تعامل انسان و اطلاعات. جلد ششم، شماره چهارم (زمستان ۱۳۹۸): ۲۵-۱۳
http://hii.khu.ac.ir
مقاله اصیل پژوهشی

رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره کُردهای کرمانشاه در شبکه‌های مجازی: رویکرد اکتشافی

بهناز جلالی، دانشجوی دکترا، گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی،بابل، ایران
***میترا قیاسی**، استادیار ، علم اطلاعات و دانش شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی،بابل، ایران، (نویسنده مسئول)mighiasi@gmail.com
صفیه طهماسبی لیمونی، استادیار، گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی،بابل، ایران

چکیده

دریافت: ۱۳۹۸/۰۷/۱۷
پذیرش: ۱۳۹۸/۰۹/۰۱

زمینه و هدف: گسترش روزافزون کاربران شبکه‌های اجتماعی برای ارتباطات بین اقشار مختلف مردم آن‌ها را به بخشی از زندگی اجتماعی مردم بدل کرده است. بر این اساس، هدف این پژوهش شناسایی عوامل موثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره کُردها در شبکه‌های مجازی و تأثیر هویت قومی بر رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره آن‌ها است.

روش‌شناسی: این پژوهش ازلحاظ هدف کاربردی و از نظر تحلیل داده‌ها کمی با رویکردی اکتشافی است. ابزار پژوهش پرسشنامه است. روایی پرسشنامه با روش دلفی اخذ شد و پایایی آن بر اساس مدل آزمون وزن‌ها، در کلیه وزن‌های مدل بیرونی ترکیبی با ۹۹ درصد اطمینان معنادار بود. جامعه آماری پژوهش شامل ۷۰۶۹۶ نفر از اقشار مختلف کُردهای کرمانشاه بودند. حجم نمونه براساس فرمول کوکران تعداد ۴۸۰ نفر از کاربران عضو حداقل یکی از شبکه‌های اجتماعی پیوسته عمومی و تخصصی بود. روش نمونه‌گیری از نوع تصادفی طبقه‌ای نظام‌مند برحسب در صد مشاغل بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون بارتلت، تحلیل عامل اکتشافی و تأییدی توسط نرم‌افزار SPSS استفاده شد.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که همه عوامل شناسایی شده : اوقات فراغت با ضریب استاندارد ۸۲/.، اطلاعات فرهنگی با ضریب ۰/۶۸، اطلاعات علمی با ضریب ۰/۵۶، اطلاعات اقتصادی با ضریب ۰/۷۵، اطلاعات اجتماعی با ضریب ۷۴/ ۰ و الگوی مصرف با ضریب ۰/۵۲ توان پیش‌بینی متغیر رفتار اطلاعاعیابی کُردها را در فضای مجازی دارند. همچنین زبان با ضریب ۰/۳۰، آداب و رسوم با ضریب استاندارد۰/۷۶ توان پیش‌بینی متغیر هویت قومی را دارند. به علاوه شبکه‌های مجازی و هویت قومی با ضریب ۰/۵۴ قادرند تغییرات رفتاراطلاع‌یابی زندگی روزمره کُردها را پیش‌بینی کنند.

نتیجه‌گیری: ۶ مؤلفه: اوقات فراغت، اطلاعات فرهنگی، اطلاعات علمی، اطلاعات اقتصادی، اطلاعات اجتماعی، الگوی مصرف به عنوان عوامل تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی در زندگی روزمره کشف و شناسایی شد همچنین زبان و آداب و رسوم به عنوان عوامل هویت قومی تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی کُردهای کرمانشاه مورد تأیید قرار گرفتند.

کلید واژه‌ها: رفتار اطلاع یابی، زندگی روزمره، شبکه‌های مجازی، کُرد کرمانشاه، کُرد

تعارض منافع: گزارش نشده است.
منبع حمایت کننده: حامی مالی نداشته است.

شیوه استناد به این مقاله

APA: Jalalie, B., Ghiasi, M., , Tahmasebi Lmoni, S, (2020). Information-seeking behavior of the everyday life of Kermanshah Kurds in social networks: an exploratory approac . *Human Information Interaction*. 6(4); 13-25 (Persian)

Vancouver: Jalalie, B., Ghiasi, M., Tahmasebi Lmoni, S. Information-seeking behavior of the everyday life of Kermanshah Kurds in social networks: an exploratory approac. *Human Information Interaction*. 2020; 6(4): 13-25 (Persian)

انتشار مجله تعامل انسان و اطلاعات با حمایت مالی دانشگاه خوارزمی انجام می‌شود.
انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با CC BY-NC-SA 3.0 صورت گرفته است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1398.6.4.5.6]

Human Information Interaction. Vol. 6, No. 4 (winter 2020):13-25
http://hii.khu.ac.ir
Original Article

Information-seeking behavior of the everyday life of Kermanshah Kurds in social networks: an exploratory approach

Behnaz Jalalie Ph.D. Student, Department of Knowledge and Information Science, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol, Iran
***Mitra Ghiasi (Corresponding Author)** Assistant Professor, Department of Knowledge and Information Science, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol, Iran (mighiasi@gmail.com)
Safieh Tahmasebi Lmoni Assistant Professor, Department of Knowledge and Information Science, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol, Iran

Received: 09/10/2019 Accepted: 22/11/2019

Abstract
Aim: Growing number social network users for communicating between groups has made them a major segment of people's social life. So, the purpose of this study is to identify the factors affecting the use of social networks and information-seeking behavior in daily life of the Kurds in virtual networks and effect of ethnic identity on the behavior of information-seeking in their daily life.
Methodology: Research is an applied and quantitatively exploratory in terms of data analysis. Questionnaire was used which its validity was obtained by Delphi method and its reliability based on the weights test model, was significant in all weights of the combined external model with 99% confidence. Population consisted of 70,696 people from different social classes of the Kurds of Kermanshah. The sample size based on Cochran's formula was 480 users who were members of one of the online public and specialized social networks.
Systematic stratified random sampling was used in terms of percentage of jobs. Bartlett test, exploratory and confirmatory factor analysis was used to analyze the data.
Findings: Findings show that all identified factors have the ability to predict the behavior of Kurds' in information seeking in cyberspace: Leisure with standard coefficient of 0.82, cultural information with coefficient of 0.68, scientific information with coefficient of 0.56, economic information with coefficient of 0.75, social information with The coefficient of 0.74 and the consumption pattern with a coefficient of 0.52. Also, language with a coefficient of 0.30 and customs with a standard coefficient of 0.76 can predict the ethnic identity. In addition, virtual networks and ethnic identities with a coefficient of 0.54 are able to predict changes in the informational behavior of Kurds' everyday life.
Conclusion: Leisure, cultural information, scientific information, economic information, social information, and consumption pattern were discovered and identified as factors influencing information seeking behavior in daily life, as well as language and customs were confirmed as factors of ethnic identity affecting the information-seeking behavior of the Kurds of Kermanshah.
Keywords: Information-seeking Behavior, Everyday Life, Social Networks, Kurds of Kermanshah, Kurdish.

Conflicts of Interest: None
Funding: None.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

How to cite this article

APA: Jalalie, B., Ghiasi, M., , Tahmasebi Lmoni, S, (2020). Information-seeking behavior of the everyday life of Kermanshah Kurds in social networks: an exploratory approac . *Human Information Interaction*. 6(4); 13-25 (Persian)

Vancouver: Jalalie, B., Ghiasi, M., Tahmasebi Lmoni, S. Information-seeking behavior of the everyday life of Kermanshah Kurds in social networks: an exploratory approac. *Human Information Interaction*. 2020; 6(4): 13-25 (Persian)

The journal of *Human Information Interaction* is supported by Kharazmi University, Tehran, Iran.
This work is published under CC BY-NC-SA 3.0 licence.

[DOR: 20.1001.1.24237418.1398.6.4.5.6]

مقدمه

افراد به طور مداوم به اطلاعات نیاز دارند و همه فعالیت‌ها دارای نیاز اطلاعاتی است و نیاز یک مقوله ارزشی است که با بافت اجتماعی و فرهنگی جوامع گره خورده است (فروتن، جمالی مهموئی، ۱۳۹۷). از طرفی بیشتر تلاش‌های انسان به هنگام جستجوی اطلاعات برای اهداف غیرمرتبط با شغل و غیر مرتبط با تحصیل و دانشگاه صرف می‌شود و افراد تمایل به جستجوی اطلاعاتی دارند که به سهولت در دسترس قرار گرفته و ترجیحاً از منابع بین فردی نظیر دوستان، اقوام و یا همکاران به دست آید (بیگدلی، پورموسوی، ۱۳۹۶). در این رابطه ساولینن[1] (۱۹۹۵) نظریه‌ای را با عنوان "اطلاع‌یابی زندگی روزمره (الیس[2])" ارائه کرد. بر اساس این نظریه، اطلاع‌یابی جزء پیوسته‌ای از مهارت زندگی است و شیوه زندگی نیز به نحو چشمگیری فرایند اطلاع-یابی را هدایت و کنترل می‌کند (نویدی، ۱۳۹۴). به عبارت دیگر، وی بر نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی که شیوه اولویت‌بندی و استفاده از منابع اطلاعاتی توسط مردم را تحت تأثیر قرار می‌دهند، تأکید می‌کند. این مدل مفاهیمی مانند سرمایه اجتماعی و سرمایه شناختی را درهم می‌آمیزد و عوامل اقتصادی را مدّ نظر دارد (بیگدلی، شاهینی، طاهرزاده موسویان، ۱۳۹۵).

در این میان یکی از منابع اطلاعاتی و مجراهای اطلاعاتی، زندگی روزمره شبکه‌های مجازی هستند که به شکل گسترده‌ای در میان اقشار مختلف نفوذ کرده است. لئونگ[3] (۲۰۱۱) بیان می‌کند که میزان زمان صرف شده توسط افراد در خواندن محتوای مبادله شده در شبکه‌های اجتماعی بسیار بیشتر از میزان زمان صرف شده توسط آنان برای کسب اطلاعات از سایر منابع اطلاعاتی است. از این رو به نظر می‌رسد شناخت چگونگی بهره‌گیری از این شبکه‌ها توسط گروه-های قومی مختلف به منظور آشنایی با روند رو به رشد استفاده و کاربرد این شبکه‌ها در عرصه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ضروری باشد. کاربران کُرد نیز به عنوان یکی از گروه‌های قومی، حضوری فعال در شبکه های مجازی داشته و این رسانه‌ها، آنان را قادر ساخته است که دیدگاه-های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی خود را مانند دیگر کاربران مطرح نموده و از مزایای اشاعه شبکه‌ای آن بهره‌مند گردند. بر این اساس هدف از این پژوهش کشف رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره کاربران کُرد کرمانشاه و تأثیر هویت قومی و شبکه-های مجازی بر کسب اطلاعات زندگی روزمره آنان است.

بررسی مطالعات انجام شده در داخل ایران نشان از تأثیر شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های اجتماعی بر زندگی روزمره اقوام و عشایر دارد. به طوری که پژوهش زارع (۱۳۹۱) در مورد دو قوم عرب و بختیاری مؤید این نکته است که سطح توجه به هویت قومی در عرب‌ها و سطح هویت ملی در قوم بختیاری‌ها بالا است و این در حالی است که کمبود استفاه از کتابخانه در هر دوقوم مشهود است. یکی از پژوهش‌هایی که با تمرکز بر شبکه‌های اجتماعی پیوسته به بررسی رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره کاربران پرداخته، مطالعه نویدی (۱۳۹۴) بود که نشان داد سرمایه اجتماعی غنی‌تر و تنوع بیشتر در شبکه‌های اجتماعی فرد منجر به دسترسی به اطلاعات با کیفیت‌تر می‌گردد و این احتمال را تقویت می‌کند که افراد بتوانند اطلاعات مورد نیاز زندگی روزمره خود را از طریق رویارویی اطلاعات به صورت تصادفی کسب کنند و با حداقل کوشش به نتایج مورد انتظار دست یابند.

بیگدلی و موسوی (۱۳۹۶) نیز بر اساس نظریه ساولینن (۱۹۹۵) تحت عنوان اطلاع‌یابی زندگی روزمره (الیس) به بررسی زندگی ارامنه پرداختند. نتایج بررسی آن‌ها نشان داد که ارامنه نگرش مثبتی نسبت به اطلاعات و نقش مهم آن در زندگی روزمره دارند .بیشترین استفاده آن‌ها از وب سایت‌های فارسی و شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان خارج از کشور و کم‌ترین مورد مربوط به استفاه از برنامه‌های فارسی زبان ملی است. فروتن، جمالی مهموئی (۱۳۹۷) نیز به رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره با توجه به اعمال اطلاعاتی عشایر کوچ‌نشین بختیار پرداختند. زیرا به نظر آن‌ها رفتار اطلاع‌یابی، بیشتر جنبه شناختی و فردی دارد، در حالی که در اعمال اطلاعاتی، تأکید بر بافت زندگی اجتماعی و فرهنگی است و همه فعالیت‌های اطلاعاتی درون بافت اجتماعی شکل می‌گیرد. یافته‌های آن‌ها نشان داد که زندگی عشایر به دلیل محدودیت در دسترسی به منابع اطلاعاتی رسمی (مثل منابع مکتوب و کتابخانه و غیره) هنوز تاحد زیادی مبتنی بر فرهنگ شفاهی و ارتباطات فردی است و نیاز است تا برنامه درستی برای رفع نیازهای آن‌ها از طریق خدمات اطلاعاتی رسمی صورت گیرد و مشکلات دسترسی آن‌ها به اطلاعات رفع شود. در این پژوهش مانند پژوهش‌های پیشین به ضعف کتابخانه‌های عمومی در خدمات اطلاع‌رسانی اشاره کرده‌اند. صابری، حسن‌زاده، درودی (۱۳۹۸) به نیاز کاربرد شبکه‌ها در کتابخانه پرداختند و نتیجه گرفتند که شبکه‌های مجازی به عنوان ابزار مهم کتابخانه‌ها هستند ولی در وضعیت کنونی از این ظرفیت بهره‌برداری نمی‌شود. از نظر آن‌ها ارتقای وضعیت موجود در نهایت می‌تواند به ارتقای اثربخشی کتابخانه‌های دانشگاهی بیانجامد.

از مطالعه پژوهش‌های صورت گرفته در خارج از ایران نیز این‌گونه استنتاج می‌شود که شبکه‌های مجازی بر زندگی روزمره اقشار مختلف از جمله کودکان و نوجوانان، دانشجویان، سالمندان و قبیله‌ها تأثیرگذار است و ضرورت پژوهش در زمینه تأثیر اطلاعات بر زندگی روزمره همه اقشار از جمله اقوام را آشکارتر می‌کند. به برخی پژوهش‌ها اشاره می‌شود. دمیرگزی، پاستور، باسانی، آروزیو و

[1] Savolainen
[2] Everyday Life Information Seeking(ELIS)
[3] Leung

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1398.6.4.5.6]

لوناتی[1](۲۰۲۰) این مطالعه توضیحی مفصل از رفتارهای واقعی در جستجوی زندگی و، نیازهای آموزشی و منابع اطلاعاتی پزشکان مغز و اعصاب دو گروه متخصص ام.اس و متخصصان میگرن ایتالیایی را به روش آمیخته ارائه می‌دهد. ادکانبین[2](۲۰۱۹) در پژوهش خود رفتارهای جستجوی اطلاعات مهاجران به انگلستان را مورد توجه قرار داده و به سؤالات نیازهای اطلاعات، منبع اطلاعات و موانع اطلاعاتی مهاجران پاسخ داده و نیز ضمن بحث در مورد نقش کتابخانه-ها به عنوان کمک کننده به مهاجران، توصیه‌هایی را برای متخصصان اطلاع‌رسانی و کتابداران در مورد چگونگی حل مشکلات ارائه کرده است. شوا[3] (۲۰۱۸) تمرکز بر رفتار زنان مهاجر بنگلادشی به کانادا داشت و تعیین رابطه بین رفتار اطلاع‌یابی چگونگی پیوستن به اجتماع و اقامت آن‌ها و ارائه الگو و توصیه‌هایی برای متخصصان اطلاع‌رسانی و کتابداران در مورد چگونگی حل مشکلات ارائه داده‌اند. اما آیلری[4]، مکانیکول[5](۲۰۱۸).به رفتار اطلاع‌یابی دانش آموزان دبیرستانی پرداخته‌اند. وب سایت‌های اجتماعی را مجرای مناسب و مهم برای پیدا کردن اطلاعات می‌دانند و بیان می‌کنند که بسیاری از دانش آموزان از وب سایت‌های اجتماعی برای اهداف به عنوان یک جستجوی اطلاعات زندگی روزمره استفاده می‌کنند. گیون[6] (۲۰۱۶) نیز در پژوهشی با مشاهده بازی کودکان در استفاده از تکنولوژی نتیجه گرفت که فعالیت‌های یادگیری و سواد اولیه در شکل دادن به شیوه زندگی کودکان و (مهارت زندگی) تأثیرگذار است. و می‌گوید که همان‌طور که در مُدل الیس، ساولینن (۱۹۹۵) بیان شده است، مشارکت فناوری‌های مشاهده شده فرصتی برای کشف دنیای اجتماعی کودکان و روش‌های جمع‌آوری اطلاعات در حین بازی تکنولوژیکی فراهم کرده است و فعالیت‌های یادگیری در آینده را تقویت و زمینه حمایت از رشد و خلاقیت کودک را فراهم می‌کند. در پژوهشی دیگر چینگ[7] (۲۰۱۶) به بررسی رفتار اطلاع-یابی دانشجویان کارشناسی آمریکایی پرداخت. نتایج نشان داد که بین دوگروه جنسی در استفاده از اطلاعات تفاوت معنی‌دار وجود داشت و تفاوت‌هایی بین سبک حل مسأله در بین جامعه مورد بررسی او بود. در پژوهشی مشابه سین[8] و سان‌کیم[9] (۲۰۱۳) نشان دادند که دانشجویان بین‌المللی به طور مرتب از شبکه‌های اجتماعی برای اطلاع‌یابی زندگی روزمره (الیس) استفاده می‌کردند. نیازهای اطلاعاتی زندگی روزانه دانشجویان شامل: تجارت، بهداشت و اخبار کشور محل زندگی خود بود. شبکه‌های اجتماعی به عنوان کانال ازشمند برای اطلاع‌یابی زندگی روزمره هدفمند دانشجویان محسوب می‌شد. بررسی‌های زندگی روزمره مربوط به اقلیت‌ها توسط گنایو[10] (۲۰۱۱) نیز نشان داد که اکثر پاسخ-دهندگان، اطلاع‌یابی موفق رخدادهای زندگی روزمره را در جستجوی پیوسته اطلاعات توصیف کردند و کانال‌های اطلاعاتی خود را اینترنت ، ارتباط چهره به چهره با افراد و استفاده از کتابخانه‌های عمومی عنوان کردند. نتایج همچنین نشان داد میزان موفقیت افراد در اطلاع-یابی زندگی روزمره در مقابل اطلاع‌یابی در مورد قبیله متفاوت است و کانال‌های بین فردی در اطلاع‌یابی قبیله‌ای اهمیت بسیار زیادی دارد. اما مچین مسترومتئو[11] (۲۰۱۰) در پژوهش خود به نحوه برخورد کاربران با مسائل و چالش‌های موجود در شبکه‌ها پرداخته است. یافته‌های او نشان داد که ارتباط، سرگرمی، کارهای علمی و حرفه‌ای از اهداف اعضای هیأت علمی و دانشجویان است. اشتراک‌گذاری اطلاعات و ارتباطات به عادت روزانه در این جامعه مورد پژوهش تبدیل شده است و نیز اعتماد و مراوده کاربران برای استفاده از اطلاعات با کسانی است که می-شناسند.

از طرفی اقوام مختلف هر کدام دارای آداب ورسوم، باورها، زبان و حتی خط ویژه خود هستند، تفاوت بین نگرش‌ها، جهان‌بینی، آداب و رسوم و... به عنوان عوامل تأثیرگذار بر کسانی که در جهان کوچک زندگی می‌کنند، قبلا توسط چتمن[12] (۱۹۹۱)مورد اشاره قرار گرفته بود و به زعم او کسانی که در جهان کوچک خود زندگی می‌کنند، نیازهای متفاوتی از افراد غیر منسوب به جهان کوچک دارند و ممکن است به گونه‌ای متفاوت با اطلاعات شبکه-ها تعامل کنند. از این رو، توجه به اقوام و نیازهای اطلاعاتی‌شان در بهره‌گیری از شبکه‌های مجازی اهمیت می‌یابد. همچنین شبکه‌های اجتماعی می‌توانند موجب آشکارتر شدن نکات ناشناخته ابعاد فرهنگی هر قوم شده و در نتیجه زمینه را برای برداشتن گام مؤثر در جهت غنای فرهنگی یک جامعه بر دارند. کُردهای شهر کرمانشاه نیز به عنوان ساکنان بزرگ‌ترین شهر کُردنشین ایران و به عنوان یک اقلیت ملی با زبان، خط، آداب و رسوم و فرهنگ ویژه خود در شبکه‌ها حضور دارند و بر حسب علائق، اهداف، دلایل و نیازهای خود طیفی از محتوای فضای مجازی را تولید و باز نشر می‌کنند و به عنوان بخشی از جوامع بشری تحت تأثیر شبکه‌های مجازی در سطوح مختلف سنی، تحصیلی، فرهنگی به شمار می‌آیند، لذا ضروری به نظر می‌رسد که جزئیات ارتباط میان عضویت و حضور آن‌ها در شبکه‌های مجازی و مقوله‌های مختلف

[1] Demergazzi, Pastore, Bassani, Arosio, & Lonati
[2] Adekanmbi
[3] Shuva
[4]. Aillerie
[5]. McNicol
[6] .Geven
[7].Ching
[8] Sin
[9] Sun Kim

[10] Gneu
[11] Machin Masteromatteo
[12] Chatman

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1398.6.4.5.6]

شیوه زندگی روزمره آن‌ها مورد بررسی قرار گیرد تا بتوانیم درک درستی از محدوده روابط میان شبکه‌ها و مشی اطلاعاتی زندگی روزمره کُردهای کرمانشاه به دست آوریم. همچنین آگاهی از رفتار استفاده‌کنندگان همواره راهگشای مسئولان کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی در برنامه‌ریزی آینده است. پژوهش حاضر از این جهت که دانش ما را در مورد رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره قوم کُرد روزآمد می‌کند، نیز حائز اهمیّت است.

مرور پژوهش‌های انجام شده، نشان داد که بررسی رفتار اطلاع‌یابی در ایران روی اطلاع‌یابی از کتابخانه‌ها بوده تا شبکه‌های اجتماعی لذا با درک این شکاف تحقیقاتی ضروری است مطالعه رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره اقشار و قومیتهای مختلف ایرانی در شبکه های اجتماعی نیز مطالعه شود. با توجه به مطالب پیش گفته مسأله پژوهش حاضر چیستی مؤلفه‌های اصلی و فرعی اطلاع‌یابی زندگی روزمره قوم کرد در شبکه‌های مجازی است و نیز کشف تأثیر شبکه‌ها و هویت قومی بر مشی اطلاعاتی زندگی روزمره کاربران کُرد کرمانشاه است. بر این اساس پرسش‌های زیر مطرح می‌شود:

۱.مؤلفه‌های اصلی و فرعی رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره کُردهای کرمانشاه در شبکه‌های مجازی کدامند؟

۲. مؤلفه‌های اصلی و فرعی هویت قومی کُردهای کرمانشاه در شبکه‌های مجازی کدامند؟

۳. عوامل مؤثر بر مشی اطلاعاتی کُردهای کرمانشاه در شبکه‌های مجازی کدامند؟

روش‌شناسی

پژوهش حاضر ازلحاظ هدف کاربردی و از نظر تحلیل داده ها کمی با رویکردی اکتشافی است. ابزار پژوهش پرسشنامه است. برای روایی ابزار از نظر متخصصان با روش دلفی استفاده شد.که در طی دو مرحله کلیه گویه های مورد نظر تأیید شدند (کندال دور اول = ۰/۱۰۱ ، کندال دور دوم= ۰/۱۰۵) است. برای پایایی از مدل آزمون وزن‌ها استفاده گردید و کلیه وزن‌های مدل بیرونی ترکیبی در سطح ۹۹ درصد اطمینان معنادار است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه ۷۰۶۹۶ نفر از اقشار مختلف کُردهای کرمانشاه است که اطلاعات مربوط به آنها از سالنامه آماری استان کرمانشاه ۱۳۹۷ و بانک اطلاعات اتاق اصناف کرمانشاه ۱۳۹۸ استخراج گردید. با استفاده از جدول کوکران تعداد ۴۸۰ نفر به عنوان حجم نمونه تعیین شد. روش نمونه‌گیری از نوع هدف مند و سهمیه ای برحسب طبقه بندی استاندارد مشاغل ایران (مرکز آمار ایران ، ۱۳۹۵) بود. به این ترتیب که در هر طبقه شغلی به ۲۱ نفر جهت پاسخ گویی رجوع شد در مجموع ۴۸۳ پرسشنامه جمع آوری شد که با حذف ۳ مورد، ۴۸۰ پرسشنامه برابر با حجم نمونه مورد تحلیل قرار گرفت . توزیع و جمع آوری پرسشنامه به صورت حضوری و با رجوع به محل اشتغال افراد توسط پژوهشگر انجام شد. شرط اولیه ورود به پژوهش شرکت دادن داوطلبانی بود که ۱. شاغل در یکی از ۲۳ طبقه شغلی تعیین شده توسط مرکز آمار ایران باشند و ۲. براساس اظهار شخص داوطلب، حداقل در یکی از شبکه‌های اجتماعی عضویت داشته باشند (جدول ۱). برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های توصیفی میانگین و انحراف معیار، آزمون بارتلت، تحلیل عامل اکتشافی و تأییدی توسط نرم‌افزارهای SPSS و PLS استفاده شد.

یافته‌ها

پژوهش حاضر در پی کشف مؤلفه‌های اصلی و فرعی رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره کاربران کُرد در شبکه‌های مجازی است

جدول ۱. پاسخ‌دهندگان به کاربرد شبکه‌های مجازی

شبکه‌های مورد استفاده	بسیارزیاد		زیاد		متوسط		کم		خیلی کم	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
تلگرام	۱۶۷	۳۴/۸	۱۲۶	۳۶/۲	۱۰۸	۲۲/۵	۵۱	۱۰/۶	۲۸	۵/۸
فیس بوک	۲۷	۵/۶	۱۷	۳/۵	۵۳	۱۱/۰	۶۱	۱۲/۷	۳۲۲	۶۷/۱
واتساپ	۱۹۱	۳۹/۸	۱۵۲	۳۱/۷	۵۶	۱۱/۷	۲۲	۴/۶	۵۹	۱۲/۳
اینستاگرام	۱۲۳	۲۵/۶	۱۲۷	۲۶/۵	۷۴	۱۵/۴	۳۳	۶/۹	۱۲۳	۲۵/۶
توییتر	۷	۱/۵	۱۹	۴/۰	۳۴	۷/۱	۵۴	۱۱/۲	۳۶۶	۶۷/۲
لینکدین	۵	۱/۰	۲۵	۵/۲	۲۴	۵/۰	۴۶	۹/۶	۳۸۰	۷۹/۲
سروش	۱۷	۳/۵	۱۷	۳/۵	۲۱	۴/۴	۵۷	۱۹/۹	۳۶۸	۶۷/۷
موضوعات مورد استفاده										
فرهنگی	۱۵۷	۱۱/۹	۹۷	۲۰/۲	۲۰۵	۴۲/۷	۸۷	۱۸/۱	۳۴	۷/۱
اقتصادی	۶۰	۱۲/۵	۹۶	۲۰/۰	۱۴۳	۲۹/۸	۸۴	۱۷/۵	۹۷	۲۰/۲
اجتماعی	۷۶	۱۵/۸	۱۱۵	۲۴/۰	۱۷۸	۳۷/۱	۷۲	۱۵/۰	۳۹	۸/۱
تفریحی	۶۱	۱۲/۷	۸۷	۱۸/۱	۱۲۳	۲۵/۶	۱۰۵	۲۱/۹	۱۰۴	۲۱/۷
قوم کرد	۳۵	۷/۳	۵۵	۱۱/۵	۱۲۱	۲۵/۲	۱۰۶	۲۲/۱	۱۳۶	۳۴/۰

تعامل انسان و اطلاعات
جلد ششم، شماره چهارم (زمستان ۱۳۹۸): ۲۵-۱۳
http://hii.khu.ac.ir

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1398.6.4.5.6]

یافته‌ها حاکی از آن است که بین۴۸۰ نفر کاربر پاسخ دهنده استفاده از شبکه‌های مجازی تلگرام، واتساپ و اینستاگرام زیاد است. اما از شبکه‌های مجازی فیس‌بوک، لینکدین، توییتر و سروش خیلی کم استفاه می‌کنند. کاربران کُرد از موضوع‌های شبکه‌های مجازی با محور: فرهنگی ، اقتصادی، اجتماعی، تفریحی به میزان متوسط نزدیک به زیاد استفاده می‌کنند. اما، از سایت‌هایی با موضوعیت کُرد بسیار کم استفاده می‌کنند.

برای شناسایی عوامل رفتار اطلاع‌یاتی و عوامل هویت قومی پژوهش حاضر از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. پیش از انجام اکتشاف با استفاده از آزمون KMO کفایت حجم نمونه برای اجرای تحلیل عامل اکتشافی سنجیده شد.

جدول۲. نتایج آزمون KMO و آزمون بارتلت رفتار اطلاع‌یابی

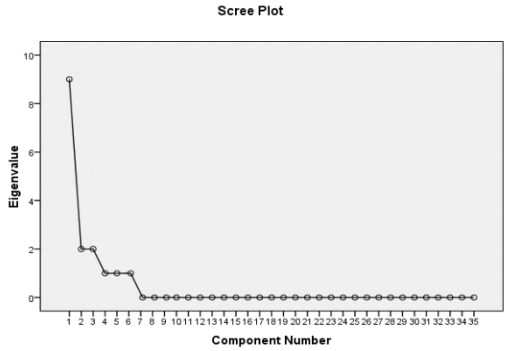
آزمون کایزر-مایر-الکین(KMO)		۰/۸۷۶
آزمون کرویت بارتلت	ضریب خی دو:	۷۶۸۶/۷۳۷
	درجه آزادی:	۵۹۵
	سطح معنی داری:	۰/۰۰۱

همان‌طور که نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد، مقدار معیار KMO برابر ۰/۸۷۶ است که این مقدار بیانگر کفایت حجم نمونه برای اجرای تحلیل عاملی اکتشافی است. همچنین نتیجه‌ی آزمون بارتلت (۷۶۸۶/۷۳۷) که در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است، از یک طرف بین گویه‌های داخل عامل همبستگی بالایی وجود دارد و از طرف دیگر بین گویه‌های یک عامل با گویه‌های عامل دیگر، هیچ‌گونه همبستگی مشاهده نمی‌شود. در ابتدا ۳۵ گویه‌برای پرسشنامه با استفاده از روش فراترکیب از متون استخراج گردید و پس از تأیید خبرگان مرحله دلفی در اختیار جامعه آماری قرار گرفت نتایج، تعیین تعداد عوامل پنهان برحسب مقادیر ویژه. در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۳. تبیین واریانس نهایی(کل) پرسشنامه‌ی رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره در فضای مجازی

عوامل	مجموع مجذور چرخشی			مجموع مجذور غیر چرخشی		
	کل	درصد	درصد	کل	درصد	درصد
۱	۳/۵۷۱	۱۰/۲۰۳	۱۰/۲۰۳	۹/۱۸۹	۲۶/۲۵۱	۲۶/۲۵۱
۲	۲/۶۵۷	۷/۵۹۱	۳۴/۹۶۴	۱/۸۹۱	۵/۴۰۴	۴۶/۴۳۷
۳	۲/۶۳۸	۷/۵۳۶	۴۲/۵۰۱	۱/۷۹۷	۵/۱۳۳	۵۱/۵۷۰
۴	۲/۵۱۷	۷/۱۹۱	۴۹/۶۹۱	۱/۵۵۵	۴/۴۴۳	۴۹/۶۹۱
۵	۲/۴۷۸	۷/۰۸۱	۵۶/۷۷۲	۱/۳۲۷	۳/۷۹۱	۵۹/۸۰۵
۶	۲/۲۵۷	۶/۴۴۹	۶۳/۲۲۱	۱/۱۹۶	۳/۴۱۷	۶۳/۲۲۱

همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد عامل یک بیشترین مقدار ویژه (۹/۱۸۹) را دارد که بیشترین واریانس (۲۶/۲۵۱) متغیر ها را تبیین می‌کند و عامل ۶ کمترین مقدار ویژه را دارد (۱/۱۹۶) که کمترین واریانس (۳/۴۱۷) متغیرها را تبیین می‌کند. بر اساس ملاک کیزر، عامل‌هایی که مقدار ویژه آن‌ها کمتر از عدد ۱ است در انتخاب عامل‌ها به حساب نیامده‌اند. نتایج جدول فوق همچنین نشان می‌دهد که با عامل‌بندی گویه‌ها تا حدود ۶۳/۲۲۱ درصد از واریانس کل مشی اطلاعاتی در فضای مجازی را می‌توانیم بر اساس ۶ عامل متفاوتی که شناسایی شده، تبیین نمائیم. شکل زیر (نمودار SCREE) است، که تعداد مناسب عامل‌ها را به صورت تصویری نشان می‌دهد. همان‌طور که در شکل مشاهده می‌شود، ۶ عامل، مقدار ارزش ویژه‌ی بالاتر از یک دارند. یعنی مجموع ۳۵ گویه قابل تقلیل به ۶ عامل است.



شکل۱. سنگریزه جهت نمایش عوامل رفتار اطلاعاتی در فضای مجازی

جدول۴. ماتریس عناصر چرخش‌یافته

گویه ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶
OF1	۰/۸۰۰					
OF2	۰/۷۸۵					
OF3	۰/۷۸۳					
OF4	۰/۷۵۲					
OF5	۰/۶۷۶					
OF6	۰/۶۶۵					
OF7	۰/۶۱۷					
OF6	۰/۶۱۰					
OF9	۰/۶۰۸					
OF10	۰/۶۰۸					
EF1		۰/۸۴۳				
EF2		۰/۸۰۹				
EF3		۰/۷۳۶				
EF4		۰/۷۲۴				
EE1			۰/۷۶۳			
EE2			۰/۶۴۸			
EE3			۰/۶۳۷			
EE4			۰/۶۱۲			
EE5			۰/۵۴۹			
EGH1				۰/۷۷۵		
EGH2				۰/۶۷۸		
EGH3				۰/۶۵۵		
EGH4				۰/۵۷۰		

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1398.6.4.5.6]

EGH5	۵۴۲		
EEJ1		۰/۷۵۶	
EEJ2		۰/۷۵۶	
EEJ3		۰/۷۴۷	
EEJ4		۰/۷۴۴	
EEJ5		۰/۷۳۷	
EEJ6		۰/۷۳۳	
EEJ7		۰/۶۹۹	
OM1			۰/۷۹۱
OM2			۰/۷۵۴
OM3			۰/۶۰۶
OM4			۰/۵۸۹

طبق نتایج به دست آمده از جدول ۴. مشخص شد که گویه‌های پژوهش در ۶ عامل قرار می‌گیرند. به طوری‌که در عامل اول عامل‌های ۱ تا۱۰ قرار دارند. در عامل دوم عامل‌های ۱۱ تا ۱۴ قرار دارند. در عامل سوم عامل‌های ۱۵ تا ۱۹ قرار دارند، عامل چهارم عامل‌های ۲۰ تا ۲۴ قرار دارند، در عامل پنجم عامل‌های ۲۵ تا ۳۱ قرار دارند. در عامل ششم عامل‌های ۳۲ تا ۳۵ قرار دارند. در جدول زیر بارعاملی و واریانس مؤلفه‌ها آمده است.

جدول ۵. بارهای عاملی، ارزش ویژه، درصد واریانس تبیین شده مؤلفه‌ها

عوامل و گویه‌ها		بار عاملی	ارزش ویژه	درصد واریانس تبیین شده	درصد واریانس تجمعی تبیین شده
	عامل ۱		۹/۱۸۸	۲۶/۲۵۱	۲۶/۲۵۱
۱	گوش دادن موسیقی	۰/۸۰۰			
۲	فعالیت‌های هنری	۰/۷۸۵			
۳	بازی	۰/۷۸۳			
۴	معاشرت با دوستان	۰/۷۵۲			
۵	اخبار ورزشی	۰/۶۷۶			
۶	اخبار اقتصادی	۰/۶۶۵			
۷	اخبار فرهنگی	۰/۶۱۷			
۸	اخبار، مد	۰/۶۱۰			
۹	اخبار اجتماعی	۰/۶۰۸			
۱۰	اخبار سلامت و بهداشت	۰/۶۰۳			
	عامل ۲		۱/۸۹۱	۵/۴۰۴	۴۶/۴۳۷
۱۱	اطلاع از جشنواره‌ها	۰/۸۴۳			
۱۲	فعالیت فرهنگی	۰/۸۰۹			
۱۳	آشنایی با فرهنگ‌های مختلف	۰/۷۳۶			
۱۴	تولیدات فرهنگی	۰/۷۲۴			
	عامل ۳		۱/۷۹۷	۵/۱۳۳	۵۱/۵۷۰
۱۵	اطلاعات عمومی	۰/۷۵۳			
۱۶	تخصصی مربوط به رشته	۰/۶۴۸			
۱۷	مهارت‌های فنی	۰/۶۳۸			
۱۸	اطلاعات حرفه‌ام	۰/۶۱۲			
۱۹	اشتراک اطلاعات علمی	۰/۵۴۹			
	عامل ۴		۱/۵۵۵	۴/۴۴۳	۵۶/۰۱۳
۲۰	سرمایه‌گذاری در کسب و کار	۰/۷۷۵			
۲۱	خرید محصولات	۰/۶۷۸			
۲۲	تبلیغات هدفمند مرتبط با شغلم ..	۰/۶۵۵			
۲۳	برنامه‌ریزی برای هزینه‌ها و ایجاد تعادل در دخل و خرج زندگی	۰/۵۷۰			
۲۴	آگاهی از قیمت‌ها	۰/۵۴۲			
	عامل ۵		۱/۳۲۷	۳/۷۹۱	۵۹/۸۰۵
۲۵	مشارکت‌های اجتماعی در جوامع مختلف را افزایش می‌دهند	۰/۷۶۵			
۲۶	تشویق مستقیم یاغیر مستقیم به شرکت در فعالیت‌های واقعی زندگی	۰/۷۵۶			
۲۷	گسترش فعالیت‌های خیر خواهانه ء	۰/۷۴۷			

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1398.6.4.5.6]

۲۸	پیدا کردن دوستان قدیمی	۰/۷۴۴			
۲۹	پیدا کردن دوستان جدید	۰/۷۳۴			
۳۰	ارتباطات خانوادگی	۰/۷۳۳			
۳۱	پیدا کردن افراد هم‌فکر	۰/۶۹۹			
	عامل۶		۱/۱۹۶	۳/۴۱۷	۶۳/۲۲۱
۳۲	انتخاب لوازم بهداشتی	۰/۷۹۱			
۳۳	انتخاب لوازم آرایشی	۰/۷۵۴			
۳۴	انتخاب الگوی صحیح تغذیه	۰/۶۰۶			
۳۵	کسب اطلاع درباره ارزش مواد غذایی	۰/۵۸۹			

بر اساس نتایج بدست آمده از اجرای تحلیل عوامل با استفاده از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی، ۶ عامل با ارزش ویژه‌ی بزرگتر از یک استخراج شد که روی هم ۶۳/۲۲۱ درصد واریانس کل پرسشنامه‌ی مشی اطلاعاتی در فضای مجازی را تعیین می‌کنند. بدین ترتیب با چرخش واریماکس، ۶ عامل شناسایی و تأیید شدند این نتایج، روایی سازه‌ی پرسشنامه مشی اطلاعاتی در فضای مجازی را به منزله‌ی ابزاری چند بعدی برای ارزیابی و اندازه‌گیری مشی اطلاعاتی روزمره در فضای مجازی مورد تأیید قرار داده‌اند. عوامل استخراج شده، با توجه به محتوای پیشینه ها و نیز محتوای عوامل فرعی(گویه‌ها) به این شرح زیر نام‌گذاری شدند:

جدول ۶. نام گذاری و دسته بندی عامل های اصلی و فرعی رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره

ردیف	مؤلفه اصلی	مؤلفه فرعی
۱	اوقات فراغت	گوش دادن به موسیقی
		فعالیت هنری
		بازی
		معاشرت با دوستان
		پی‌گیری اخبار ورزشی
		پی‌گیری اخبار اقتصادی
		پی‌گیری اخبار فرهنگی
		پی‌گیری اخبار، مد
		پی‌گیری اخبار اجتماعی
		پی‌گیری اخبار سلامت و بهداشت.
۲	اطلاعات فرهنگی	اطلاع از جشنواره‌ها
		فعالیت فرهنگی
		آآشنایی با فرهنگ‌های مختلف
		تولیدات فرهنگی
۳	اطلاعات علمی	کسب اطلاعات علمی عمومی
		کسب اطلاعات علمی تخصصی
		مهارت‌های فنی
		برای کسب اطلاعات حرفه‌ام
		جهت اشتراک اطلاعات علمی
۴	اطلاعات اقتصادی	برای سرمایه‌گذاری در کسب و کار
		جهت خرید محصولات مختلف
		تبلیغات هدفمند مرتبط با شغلم استفاده می‌کنم
		برنامه‌ریزی برای هزینه‌ها و ایجاد تعادل در دخل و خرج
		از شبکه‌های مجازی برای ، آگاهی اا‌ز قیمت‌ها استفاده می کنم
۵	اطلاعات اجتماعی	میزان و کیفیت مشارکت‌های اجتماعی در جوامع مختلف را افزایش می دهند
		شرکت در فعالیت‌های واقعی در زندگی اجتماعی تشویق می‌کنند
		فعالیت های خیر خواهانه را در بین اعضاء گسترش می‌دهند
		پیدا کردن دوستان قدیمی و احیای ارتباطات قدیمی
		پیدا کردن دوستان جدید
		ارتباطات خانوادگی
		پیدا کردن افراد همفکر
۶	الگوی مصرف	انتخاب لوازم بهداشتی مناسب
		انتخاب لوازم آرایشی مناسب
		بانتخاب الگوی صحیح تغذیه
		کسب اطلاع درباره ارزش مواد غذایی.

همچنین در این پژوهش به شناسایی هویت قومی به عنوان عامل تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی اطلاعات پرداخته شد.

جدول ۷.. نتایج آزمون KMO و آزمون بارتلت هویت قومی

آزمون کایزر-مایر-الکین(KMO)		۰/۸۹۸
آزمون کرویت بارتلت	ضریب خی دو:	۳۳۸۲/۰۶۴
	درجه آزادی:	۵۵
	سطح معنی داری:	۰/۰۰۱

همان‌طور که نتایج جدول ۷. نشان می‌دهد، مقدار معیار KMO برابر ۰/۸۹۸ است که این مقدار بیانگر کفایت حجم نمونه برای اجرای تحلیل عاملی اکتشافی است. همچنین نتیجه‌ی آزمون بارتلت (۳۳۸۲/۰۶۴) که در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است. در ابتدا ۱۱ گویه برای پرسشنامه هویت قومی با استفاده از روش فراترکیب از متون استخراج گردید و پس از تأیید خبرگان مرحله دلفی در اختیار جامعه آماری قرار گرفت. به منظور طبقه‌بندی عامل‌ها و ابعاد هویت قومی از تحلیل عاملی اکتشافی با استفاده از نرم‌افزار SPSS استفاده شد–در مرحله بعد می‌بایست به شناسایی تعداد عوامل

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

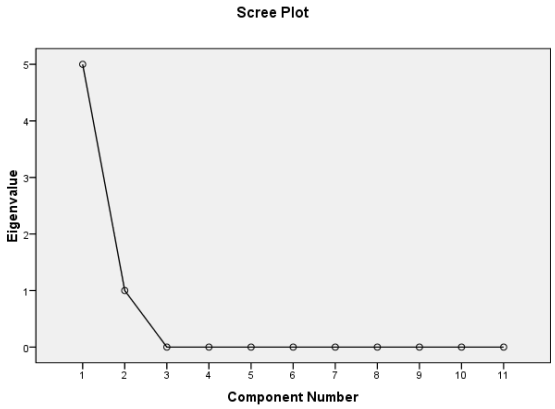
[DOR: 20.1001.1.24237418.1398.6.4.5.6]

پنهان بپردازیم. در جدول ۷. نتایج، تعیین تعداد عوامل پنهان برحسب مقادیر ویژه ارائه شده است.

جدول ۸. تبیین واریانس نهایی(کل) هویت قومی

عوامل	مجموع مجذور چرخشی			مجموع مجذور غیر چرخشی		
	کل	درصد واریانس	درصد تراکمی	کل	درصد واریانس	درصد تراکمی
۱	۳/۹۵۴	۳۵/۹۴۴	۳۵/۹۴۴	۵/۹۹۱	۵۴/۴۶۵	۵۴/۴۶۵
۲	۳/۳۹۹	۳۰/۸۹۷	۶۶/۸۴۱	۱/۳۶۱	۱۲/۳۷۶	۶۶/۸۴۱

نتایج جدول فوق همچنین، نشان می‌دهد که با عامل‌بندی گویه‌ها تا حدود ۶۶/۸۴۱ درصد از واریانس کل هویت قومی را می‌توانیم بر اساس ۲ عامل متفاوتی که شناسایی شده، تبیین نمود. شکل زیر (نمودار SCREE) است. این نمودار نتایج جدول قبلی مبنی بر تعداد مناسب عامل‌ها را به صورت تصویری نشان می‌دهد. همانند معیار مقادیر ویژه، از طریق این نمودار تعداد عامل‌ها را می‌توان مشخص نمود. همان‌طور که در شکل مشاهده می‌شود، ۲ عامل، مقدار ارزش ویژه-ی بالاتر از یک دارند. یعنی مجموع ۱۱ گویه قابل تقلیل به ۲ عامل می‌باشد.



شکل ۲. سنگریزه جهت نمایش عوامل هویت قومی

جدول ۹. ماتریس عناصر چرخش‌یافته هویت قومی

گویه ها	عامل ها	
	۱	۲
EN1	۰/۸۰۰	
EN2	۰/۷۸۵	
EN3	۰/۷۸۳	
EN4	۰/۷۵۲	
EN5	۰/۶۷۶	
ZA6		۰/۷۶۵
ZA7		۰/۷۵۶
ZA8		۰/۷۴۷
ZA9		۰/۷۴۴
ZA10		۰/۷۳۷
ZA11		۰/۷۳۳

طبق نتایج به دست آمده از جدول ۹ مشخص می‌شود که گویه-های پژوهش در ۲ عامل هویت قومی قرار می‌گیرند. به طوری‌که در عامل اول عامل‌های ۱ تا ۵ قرار دارند. در عامل دوم عامل‌های ۶ تا ۱۱ قرار دارند. با توجه به معنی‌دار بودن آزمون بارتلت، برای تفکیک و نام‌گذاری عامل‌ها از تکنیک چرخش واریماکس استفاده گردید. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی با دسته‌بندی اولیه گویه‌ها تا حدودی هماهنگی و همخوانی دارد.

جدول۱۰ مقادیر بارهای عاملی، ارزش ویژه، درصد واریانس تبیین شده مؤلفه‌های هویت قومی

عوامل و گویه ها		بارعاملی	ارزش ویژه	درصد واریانس تبیین شده	درصد واریانس تجمعی تبیین شده
	عامل ۱		۵/۹۹۱	۵۴/۴۶۵	۵۴/۴۶۵
۱	برای من زبان کُردی از زبان فارسی مهم‌تر است	۰/۸۴۸			
۲	شبکه ها موجب حفظ زبان کردی.است	۰/۸۴۲			
۳	فضای مجازی آشنایی با زبان و گویش‌های گوناگون کُردی را فراهم کرده است	۰/۸۱۲			
۴	فضای مجازی موجب تقویت زبان کُردها در سطح ملی است				
۵	تعامل میان کُرد زبان های سراسر جهان شده است				
	عامل ۲		۱/۳۶۱	۱۲/۳۷۶	۶۶/۸۴۱
۶	من به کُرد بودن خودم افتخار می‌کنم	۰/۷۹۷			
۷	برای کُرد زبان‌ها امکان معرفی فرهنگ و هویت	۰/۷۶۰			
۸	برای من آداب و رسوم کُرد بسیار پر اهمیت	۰/۷۶۰			

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1398.6.4.5.6]

	است.	
۹	من به بزرگان کرد احترام می‌گذارم.	۰/۷۲۰
۱۰	برای ازدواج خود یا فرزندانم ترجیح می‌دهم همسر کُرد انتخاب کنم	۰/۷۱۰
۱۱	موجب آشنایی با مشکلات و دغدغه‌های کُردهای	۰/۷۵۸

همان‌طور که مشاهده می شود از اجرای تحلیل عوامل با استفاده از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی، ۲ عامل با ارزش ویژه‌ی بزرگتر از یک استخراج شد که روی هم ۶۶ درصد واریانس کل پرسشنامه‌ی هویت قومی را تعیین می‌کنند. این نتایج، روایی سازه‌ی پرسشنامه هویت قومی را به منزله‌ی ابزاری چند بعدی برای ارزیابی و اندازه-گیری هویت قومی مورد تأیید قرار داده‌اند.

در مرحله بعد به برازش مدل پرداخته شد. برای برازش مدل در این پژوهش از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار PLS استفاده شد. آزمون PLS Algorithm برای محاسبه ضرایب مسیر، واریانس تبیین شده متغیرهای وابسته توسط متغیرهای مستقل، بار عاملی متغیرهای مشاهده شده و اثر غیرمستقیم و اثر کل متغیرهای پژوهش حاضر بر یکدیگر استفاده شد.

جدول ۱۱ . نتایج معیار cv com برای سازه‌های درون‌زا

متغیرها	1-SSE/SSO
اوقات فراغت	۰/۷۸۷۲۷۷
اقتصادی	۰/۵۶۷۹۵۳
اجتماعی	۰/۷۵۵۹۰۴
علمی	۰/۸۹۱۸۹۸۸
الگوی مصرف	۰/۸۴۹۷۱۱
فرهنگی	۰/۶۹۲۵۴۴
میزان استفاده هفتگی	۰/۶۸۸۴۸۷۹
عضویت در گروه ها	۰/۶۴۴۸۸۲۴
انگیزه عضویت	۰/۸۶۲۸۳۳
معیارهای اعتماد به شبکه‌های مجازی	۰/۸۴۷۴۰۶
چالش‌های شبکه‌های مجازی	۰/۷۲۷۸۴۱
شبکه‌های مجازی مورد استفاده	۰/۸۹۹۲۶۷
آداب و رسوم	۰/۰۹۲۳۸۶۷
زبان	۰/۸۳۵۵۶۲

همان‌طور که نتایج جدول ۱۱ نشان می‌دهد با توجه به این‌که مقادیر ضریب تغییرات یا cv com همگی مثبت و بالای صفر است در نتیجه مدل اندازه‌گیری ما از کیفیت لازم برخوردار است.

عوامل استخراج شده، با توجه به محتوای پیشینه ها و نیز محتوای عوامل فرعی(گویه‌ها) به این شرح زیر نام‌گذاری شدند:

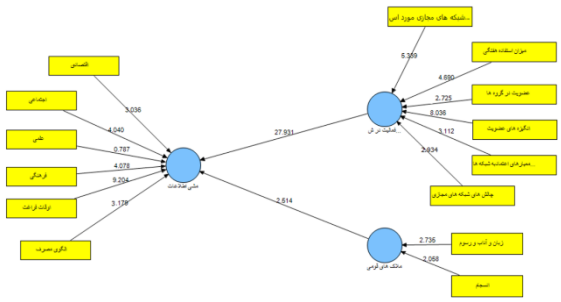
جدول ۱۲.نام‌گذاری عامل‌های اصلی و فرعی قومیت

ردیف	عامل ها	عامل های فرعی
۱	زبان	برای من زبان کُردی از زبان فارسی مهم‌تر است شبکه ها موجب حفظ زبان کردی.است امکان ارتباط با کُردزبان ها داخل و خارج ایران فضای مجازی موجب تقویت زبان کُردها در سطح ملی است فضای مجازی موجب تعامل میان کُردهای سراسر جهان شده است
۲	آداب و رسوم	من به کُرد بودن خودم افتخار می‌کنم برای کُرد زبان‌ها امکان معرفی فرهنگ و هویت فراهم آمده است. برای من آداب و رسوم کُرد بسیار پر اهمیت است من به بزرگان کرد احترام می گذارم. برای ازدواج خود یا فرزندانم ترجیح می‌دهم همسر کُرد انتخاب کنم فضای مجازی موجب آشنایی با مشکلات و دغدغه‌های کُردهای سراسر کشور شده است

جدول.۱۳ سازه‌های درون‌زا (متغیر برون‌زا شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر)

متغیرهای مکنون	R^2
فعالیت در شبکه‌های مجازی (برون‌زا)	
ملاک‌های قومی (برون‌زا)	
مشی اطلاعات (درون‌زا)	۰/۵۴۳

همان‌طور که نتایج جدول فوق نشان می‌دهد متغیرهای فعالیت در شبکه‌های مجازی و ملاک‌های قومی ۰/۵۴ از تغییرات رفتار اطلاع‌یابی را پیش‌بینی می‌کند. و توانشان در پیش‌بینی مشی اطلاعاتی قوی است. مدل مفهومی زیر رفتار اطلاعاتی زندگی روزمره کُردهای کرمانشاه در شبکه‌های مجازی است.



شکل ۳ . مدل مفهومی زندگی روزمره کاربران کُرد

نتیجه‌گیری

شبکه‌های مجازی نقش و تأثیر مهّمی در ظهور فعالیت‌های انتقال دانش، اشتراک عقاید از طریق بحث، پیام‌رسانی، و همچنین به اشتراک‌گذاری تجارب در دنیای اینترنت و رشد فردی و اجتماعی در

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1398.6.4.5.6]

زندگی روزمره کاربران از جمله کاربران کُرد پیدا کرده است. پژوهش حاضر که به منظور کشف عوامل تاثیرگذار بر زندگی روزمره کاربران کُرد صورت گرفت نشان داد که عوامل مؤثر بر رفتار اطلاع‌یابی در شبکه‌های مجازی ۶ عامل اوقات فراغت، اطلاعات فرهنگی، اطلاعات علمی، اطلاعات اقتصای، اطلاعات اجتماعی و الگوی مصرف قابل تفکیک است. یافته‌ها نشان داد از میان عوامل اوقات فراغت با مقدا ویژه ۹/۱۸۹ بیشترین سهم را در رفتار اطلاع‌یابی کاربران کُرد در استفاده از شبکه‌های مجازی دارد و به تنهایی ۲۶/۲۵۱ از واریانس کل را تبیین کرد. بر این اساس می‌توان اظهار داشت کاربران بیشترین وقت خود را در شبکه‌ها برای گذراندن اوقات فراغت اختصاص می‌دهند. با توجه به مؤلفه‌های احصا شده در این بخش توجه به اطلاعات فرهنگی و اطلاعات علمی در اولویت دوم و سوم کاربران قرار دارد. به طوری که کاربران: برای کسب اطلاع از جشنواره‌ها ، شرکت در فعالیت فرهنگی، آشنایی با فرهنگ‌های مختلف ، تولیدات فرهنگی استفاده می‌کنند. همچنین از طریق شبکه‌های اجتماعی برای کسب اطلاعات عمومی، اطلاعات تخصصی مربوط به رشته، اطلاعات مربوط به مهارت‌های فنی، اشتراک اطلاعات علمی استفاده می‌کنند. اطلاعات اقتصادی، اطلاعات اجتماعی و الگوی مصرف نیز در اولویت‌های بعد انتخاب آن‌ها است. همچنین نتایج نشان داد که کاربران تمایل دارند از شبکه‌های مجازی برای کسب و کار ، خریدهای اینترنتی و آگاهی از قیمت‌ها ،استفاده کنند و از نظر کاربران شبکه‌ها مشارکت‌های اجتماعی در جوامع مختلف را افزایش می‌دهند ،و با تشویق مستقیم یاغیر مستقیم شرکت در فعالیت‌های واقعی زندگی، را گسترش می‌دهند و شبکه‌ها موجب فعالیت‌های خیرخواهانه نیز می‌شوند

این یافته‌ها با نظریه ساولینن (۱۹۹۵) که بیان می‌کند که شیوه زندگی به نحو چشمگیری، فرایند اطلاع‌یابی را هدایت و کنترل می‌کند همسو است. یافته‌ها پژوهش حاضر همچنین به منظور کشف عوامل تأثیرگذار بر هویت قومی کاربران کُرد صورت گرفت نشان داد که عوامل مؤثر بر هویت قومی در شبکه‌های مجازی در دو عامل زبان و آداب و رسوم قابل تفکیک است. زبان با مقدار ویژه ۵/۹۹۱ بیشترین سهم را در هویت قومی کاربران کُرد داشت و به تنهایی ۵۴/۴۶۵ از واریانس کل را تبیین کرد. و آداب ورسوم با مقدار ویژه ۱/۳۶ مقدار ۱۲/۳۷۶ از واریانس کل را تبیین کرد و روی هم ۶۶/۸۴۱ درصد واریانس کل پرسشنامه‌ی هویت قومی را تعیین می‌کنند. همچنین نتایج نشان داد که کاربران تمایل دارند با هم‌زبانان خود ارتباط برقرار کنند. کاربران اطلاعات مور نیازشان را در زندگی روزمره از نخبگان و بزرگان قوم نیز کسب می‌کنند. یافته‌ها با یافته‌های فروتن، جمالی (۱۳۹۷)؛ و بیگدلی، موسوی (۱۳۹۶) ،زارع (۱۳۹۱) همسو است

کاربران کُرد از شبکه‌های مجازی برای تقویت و حفظ (زبان ، آداب و رسوم)با بار عاملی ۰/۸۴۸ استفاده می‌کنند.که نشان دهنده بار عاملی قوی است. زبان کُردی برای کاربران اهمیت بالا با بار عاملی ۰/۸۴۸برخوردار است. همچنین نتایج نشان داد که کاربران کُرد برای مطرح کردن نیازها، مشکلات و دغدغه‌های کُردهای سراسر کشور با بار عاملی ۰/۷۵۸ از شبکه‌ها استفاده می‌کنند. جنبه‌هایی از قبیل زبان و آداب و سنن حلقه‌های اتصال کاربران در شبکه‌های مجازی هستند. می‌توان گفت کُردها با عضویت در شبکه‌های مجازی درتلاش برای بازنمای و بازسازی فرهنگ و هویت کُردی هستند . آنها فرصتی به دست آورده‌اند تا هویت و تاریخ خود را روایت کنند و در این فضا نیز به بیان مشکلات خود، در تمام حوزه‌های مربوط به جامعه کُرد بپردازند. نتایج پژوهش همچنین حاکی از آن است کاربران از موضوع‌های شبکه‌های مجازی با محورهای: فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، تفریحی به میزان متوسط نزدیک به زیاد استفاده می‌کنند. اما، از سایت‌هایی با موضوعیت کُرد بسیار کم استفاده می‌کنند که جای تأمل دارد. البته عدم اطلاع از وجود سایت‌ها می‌تواند دلیلی برای استفاده کم جامعه مورد بررسی باشد و یا می‌تواند تابع عدم تناسب محتوای سایت‌ها با دیدگاه کاربران مورد پژوهش باشد. همچنین کاربران از شبکه‌های واتساپ و اینستاگرام و تلگرام به میزان بسیار زیاد و از لینکدین، توییتر، سروش، فیس‌بوک، بسیار کم استفاده می‌کنند که می‌تواند به دلیل عدم دسترسی به این شبکه‌ها و یا عدم آشنایی با این شبکه‌ها باشد.

با توجه به خلاء پژوهش در حوزه بررسی رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره اقوام در استفاده از شبکه‌های مجازی و با در نظر گرفتن عواملی چون اوقات فراغت، الگوی مصرف و انواع سرمایه‌ها (اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی) پیشنهاد می شود سهم بیشتری از پژوهش‌های آتی به این رویکردها اختصاص یابد. تا بتواند جنبه‌های بیشتری از رفتار زندگی روزمره کاربران همه اقوام را در تعامل با شبکه‌های مجازی آشکارنمایند. همچنین، توجه بیشتر به شبکه‌های مجازی به عنوان بعدی از جهانی شدن ارتباطات و اطلاع‌رسانی و نحوه استفاده صحیح از این فناوری می‌تواند مؤثر واقع گردد.

نتایج پژوهش حاکی از استفاده‌ی اندک جامعه پژوهش از سایت های شبکه‌های مجازی با موضوع قوم کُرد بود، به همین دلیل پیشنهاد می‌شود تا تولید و توزیع اطلاعات در مورد زبان و آداب ورسوم در شبکه‌های مجازی با بافت محیطی و شرایط بومی بیشتر شود تا مخاطبان بتوانند به اطلاعات لازم مطابق با نیاز روزمره خود دست یابند. به این ترتیب لازم است سیاستگذران رسانه‌ای کشور با در نظر گرفتن اقتضائات و انتظارات فرهنگ و زندگی روزمره کاربران ایرانی فضای مجازی از یک سو و توجه به اقتضائات و

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1398.6.4.5.6]

فرصت‌های فناورانه شبکه‌های مجازی از سوی دیگر، به تدوین الگویی مناسب از شبکه‌های مجازی بومی بپردازند و نگاهی واقع بینانه و علمی به این شبکه‌ها داشته باشند. به عبارتی دولت می‌تواند به عنوان نهاد متولی آموزش با کمک دیگر نهادهای مربوطه با مدیریت فضای مجازی در راستای بهبود کیفیت زندگی محلی، شهری و ملی اقدام نماید.

تعارض منافع

گزارش نشده است.

منبع حمایت کننده

گزارش نشده است.

References

-Karine, A. and Sarah. M. (2016). Information literacy and social networking sites: challenges and stakes regarding teenagers' uses. EssaChess - Journal for Communication Studies, 9 (2), 89-100.

-Kermanshah Province Guilds Database . (1397). Kermanshah: Asnaf https://www asnafiran.xyz

-Lee, J. A. (2000). Adapting triandis's model of subjective culture and social behavior relations to consumer behavior. Journal of Consumer Psychology 9 (2); 117-126.

-Leung, K. (2011). Evolution of internet information consumption through bookmarking [class project]. Course CS224W: Social and Information Network Analysis. Retrieved 2015-09-21 from: http://snap.stanford.edu/class/cs224w-2011/proj/kkleung_Finalwriteup_v2.pdf

-Mellin, G. (2000). Pragmatism and self-organization research collaboration on the individual level. Research Policy Elsevier, 29 (1), 31-40.

-Navidi, F. (2015). The role of online social networks in users everyday life information seeking. Human Information Interaction. 2 (1):50-59 (Persian).

-Saeedi, Jila. (2017) A survey of everyday life information-seeking of library clients Sanandaj city general Sanandaj city general.master dissertation in library & information science. Faculty of Social Sciences. Department of Information Science and Knowledge Razi University.

-Saberi, S., Hasanzadeh, M., Doroudi, F. Investigating the effect of technical components on the application of social networking in the Iran's academic libraries in the current and ideal status.Library and Information Sciencs.22 (1);122-147.

-Savolainen, R. (1995). Everyday-life information-seeking: approaching -seeking in the context of "way of life". Library and Information Science Research. 2(1), 259-294.

-Savolainen, R. (1999). The role of the Internet in information seeking: Putting the networked services in context. Information Processing and Management, 3(5), 765–782.

-Sin, S. C. J., & Kim, K. S. (2013). International students' everyday life information seeking: The informational value of social networking sites. Library & Information Science Research, 35(2); 107-116.

-Shuva, N. Z. (2020).The everyday life information behaviour of immigrants: a case of Bangladeshi women. The International Journal of Information, Diversity, & Inclusion, 2(1-2), 102-103.

Aillerie, K., & McNicol, S. (2018). Are social networking sites information sources? Informational purposes of high-school students in using SNSs. Journal of Librarianship and Information Science, 50(1), 103–114. https://doi.org/10.1177/0961000616631612.

-Bigdeli, Z., Porur mosavi, Z. (2019). A survey of everyday -life information seeking (ELIS) and information grounds of Armenians in Tehran. Human Information Interaction. 4 (4); 52-63 (Persian).

-Bigdeli, Z., Shahini, S., Shahkarami, N., Chalik, Z. (2015). Information-seeking process of Shahid - Chamran University Graduate Students and Their Use of Electronic, Print, and Human Information Resources, Human Information Interaction.2 (2); 42-53. (Persian).

-Chatman, E.A. (1991). Life in a small world: Applicability of gratification theory to information-seeking behavior. Journal of the American Society for Information Science, 42(6), 438–449.

- Davarpanah, M. R. (2007). Scientific relationship information need and information behavior. Tehran: Dabizesh; Chapar Publishing Co. (Persian)

Demergazzi S, Pastore L, Bassani G, Arosio M, Lonati C. Information Needs and Information-Seeking Behavior of Italian Neurologists: Exploratory Mixed Methods Study. J Med Internet Res. 2020;22(4):e14979. Published 2020 Apr 8. doi:10.2196/14979.

-Fisher, K. E, Durrance, J. C., and Hinton, M. B. (2004). Information grounds and the use of need-based services by immigrants in Queens, New York: A context-based, outcome evaluation approach. Journal of the American Society for Information Science and Technology, 55(8); 754-766. Available at: http://ibec.ischool.washington.edu/pubs/JASIST. 2004.Info. Ground.pdf

-Foroutan, F. Jamali, H R. An Ethnographic study of information needs and practices of Nomadic People of Babadi Clan of Bakhtiari Tribe. Human Information Interaction.4 (4); 27-37.

-Geven, L. M. etal (2016). Watching young children 'play' with information technology: everyday life information seeking in the home .Library and Information.Science Research 38 (4); .344-352 .https://doi.org/10.1016/S0740-8188(01)00102-5Get rights and content

-Gneu, M. R (2011). The information seeking behaviors, needs and channels of members of the ocaneechi Band of the Saponi Nation.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1398.6.4.5.6]

-Zare, A. (1992).A Survey on the process of everyday life information-sekking with the focus on the life in the round: a study on the main tribes of Ahvaz. Doctoral dissertation in library & information science. Ahvaz: school of education & psychology, Shahid Chamran University.

-Statistics Center of Iran (2016). Iran Standard Job Classification - 2016 Based on the International Job Classification 2008 - ISCO. Tehran: Office of the President, Public Relations and International Cooperation

-Statistical yearbook of Kermanshah Province. (1397). Kermanshah: Kermanshah Management and Planning. www.mpo.Ksh.ir

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1398.6.4.5.6]