نودود الیخ کردن هر مرتبه سکنی.

۵- اصل رعایت حقوق؛ التزام به کمال حقوق پژوهشگران و پژوهشگران (انسان، حیوان و نبات) و سایر اجناس حق.

۶- اصل رازداری: تمهید به ندادن اطلاعات به هر مرتبه و اطلاعات به هر مرتبه افراد، سازمانها و کشور و کلیه افراد و نهادها با تعریف.

۷- اصل حقیقت جویی: تلاش در راستای بیوفی تعریف و وفاداری به آن و دوری از حرکات پنهان سازی تعریف.

۸- اصل مالکیت مادی معنوی: تمهید به حفظ مال حقوق مادی معنوی دانشگاه و کلیه کاران پژوهش.

۹- اصل منافع مادی: تمهید به صیانت از منافع در نظر داشتن بهر چه توسعه کشور در کلیه حال پژوهش.

پدر و مادر مهربانم!  
روزگاري دستان كوچكم را در ميان دستان خود گرفتيد  
و قلمي را در ميان آن گذاشتيد تا بنويسم،  
من نيز مسخ كرده‌ام:  
اكنون دستان مهربان خود را باز گشايد  
تا كتاب كوچكم را در آن نهم!  
كتابي كه براي شما از جان مايه گذاشتم و چه كسي شايسته‌تر از  
شما كه تقديمشان كنم.

« سپاس خدای را عزوجل ، که طاعتش موجب قربت است و  
به شکر اندرش مزید نعمت .»

اینک که به یاری حق این پژوهش به پایان رسیده است ، لازم  
می دانم سپاس و تشکر خود را نثار عزیزانی  
بدارم که در این راه مرا یاری رسان بوده اند ، لذا بدینوسیله  
از استاد بزرگوارم جناب آقای دکتر کاشانی که قدم به قدم در  
این راه یار من بودند و الفبای تحقیق را با صبر و شکیبایی به  
من آموختند

بی نهایت سپاسگزارم و با تشکر از جناب آقای دکتر  
امیرمظاهری که مراد این تحقیق یاری کرده اند. برای هر  
دو بزرگوار سلامت و کامیابی در تمام مراحل زندگی را از  
خداوند منان آرزو مندم.

## تعهد نامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب سمیه زارع دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد نا پیوسته به شماره دانشجویی ۸۹۰۶۶۷۳۳۵۰۰ در رشته جمعیت شناسی که در تاریخ ۹۱/۶/۲۱ از پایان نامه خود تحت عنوان : مطالعه جمعیت شناختی شبکه های اجتماعی مجازی با تاکید بر کاربران facebook در ایران با کسب نمره ۱۹ و درجه عالی دفاع نموده ام بدینوسیله متعهد می شوم :

۱- این پایان نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران ( اعم از پایان نامه ، کتاب ، مقاله و ... ) استفاده نموده ام ، مطابق ضوابط و رویه های موجود ، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده ام .

۲- این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی ( هم سطح ، پایین تر یا بالاتر ) در سایر دانشگاهها و موسسات آموزش عالی ارائه نشده است .

۳- چنانچه بعد از فراغت از تحصیل ، قصد استفاده و هرگونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب ، ثبت اختراع و ... از این پایان نامه داشته باشم ، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم .

۴- چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود ، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت .

**نام و نام خانوادگی :**

**تاریخ و امضاء :**

بسمه تعالی

در تاریخ: ۱۳۹۱/۶/۲۱

دانشجوی کارشناسی ارشد خانم سمیه زارع از پایان نامه خود دفاع نموده و با نمره  
۱۹ بحروف نوزده تمام و با درجه عالی مورد تصویب قرار گرفت.

امضاء استاد راهنما

## بسمه تعالی

دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تهران مرکزی

دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی

( این چکیده به منظور چاپ در پژوهش نامه دانشگاه تهیه شده است )

نام واحد دانشگاهی: تهران مرکزی	کد : ۱۰۱	کد شناسایی پایان نامه: ۱۰۱۲۰۵۰۶۹۰۱۰۱۵
عنوان پایان نامه: مطالعه جمعیت شناختی شبکه های اجتماعی مجازی با تاکید بر کاربران facebook در ایران		
نام و نام خانوادگی دانشجو: سمیه زارع	تاریخ شروع پایان نامه: ۱۳۹۰/۹/۹	تاریخ اتمام پایان نامه: ۱۳۹۰/۶/۲۱
شماره دانشجویی: ۸۹۰۶۶۷۳۳۵۰۰	رشته تحصیلی: جمعیت شناسی	
استاد/ استادان راهنما: دکتر مجید کاشانی		
استاد/ استادان مشاور: دکتر امیر مسعود امیر مظاهری		
<p>چکیده پایان نامه ( شامل خلاصه، اهداف، روش های اجرا و نتایج به دست آمده):</p> <p>دانش جمعیت شناسی از دیرباز اهداف و کارکردهای متنوعی داشته است. در شرایط کنونی توجه به تحرکات جمعیتی و انواع ویژگی های جمعیتی اهمیت خاصی پیدا کرده است. جمعیت شناسی نوین به تجزیه و تحلیل های کمی و کیفی جمعیت های مجازی و انواع تحرکات و تغییرات جمعیتی در این محیطها علاقمند است زیرا چند سالی می شود که در فضای مجازی، شبکه های اجتماعی کاربران و طرفداران زیادی پیدا کرده است و کاربران ایرانی نیز استقبال گسترده ای از شبکه های اجتماعی کرده اند و آمارها نشان می دهد که برخی از این شبکه های اجتماعی مانند فیس بوک حجم بسیار بالایی از کاربران را به خود جذب کرده اند.</p> <p>هدف این تحقیق مطالعه جمعیت شناختی کاربران شبکه های مجازی با تاکید بر فیس بوک و ضریب نفوذ اینترنت در گروه های اجتماعی در سه سطح مطالعاتی، کلان (جهانی)، میانه (ایران) و خرد (شهر تهران) بوده است. روش پژوهش در این تحقیق بهره گیری از شیوه تحقیقات توصیفی و تجزیه و تحلیل اسناد، آمار و مستندات جمعیتی همراه با تکنیک های خاص جمعیت شناسی و انواع شاخص های جمعیتی بوده است.</p> <p>در مطالعات میدانی نیز از روش پیمایشی و با استفاده از تکنیک پرسشنامه جامعه هدف و کاربران شبکه های مجازی فیس بوک مورد مطالعه قرار گرفته است.</p> <p>بررسی های انجام شده نشان داد که از جمعیت حدودا هفت میلیاردی جهان، حدود دو میلیارد نفر از اینترنت استفاده می کنند و آمار میانگین ضریب نفوذ اینترنت در جهان معادل ۲۸.۷ درصد است و در ایران از مجموع جمعیت ۷۵ میلیونی کشور ۱۱ میلیون نفر کاربر اینترنت بوده اند. بر این اساس ضریب نفوذ اینترنت در کشور ۱۴/۷ درصد کل جمعیت کشور و در شهر تهران ۳۱.۹ درصد کل جمعیت، بوده است.</p> <p>همچنین شبکه اجتماعی فیس بوک در سال ۲۰۱۰ با ۵۰۰ میلیون نفر جمعیت کاربر یکی از پرتراфик ترین شبکه های اجتماعی مجازی می باشد علیرغم حذف آمار جمعیت کاربران ایرانی فیس بوک و عدم وجود آمار رسمی در این زمینه، مطابق مطالعات این تحقیق ضریب نفوذ فیس بوک در شهر تهران ۱۲.۳ درصد بوده و در بین زنان ۵.۲ درصد و در بین مردان نیز ۷.۱ درصد بوده است.</p> <p>کلیدواژگان: تحرکات جمعیتی، جمعیت مجازی، شبکه های اجتماعی مجازی، کاربران شبکه های مجازی، فیس بوک، ضریب نفوذ</p>		

تاریخ و امضاء:

مناسب است

نظر استاد راهنما برای چاپ در پژوهش نامه دانشگاه

مناسب نیست



## فهرست مطالب

۱	فصل اول
2	۱-۱- بیان مسئله تحقیق
7	۲-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق
7	۳-۱- اهداف تحقیق
7	۱-۳-۱- هدف اصلی
7	۲-۳-۱- اهداف فرعی
8	۴-۱- سوالات تحقیق
9	۵-۱- تعریف واژگان کلیدی
10	۶-۱- محدوده مطالعاتی تحقیق
۱۲	فصل دوم ادبیات پژوهش
13	۱-۲- مقدمه
14	۲-۲- اینترنت و رویکردهای جمعیتی آن
17	۳-۲- کاربران اینترنت و ساختار عمومی آن
20	۳-۲- گروههای جمعیتی اینترنتی و کاربردهای آن
22	۴-۲- آشنایی با گروههای مجازی جمعیت و شبکه‌های آن
26	۵-۲- شبکه‌های مجازی جمعیت چیست؟
32	۶-۲- رشد جمعیت شبکه‌های مجازی در جهان
39	۷-۲- شبکه‌های اجتماعی و تفاوت‌های نسلی
45	۸-۲- انواع شبکه‌های اجتماعی مجازی
55	۹-۲- گونه‌شناسی کاربران شبکه‌های مجازی
61	۱۰-۲- ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی برای کاربران
65	۱۱-۲- انگیزه‌شناسی کاربران شبکه‌های اجتماعی
66	۱۲-۲- علل رشد سریع جمعیت شبکه‌های مجازی
68	۱۳-۲- تحلیل رفتارشناسی کاربران شبکه‌های مجازی
70	۱۴-۲- آمار و تحلیل‌های جمعیتی شبکه‌های اجتماعی در جهان
77	۱۵-۲- مقایسه جمعیتی کاربران فیس بوک
80	۱۶-۲- نقشه جمعیت شبکه‌های اجتماعی در کشورها
84	۱۷-۲- جمعیت‌شناسی شبکه‌های مجازی ایران
88	۱۸-۲- شبکه‌های اجتماعی مجازی از نگاه قوانین جاری

۹۴	فصل سوم روش شناسی تحقیق
95	۱-۳-مقدمه
96	۲-۳- روش تحقیق
97	۳-۳- جامعه آماری، حجم و روش نمونه گیری
98	۴-۳- روش جمع آوری اطلاعات
99	۵-۳- روش های آماری جهت تحلیل داده ها
۱۰۰	فصل چهارم یافته های تحقیق
101	۱-۴- مقدمه
۱۴۶	فصل پنجم:نتیجه گیری
۱۴۶	۱-۵-نتیجه گیری
۱۵۵	۲-۵- پیشنهادات
۱۵۶	منابع

## فهرست جداول

- سؤال اول: کاربران اینترنت در ایران دارای چه خصوصیات جمعیتی از قبیل سن، جنسیت، تحصیلات، بعد خانوار و... هستند؟ ضریب نفوذ اینترنت در ایران به چه میزان است؟
- جدول ۱/۱- خانوارهای کشور بر حسب برخورداری از فناوری اطلاعات و ارتباطات ۱۳۸۷ و ۱۳۸۹
- جدول ۱/۲- جمعیت کشور بر حسب برخورداری از فناوری اطلاعات و ارتباطات به تفکیک نقاط شهری و روستایی: ۱۳۸۷ و ۱۳۸۹
- جدول ۱/۳- جمعیت کشور بر حسب جنس و وضعیت استفاده از اینترنت ۱۳۸۷ و ۱۳۸۹
- جدول ۱/۴- جمعیت کشور بر حسب گروه های سنی و وضعیت استفاده از اینترنت: ۱۳۸۹
- جدول ۱/۵- کاربران اینترنت ۶ساله و بالاتر کشور بر حسب وضع سواد و دوره یا مدرک تحصیلی: ۱۳۸۷ و ۱۳۸۹
- جدول ۱/۶- کاربران اینترنت ۱۰ساله و بالاتر کشور بر حسب وضع فعالیت: ۱۳۸۷ و ۱۳۸۹
- جدول ۱/۷- کاربران اینترنت کشور بر حسب تناوب دسترسی به اینترنت در ۱۲ ماه گذشته: ۱۳۸۷ و ۱۳۸۹
- جدول ۱/۸- کاربران اینترنت کشور بر حسب محل دسترسی به اینترنت در ۱۲ ماه گذشته: ۱۳۸۷ و ۱۳۸۹
- جدول ۱/۹- کاربران اینترنت کشور بر حسب نحوه دسترسی به اینترنت در محل سکونت در ۱۲ ماه گذشته: ۱۳۸۷ و ۱۳۸۹
- جدول ۱/۱۰- جمعیت شهری کشور بر حسب وضعیت استفاده از اینترنت و ضریب نفوذ آن به تفکیک استان: ۱۳۸۷ و ۱۳۸۹
- سؤال دوم: وضعیت کاربران اینترنت در ایران در مقایسه با کشورهای دیگر چگونه است؟
- جدول ۲/۱۰- وضعیت کاربران اینترنت در ایران در مقایسه با کشورهای دیگر
- سؤال سوم: کاربران اینترنت در شهر تهران دارای چه خصوصیات جمعیتی از قبیل سن، جنسیت، تحصیلات، و... هستند؟ ضریب نفوذ اینترنت در تهران به چه میزان است؟
- جدول ۳/۱- برآورد توزیع جمعیت نمونه کاربران اینترنت در شهر تهران
- جدول ۳/۲- برآورد توزیع جمعیت نمونه بر حسب شاخص و گروههای سنی ۵ ساله کاربران اینترنت در شهر تهران
- جدول ۳/۳- برآورد توزیع جمعیت نمونه بر حسب شاخص و جنسیت کاربران اینترنت در شهر تهران
- جدول ۳/۴- برآورد توزیع جمعیت نمونه بر حسب شاخص و وضعیت تحصیلی کاربران اینترنت در شهر تهران
- جدول ۳/۵- برآورد توزیع جمعیت نمونه بر حسب شاخص و وضعیت تاهل کاربران اینترنت در شهر تهران
- جدول ۳/۶- برآورد توزیع جمعیت نمونه بر حسب شاخص و وضعیت اشتغال کاربران اینترنت در شهر تهران
- سؤال چهارم: وضعیت کاربران فیس بوک در جهان چگونه است؟
- سؤال پنجم: وضعیت کاربران فیس بوک در ایران چگونه است؟ چه تعداد از ایرانیان عضو شبکه فیس بوک می باشند؟ درصد جمعیت فعال ایرانیان فیس بوک در مقایسه با کشورهای دیگر چگونه است؟
- سؤال ششم: کاربران فیس بوک در شهر تهران دارای چه خصوصیات جمعیتی از قبیل سن، جنسیت، تحصیلات، و... هستند؟ ضریب نفوذ فیس بوک در تهران به چه میزان است؟

- جدول ۶/۱- برآورد توزیع جمعیت نمونه کاربران فیس بوک در شهر تهران ۱۳۲
- جدول ۶/۲- برآورد توزیع جمعیت نمونه بر حسب شاخص و گروه‌های سنی ۵ ساله کاربران فیس بوک در شهر تهران ۱۳۳
- جدول ۶/۳- برآورد توزیع جمعیت نمونه بر حسب شاخص و جنسیت کاربران فیس بوک در شهر تهران ۱۳۵
- جدول ۶/۴- برآورد توزیع جمعیت نمونه بر حسب شاخص و دوره های تحصیلی کاربران فیس بوک در شهر تهران ۱۳۶
- جدول ۶/۵- برآورد توزیع جمعیت نمونه بر حسب شاخص و وضعیت تاهل کاربران فیس بوک در شهر تهران ۱۳۷
- جدول ۶/۶- برآورد توزیع جمعیت نمونه بر حسب شاخص و وضعیت اشتغال کاربران فیس بوک در شهر تهران ۱۳۸
- سؤال هفتم: کاربران فیس بوک در شهر تهران در چه شبکه های اجتماعی بیشتر عضویت دارند؟ چه مدت از عضویت آنها می گذرد؟ نحوه استفاده آنها از فیس بوک از لحاظ مکان دسترسی به فیس بوک و ... چگونه می باشد؟ ۱۳۹
- جدول ۷/۱- توزیع جمعیت نمونه بر حسب اینکه کاربران در کدام یک از شبکه های اجتماعی عضو هستند و مدت عضویت کاربران در فیس بوک ۱۳۹
- جدول ۷/۲- توزیع جمعیت نمونه بر حسب مکان دسترسی کاربران به فیس بوک و طریق دسترسی کاربران به فیس بوک ۱۴۰
- جدول ۷/۳- توزیع جمعیت نمونه بر حسب زمانهایی از شبانه روز که کاربران بیشتر از فیس بوک استفاده می کنند و استفاده هایی که کاربران بیشتر از فیس بوک می کنند ۱۴۱
- جدول ۷/۴- توزیع جمعیت نمونه بر حسب اینکه کاربران فیس بوک با نام واقعی در فیس بوک عضو هستند یا خیر و اینکه کاربران چند نفر در فهرست دوستان خود دارند ۱۴۲
- جدول ۷/۵- توزیع جمعیت نمونه بر حسب اینکه اطلاعات کاربران فیس بوک تا چه حدی واقعی است و اینکه آیا کاربران فقط با یک آیدی در فیس بوک عضو هستند ۱۴۳
- ج- بررسی و تحلیل روند جمعیتی کاربران اینترنت و پیش بینی آن در سال ۱۳۹۱ ۱۴۴

### فهرست نمودارها

- نمودار ۱/۱- خانوارهای کشور بر حسب برخورداری از فناوری اطلاعات و ارتباطات ۱۳۸۷ و ۱۳۸۹ ۱۰۳
- نمودار ۱/۲- جمعیت کشور بر حسب برخورداری از فناوری اطلاعات و ارتباطات به تفکیک نقاط شهری و روستایی: ۱۳۸۷ و ۱۳۸۹ ۱۰۴
- نمودار ۱/۴- جمعیت کشور بر حسب گروه های سنی وضعیت استفاده از اینترنت: ۱۳۸۹ ۱۰۷
- نمودار ۱/۵- کاربران اینترنت ۶ساله و بالاتر کشور بر حسب وضع سواد و دوره یا مدرک تحصیلی: ۱۳۸۷ و ۱۳۸۹ ۱۰۹
- نمودار ۱/۶- کاربران اینترنت ۱۰ساله و بالاتر کشور بر حسب وضع فعالیت: ۱۳۸۷ و ۱۳۸۹ ۱۱۰
- نمودار ۱/۷- کاربران اینترنت کشور بر حسب تناوب دسترسی به اینترنت در ۱۲ ماه گذشته: ۱۳۸۷ و ۱۳۸۹ ۱۱۱

**فصل اول**

**کلیات پژوهش**

## ۱-۲- بیان مسئله تحقیق:

دانش جمعیت‌شناسی<sup>۱</sup> از ابتدای حیات بشر و مخصوصاً به منظور فراهم کردن قوای نظامی و مقابله با دشمنی کشورهای معاند همواره جهت حاکمان و والیان سرزمینهای کهن کاربرد داشته است. بدیهی است این دانش در ابتدا قلمرو محدودی داشته است و تا سالهای متمادی صرفاً به شمارش جمعیت و تغییرات کمی آن می پرداخت. با توسعه جمعیت از یک سو و تحولات صنعتی نیاز به این علم بیش از پیش افزایش یافت.

امروزه رشد و توسعه جوامع بدون ملاحظات جمعیتی متصور نیست. از این رو علم جمعیت شناسی با همه توان در خدمت انواع برنامه ریزیهای خرد و کلان جمعیتی و کمک به رشد اقتصادی قرار گرفته است.

با توجه به رشد روز افزون صنعت و مخصوصاً ارتباطات اجتماعی<sup>۲</sup> کارکرد علم جمعیت شناسی نیز روز به روز بیشتر و بیشتر می شود. لذا هر روز در روش های جمع آوری، تجزیه و تحلیل و در نهایت ارائه گزارشات جمعیتی پیشرفتهای شگرفی ملاحظه می شود.

یکی از خدمات اصلی جمعیت شناسی علاوه بر محاسبه میزانهای حیاتی توجه به انواع ویژگیهای جمعیتی است. ویژگی های جمعیتی و انواع هرم های جمعیتی مانند هرم سنی، هرم جنسی، هرم شغلی و مانند آن... به صورت چند وجهی و ترکیبی از یک جمعیت واحد محاسبه و استخراج و ترسیم می شود و این محاسبات جمعیتی به برنامه ریزی اقتصادی و اجتماعی کشورها بسیار کمک می کند.

همانگونه که ذکر شد تا پیش از دو دهه اخیر تاکید جمعیت شناسی بر شناخت و مطالعه میزانهای حیاتی بود هرچند مهمترین مباحث جمعیت شناسان محاسبه و استخراج میزانهای حیاتی در جمعیت ساکن در یک محدوده جغرافیایی است اما با پیشرفتهای تکنولوژیکی و به روز شدن آمارهای جمعیتی و بخصوص در کشورهای توسعه یافته و صنعتی تقریباً مشکل تورش و انحراف در آمارهای جمعیتی چندان مطرح نیست و صرفاً نسبتهای جمعیتی و خالص سازی آمارهای جمعیتی مورد توجه

---

<sup>1</sup> demographics

<sup>2</sup> Social Communication

جمعیت شناسان قرار می گیرد. لذا آنچه امروزه اهمیت یافته با پیشرفت ارتباطات اجتماعی و تاحركات جمعیتی چه به صورت واقعی و چه به صورت مجازی مانند شبکه های اجتماعی الکترونیکی و مخابراتی و از جمله ارتباطات اجتماعی در انواع گروههای اجتماعی اینترنتی مانند: فیس بوک<sup>۱</sup>، توئیتر و ...، رویکردهای نوینی در علم جمعیت شناسی در حال شکل گیری است.

از آنجا که برنامه ریزی اجتماعی بدون توجه به تحركات جمعیتی میسر نیست لذا ناگفته پیداست که توجه به جمعیت های مجازی<sup>۲</sup> و جمعیت های سایه و تحركات صورت گرفته در این فضای مجازی در جهت برنامه ریزی اقتصادی- اجتماعی ضرورت روز افزونی یافته است. این ضرورت با توجه به ظرفیتهای کم سازمانهای اجتماعی در کشورهای توسعه نیافته و فقدان آمار و اطلاعات جمعیتی دو چندان است. از این رو لازم است جمعیت شناسان علاوه بر رفع مشکلات در جمع آوری و شناخت میزانهای حیاتی به این ابعاد جمعیتی نیز توجه نمایند و این همان چیزی است که در این تحقیق به دنبال آن هستیم.

بدیهی است هر کشوری یک جمعیت ساکن با میزانهای حیاتی خاصی دارد اما همین ویژگیها در محیطهای مجازی نیز قابل مطالعه و بررسی است. آنچه موضوع این تحقیق قرار گرفته است پاسخگویی به این سؤال است که اولاً ویژگی های جمعیتی که گاه از آن به عنوان جمعیت سایه یاد می شود در ایران چگونه است و ثانیاً چه تعدادی از جمعیت فعلی ایران در اینترنت و شبکه های مجازی عضویت دارند؟ و ثالثاً مجموعه ای از سؤالات مربوط به این جمعیت و تحركات آن پاسخ داده شود از جمله اینکه: گروههای جمعیتی عضو این شبکه های اجتماعی چه نسبتی از کل جمعیت کشور و کاربران اینترنتی را تشکیل می دهند؟ و دارای چه ویژگی جنسی، سنی، شغلی و مانند آن می باشد؟ این نسبت در مقایسه با نسبتهای جمعیتی کاربران اینترنت در جهان چگونه توصیف و تبیین می شود؟

قبل از آنکه تحركات جمعیتی در قالب فضای مجازی مطرح شود ملاحظه می شود که نیاز به استفاده از لوازم الکترونیکی و کامپیوتر جهت انواع محاسبات آماری و ذخیره اسناد در جهان به وجود آمده بود. اولین کامپیوتر بین سالهای ۱۹۳۷ تا ۱۹۴۲ ساخته شد و اولین نطفه شبکه های اطلاع رسانی

---

<sup>۱</sup> facebook

<sup>۲</sup> Virtual Population

در سال ۱۹۵۷ میلادی توسط شوروی سابق، وقتی فضاپیما اسپوتنیک ۱ را به فضا فرستاد شکل گرفت، بعد از آن آمریکاییها مؤسسات پژوهشی اطلاع‌رسانی را ایجاد کردند و در سال ۱۹۶۹ چهار رایانه را با استفاده از فن‌آوری پاکت سویچینگ در کالیفرنیا و یوتا به یکدیگر متصل کردند و سپس فراگیری اینترنت به عنوان یک ارتباط شبکه‌ای از سال ۱۹۷۳ به بعد آغاز و در خلال سالهای دهه ۱۹۸۰ جمعیت کاربران بین‌المللی اینترنت به سرعت افزایش یافت و اولین پایگاهی که آن را می‌توان با عنوان یک شبکه اجتماعی مجازی در اینترنت شناخت، در سال ۱۹۹۷ م. راه‌اندازی شد.

مطالعات جمعیت‌شناسی مجازی حاکی از آن است که، کاربران شبکه‌های اجتماعی از قابلیت‌ها و امکانات متنوع این شبکه‌ها به یک میزان و در یک سطح استفاده نمی‌کنند. برخی کاربران اینترنتی در چند شبکه اجتماعی عضو هستند، روزانه به این سایت‌ها سر می‌زنند و اکثر امکانات آنها را به کار می‌گیرند و برخی دیگر ممکن است تنها در یک سایت عضو باشند و هر از چندگاهی تنها به صفحه شخصی خودشان مراجعه کنند. بین این دو گروه نیز کاربران اینترنتی بر حسب میزان و نوع استفاده‌شان از شبکه‌های اجتماعی در طیف وسیعی قرار می‌گیرند. کاربران اینترنتی را بر حسب نوع مواجهه‌شان با شبکه‌های اجتماعی می‌توان به شکل‌های مختلف دسته‌بندی کرده‌اند. از جمله این دسته‌بندی‌ها در پژوهش سایت اندرسون انالیتیکس<sup>۲</sup> درباره کاربران شبکه‌های اجتماعی انجام شده است. این پژوهش بر روی کاربران اینترنتی آمریکایی با تأکید بر فیس‌بوک، انجام شده است و پس از گردآوری اطلاعات مربوط به نوع مواجهه این کاربران با شبکه‌های اجتماعی، آنها در ۴ گروه دسته‌بندی شده‌اند.

این دسته‌بندی در مطالعات جمعیت‌شناسی عبارتند از:

کاربران ماهر<sup>۳</sup> که تعداد این دسته کاربران حدود ۲۴ میلیون نفر و میانگین سنی آنها ۲۷ سال است، کاربران فراغتی<sup>۴</sup> ۲۱ میلیون نفر در این گروه قرار می‌گیرند که میانگین سنی آنها ۴۵ سال است، کاربران به دنبال سرگرمی<sup>۵</sup> میانگین سنی این گروه ۲۹ سال و تعداد آنها نیز ۲۹ میلیون نفر تخمین

---

1 sputnik

2 Anderson Analytics

3 Social Media Maven

4 Leisure Follower

5 Fun Seeker



زده می‌شود و کاربران تجاری<sup>۱</sup> که میانگین سنی این افراد ۳۳ سال و تعداد آنها حدود ۳۵ میلیون نفر تخمین زده می‌شود نامگذاری شده‌اند. اما در اینترنت کاربرانی هم وجود دارند که در استفاده از امکان‌های جدید اینترنتی پیشگام هستند ولی نسبت به عضویت در شبکه‌های اجتماعی اشتیاقی نشان نمی‌دهند و در فعالیت‌های آنلاینشان آنها را به کار نمی‌گیرند که جمعیتی در حدود ۷۸ میلیون نفر و سن این گروه از کاربران از ۴۵ سال به بالا هستند.

طبق آمار ارائه شده توسط پرایس<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) نزدیک به ۶۱٪ از کاربران وب در سراسر دنیا روزانه به شبکه‌های اجتماعی مراجعه میکنند. در این آمار شبکه اجتماعی فیس بوک با ۳۱/۹ درصد آرا پر مخاطب‌ترین شبکه اجتماعی لقب گرفته است.

مطابق آمار منتشر شده از سایت فیس بوک این شبکه اجتماعی ۵۰۰ میلیون نفر کاربر در جهان دارد که ۴۶ درصد کاربران فیس بوک مرد و ۵۴ درصد زن می‌باشند نوجوانان بین ۱۳ تا ۱۷ سال ۱۱ درصد، ۱۸ تا ۲۵ ساله‌ها ۲۹ درصد، ۲۶ تا ۳۴ ساله‌ها ۲۳ درصد، ۳۵ تا ۴۴ ساله‌ها ۱۸ درصد، ۴۵ تا ۵۴ ساله‌ها ۱۲ درصد و ۵۵ ساله‌ها به بالا ۷ درصد از جمعیت فیس بوک را تشکیل می‌دهند.

همچنین از نظر تحصیلات ۲۱ درصد کاربران دبیرستانی، ۲۸ درصد در حال درس خواندن در دانشگاه، ۲۲ درصد دارای مدرک دانشگاهی می‌باشند. همچنین ۲۹ درصد بقیه دارای تحصیلاتی غیر از موارد ذکر شده می‌باشند.

اما اولین مؤسسه‌ای که اینترنت را به ایران وارد کرد، موسسه‌ای پژوهشی به نام مرکز تحقیقات فیزیکی نظری بود. این مرکز در حدود سال ۱۳۷۲ به یک مرکز اینترنتی در اتریش متصل شد و خدمات اینترنت را در اختیار معدود کاربران خود قرار داد. سپس شرکت مخابرات ایران، در قالب شرکت دیتا وارد عمل شد و استفاده از اینترنت را همگانی کرد. بعد از آن سازمانهای دیگری همچون صدا و سیما، داده‌پردازی، ایزایران، سازمان پژوهشهای علمی و صنعتی، شرکت خدمات انفورماتیک و ندرایانه (وابسته به شهرداری تهران) استفاده از اینترنت را در درون سازمانهای خود و همچنین برای محققان و اساتید دانشگاه امکان‌پذیر ساختند. این سازمانها در واقع به طور مستقیم به

---

1 Business User

2 Price

اینترنت متصل شدند و ارتباطی به شرکت مخابرات نداشتند. امروزه شرکتهای کوچکتر نیز با استفاده از خدمات عمده سازمانهای بزرگتر، نقش سرویس دهنده اینترنت را بر عهده گرفته‌اند و دسترسی به اینترنت را برای افراد و شرکتهای فراهم می‌کنند.

مطابق آمارهای رسمی و حتی تایید نشده تعداد کاربران اینترنت از ۷۹۵۵۹۲۸ نفر در سال ۱۳۸۷ به ۱۱۰۰۲۲۴۸ نفر در سال ۱۳۸۹ رسیده است.

همچنین آماری از کاربران ایرانی شبکه اجتماعی در دسترس نیست. فیس بوک در چارچوب سیاست های تحریم ایران، اجازه ثبت به کاربر با حذف ایران از فهرست کشورهایش نمی‌دهد و از سوی دیگر فیس بوک در ایران به دلیل فیلترینگ در دسترسی عموم نیست اما به صورت میانگین می‌توان نتیجه گرفت که از جمعیت قریب به ۸۰ میلیون نفری ایران ۱۲.۵ میلیون نفر عضو این شبکه اجتماعی باشند.

در مجموع درصد رشد کاربران اینترنت چه در ایران و چه در کشورهای دیگر رو به فزونی است. و در ایران با اتصال تمام مدارس کشور به شبکه اینترنتی و آشنایی دانش آموزان با اینترنت می‌توان محاسبات جمعیتی و برآوردهایی را در این زمینه انجام داد. در ایران بیش از ۵۰۰ تحقیق در خصوص اینترنت و شبکه های مجازی انجام شده که بیشتر از بعد ارتباطات و جامعه شناسی به آن پرداخته شده است و کمتر به مقوله جمعیتی آن پرداخته شده است با این همه در سالهای اخیر در سرشماریها سئوالاتی از استفاده از کامپیوتر در مجموعه سوالهای سرشماری گنجانده شده و رفته رفته جمعیت شناسان در این زمینه دست به مطالعاتی زدند اما هنوز تا رسیدن به سطح کفایات مطالعات راهی دراز باقیست و لذا چنین تحقیقاتی در زمینه مطالعه جمعیتی کاربران شبکه های اجتماعی با موانع و تنگناها و اشکالات فراوانی برای رسیدن به اهداف تحقیق قرار می‌گیرد ولی محقق بر آن است که به این مشکلات فائق آید.

## ۲-۱ اهمیت و ضرورت تحقیق:

جمعیت شناسی نوین به تجزیه و تحلیل های کمی و کیفی جمعیت های مجازی و انواع تحرکات و تغییرات جمعیتی در این محیطها علاقه مند است زیرا چند سالی می شود که در فضای مجازی، شبکه های اجتماعی به عنوان نوع جدیدی از وب سایت ها متولد شده و کاربران و طرفداران زیادی پیدا کرده است. روند رو به رشد شبکه های اجتماعی در طول ۵ سال گذشته حیرت انگیز بوده به نحوی که از میان ۲۰ سایت پربازدید جهان، ۱۲ سایت در تقسیم بندی شبکه های اجتماعی می گنجد. کاربران ایرانی استقبال گسترده ای از شبکه های اجتماعی کرده اند و همانگونه که در زمینه وبلاگ نویسی در مقاطعی رتبه اول در جهان (به نسبت جمعیت) به خود اختصاص داده بودند، در شبکه های اجتماعی نیز حضوری گسترده و فعال داشته اند.

بنابراین دلایل اهمیت مطالعه شبکه های اجتماعی نه تنها به دلیل جایگاهی است که این شبکه ها امروزه در میان کاربران اینترنت یافته اند، بلکه آمارها نشان می دهد که برخی از این شبکه های اجتماعی مانند فیس بوک حجم بسیار بالایی از کاربران را به خود جذب کرده اند. لذا شناخت شبکه های اجتماعی اینترنتی و خصوصیات کاربران آنها ضروری است و با توجه به اینکه شبکه های اجتماعی اینترنتی امروزه کارکردهای مختلفی دارند لذا مطالعات گسترده ای در مراکز پژوهشی جهان برای شناخت کنشها و تعاملات درون شبکه ای، ساختارهای اجتماعی این شبکه ها انجام می شود ولی با این وجود با توجه به استفاده گسترده کاربران ایرانی از شبکه های اجتماعی و بخصوص فیس بوک تاکنون تحقیقات گسترده ای مخصوصاً از بعد جمعیت شناسی انجام نشده است و به همین جهت انجام چنین تحقیقاتی ضروری به نظر می رسد.

## ۳-۱ اهداف تحقیق:

### ۱-۳-۱ هدف اصلی:

هدف اصلی تحقیق حاضر، مطالعه جمعیت شناختی شبکه های مجازی با تاکید بر کاربران facebook در ایران است.

### ۲-۳-۱ اهداف فرعی:

الف- بررسی و تحلیل جمعیتی کاربران اینترنت در سطح جهانی، ایران و شهر تهران

ب- بررسی و تحلیل ویژگی های جمعیتی اعضای شبکه های مجازی و کاربران فیس بوک در شهر تهران و مقایسه آن با ضریب نفوذ این شبکه ها در جهان و ایران

• ج- بررسی و تحلیل روند جمعیتی کاربران اینترنت و اعضای شبکه های مجازی (فیس بوک) و پیش بینی آن در آتی

#### ۴-۱ سوالات تحقیق:

در این تحقیق سؤالات جمعیتی در سه محور زیر قابل ملاحظه است:

الف- بررسی و تحلیل جمعیتی کاربران اینترنت در سطح جهانی، ایران و شهر تهران:

۱-۱-۴- کاربران اینترنت در ایران دارای چه خصوصیات جمعیتی از قبیل سن، جنسیت، تحصیلات، و... هستند؟ ضریب نفوذ اینترنت در ایران به چه میزان است؟

۲-۱-۴- وضعیت کاربران اینترنت در ایران در مقایسه با کشورهای دیگر چگونه است؟

۳-۱-۴- کاربران اینترنت در شهر تهران دارای چه خصوصیات جمعیتی از قبیل سن، جنسیت، تحصیلات، و... هستند؟ ضریب نفوذ اینترنت در تهران به چه میزان است؟

ب- بررسی و تحلیل ویژگی های جمعیتی اعضای شبکه های مجازی و کاربران فیس بوک در شهر تهران و مقایسه آن با ضریب نفوذ این شبکه ها در جهان و ایران:

۱-۲-۴- وضعیت کاربران فیس بوک در جهان چگونه است؟

۲-۲-۴- چه تعداد از ایرانیان عضو شبکه فیس بوک می باشند؟ درصد جمعیت فعال ایرانیان

فیس بوک در مقایسه با کشورهای دیگر چگونه تحلیل می شود؟

۲-۲-۴- کاربران فیس بوک در شهر تهران دارای چه خصوصیات جمعیتی از قبیل سن،

جنسیت، تحصیلات، و... هستند؟ ضریب نفوذ فیس بوک در تهران به چه میزان است؟

۳-۲-۴- کاربران فیس بوک در شهر تهران در چه شبکه های اجتماعی بیشتر عضویت دارند؟

چه مدت از عضویت آنها می گذرد؟ نحوه استفاده آنها از فیس بوک از لحاظ مکان دسترسی به فیس بوک و ... چگونه می باشد؟