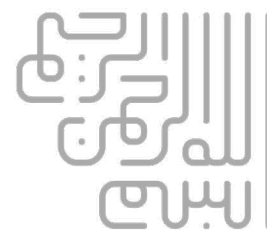


گزیده‌ای از یافته‌های پیمایش سنجش دیدگاه مردم ایران درباره وضعیت اینترنت و فناوری‌های نوین دیجیتال



تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۷/۱۹
Publish Date : 2026/10/11



عنوان: گزیده‌ای از یافته‌های پیمایش سنجش دیدگاه مردم ایران درباره وضعیت اینترنت و فناوری‌های نوین دیجیتال
تهیه و تدوین (Author): ملیحه سپاسگر شهری
واژه‌های کلیدی: افکارسنجی، اینترنت، فضای مجازی، فیلترشکن، هوش مصنوعی
ناشر: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

DOI: <https://doi.org/10.22034/mrc.report.21921>

Permanent Link: https://report.mrc.ir/article_11995.html

Publisher: Islamic Parliament Research Center of Iran

عنوان: گزیده‌ای از یافته‌های پیمایش سنجش دیدگاه مردم ایران درباره وضعیت اینترنت و فناوری‌های نوین دیجیتال

نوع گزارش: طرح / لایحه ☐، نظارتی ☐، راهبردی ☒، پیش‌نویس قانونی ☐
نام دفتر: افکارسنجی ملت

مدیر مطالعه: محمدجواد بادین‌فکر

ناظران علمی: وحید کشافی‌نیا، سعید آجورلو

همکاران: محمد رهبری (وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات)، یحیی مرتب (دفتر مطالعات مدیریت مرکز پژوهش‌های مجلس)، سیدعلی محسنیان، عبدالرحیم قاسمی‌نژاد و فریبا میرزایی‌نژاد (دفتر مطالعات فرهنگی مرکز پژوهش‌های مجلس)، لیلا اسدالهی، ندا زارع، زهرا زینلی، حورا حیدری، دولابی، مهدیه اکبری، فاطمه امیری‌شاد، مهدی صادقیها، سیدمهدی فاطمی‌نیا، حمیده راستاد، فرناز نوری، شیما یادگاری، نیره عرب رحمتی، زهرا کلاهی، فرزانه روحی ریشه، کیمیا اثنی‌عشری، مریم داوودی، کیمیا حاتمی، ام‌کلثوم عباسی‌علایی، شکوه‌سادات حسینی، شیدا اسدالهی، زهرا ستوده، زینب فصیحی، زینب عباسی، زهرا عباسی، الهام طاووسی، علی مختاری، کیمیا حسنلو، نرگس بهرنگ، سوده خان‌بابایی (افکارسنجی ملت)

ناظر علمی خارج از مرکز: علیرضا خوشگویان‌فرد (پژوهشگر مرکز تحقیقات صداوسیما)

اظهارنظرکننده خارج از مرکز: سالار اجتهدنژاد کاشانی (عضو هیئت علمی مؤسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی، معاون پیشین مرکز نظرسنجی دانشجویان ایران، ایسپا)

گرافیک و صفحه‌آرایی: نیلوفر سادات حسینی پویا

ویراستار ادبی: اکرم وحدانی‌فر

تاریخ شروع مطالعه: تیرماه ۱۴۰۵

نماینده در پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (SID)، پایگاه مجلات تخصصی نور (NoorMag)



فهرست مطالب

۱. مقدمه.....	۹
۲. معرفی پیمایش.....	۱۰
۳. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه.....	۱۱
۴. نتایج.....	۱۲
۴-۱. دیدگاه درباره وضعیت اینترنت در کشور.....	۱۲
۴-۱-۱. میزان استفاده از اینترنت.....	۱۲
۴-۱-۲. اهداف استفاده از اینترنت.....	۱۳
۴-۱-۳. ارزیابی سرعت اینترنت.....	۱۴
۴-۱-۴. رضایت از قیمت بسته‌های اینترنتی.....	۱۵
۴-۱-۵. حداکثر قیمت مطلوب برای اینترنت موبایل (به ازای هر گیگابایت).....	۱۶
۴-۱-۶. دوگانه سرعت یا قیمت.....	۱۷
۴-۱-۷. شبکه اجتماعی مورد اعتماد.....	۱۸
۴-۱-۸. استفاده از فیلتر شکن برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی خارجی.....	۱۹
۴-۱-۹. وابستگی درآمد خانواده به اینترنت.....	۲۰
۴-۱-۱۰. پیامدهای قطع اینترنت بر مشاغل.....	۲۲
۴-۲. ابزارهای هوش مصنوعی.....	۲۳
۴-۲-۱. میزان استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی.....	۲۳
۴-۲-۲. ابزارهای هوش مصنوعی خارجی پر کاربرد.....	۲۴
۴-۲-۳. کاربردهای هوش مصنوعی.....	۲۵
۴-۲-۴. اعتماد به نتایج هوش مصنوعی.....	۲۶
۴-۲-۵. مهم‌ترین نگرانی‌ها در استفاده از هوش مصنوعی.....	۲۷
۴-۳. سیاست‌گذاری و رضایت از عملکرد دولت.....	۲۸
۴-۳-۱. اولویت سیاست‌گذاری در حوزه اینترنت.....	۲۸
۴-۳-۲. عملکرد دولت چهاردهم در بهبود وضعیت کلی اینترنت.....	۳۰
۵. پیوست: سؤالات پرسش‌نامه.....	۳۱

فهرست شکل‌ها

شکل ۱. نمودار ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه.....	۱۱
شکل ۲. نمودار میزان استفاده مردم از اینترنت در شبانه‌روز.....	۱۲
شکل ۳. نمودار اهداف کاربران برای استفاده از اینترنت.....	۱۳
شکل ۴. نمودار ارزیابی کاربران اینترنت از سرعت اینترنت.....	۱۴
شکل ۵. نمودار رضایت کاربران اینترنت از قیمت بسته‌های اینترنت موبایل.....	۱۵
شکل ۶. نمودار دیدگاه کاربران اینترنت موبایل درباره حداکثر قیمت مطلوب برای هر گیگابایت اینترنت موبایل.....	۱۶
شکل ۷. نمودار انتخاب کاربران اینترنت موبایل میان دو وضعیت سرعت و قیمت.....	۱۷
شکل ۸. نمودار اعتماد مردم به شبکه‌های اجتماعی از نظر حفظ اطلاعات شخصی.....	۱۸
شکل ۹. نمودار استفاده مردم از فیلتر شکن برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی خارجی.....	۱۹
شکل ۱۰. نمودار میزان وابستگی درآمد پاسخ‌گویان یا خانواده‌شان به اینترنت.....	۲۰
شکل ۱۱. نمودار پیامدهای قطع اینترنت بر مشاغل وابسته به آن.....	۲۲
شکل ۱۲. نمودار میزان استفاده مردم از ابزارهای هوش مصنوعی.....	۲۳
شکل ۱۳. نمودار پرکاربردترین ابزارهای هوش مصنوعی کاربران.....	۲۴
شکل ۱۴. نمودار وضعیت استفاده مردم از ابزارهای هوش مصنوعی.....	۲۵
شکل ۱۵. نمودار کاربردهای ابزارهای هوش مصنوعی برای کاربران.....	۲۵
شکل ۱۶. نمودار اعتماد کاربران به نتایج حاصل از هوش مصنوعی.....	۲۶
شکل ۱۷. نمودار مهم‌ترین نگرانی‌های افراد آشنا با هوش مصنوعی در استفاده از این فناوری.....	۲۷
شکل ۱۸. نمودار اولویت مردم برای سیاستگذاری در حوزه اینترنت.....	۲۸
شکل ۱۹. نمودار رضایت مردم از عملکرد دولت چهاردهم در زمینه بهبود وضعیت کلی اینترنت.....	۳۰

فهرست جدول‌ها

جدول ۱. رضایت کاربران اینترنت از قیمت بسته‌های اینترنتی موبایل به تفکیک مدت زمان استفاده از اینترنت در شبانه‌روز.....	۱۵
جدول ۲. رضایت کاربران اینترنت از قیمت بسته‌های اینترنتی موبایل به تفکیک ارزیابی آنها از سرعت اینترنت.....	۱۶
جدول ۳. میزان وابستگی درآمد پاسخ‌گویان یا خانواده‌شان به اینترنت به تفکیک گروه سنی و تحصیلات پاسخ‌گویان.....	۲۱
جدول ۴. میزان وابستگی درآمد پاسخ‌گویان یا خانواده‌شان به اینترنت به تفکیک محل سکونت و گروه شغلی پاسخ‌گویان.....	۲۱
جدول ۵. اولویت مردم برای سیاستگذاری در حوزه اینترنت به تفکیک استفاده آنها از فیلتر شکن برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی خارجی.....	۲۹



گزیده‌ای از یافته‌های پیمایش سنجش دیدگاه مردم ایران درباره وضعیت اینترنت و فناوری‌های نوین دیجیتال

چکیده



مرکز افکارسنجی ملت، نظرسنجی پیش‌رو را در تیرماه سال ۱۴۰۵ انجام داده است. جامعه آماری پیمایش، همه افراد ۱۵ سال و بیشتر در کل کشور بوده‌اند. در این پیمایش، تعداد ۱۱۰۰ پرسش‌نامه به روش تلفنی از این جامعه آماری گردآوری شده است. هدف از اجرای این پیمایش، شناخت وضعیت استفاده مردم از اینترنت و فناوری‌های دیجیتال و بررسی دیدگاه آنان درباره کیفیت، هزینه، محدودیت‌ها و شیوه مدیریت این خدمات است. مهم‌ترین نظرهای پاسخ‌گویان به این شرح است:

وضعیت کلی اینترنت

- ۱۶/۸ درصد از پاسخ‌گویان در شبانه‌روز «کمتر از یک ساعت» از اینترنت استفاده می‌کنند؛ درحالی‌که ۳۹/۷ درصد «۱ تا ۳ ساعت»، ۲۰/۴ درصد «۳ تا ۵ ساعت»، ۸/۳ درصد «۵ تا ۷ ساعت» و ۹/۶ درصد «حداقل ۷ ساعت» در شبانه‌روز را به استفاده از اینترنت اختصاص می‌دهند. همچنین، ۴ درصد از پاسخ‌گویان از اینترنت استفاده نمی‌کنند یا به آن دسترسی ندارند.
- ۳۹/۷ درصد از کاربران اینترنت، از آن برای «تفریح و سرگرمی»، ۳۲/۱ درصد برای «استفاده از شبکه‌های اجتماعی» و ۲۵/۲ درصد برای «فعالیت‌های شغلی» استفاده می‌کنند.
- ۵۸/۸ درصد از کاربران، وضعیت سرعت اینترنت را نامطلوب و ۳۹ درصد آن را مطلوب ارزیابی کرده‌اند.
- ۲۷/۸ درصد از کاربران، اصلاً از قیمت بسته‌های اینترنتی رضایت ندارند و ۴۵/۷ درصد رضایت کمی از آن دارند.
- حداکثر قیمت مطلوب هر گیگابایت اینترنت موبایل از نظر کاربران اینترنت موبایل، به‌طور متوسط ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان است.
- نیمی از کاربران اینترنت موبایل (۵۱/۳ درصد)، اینترنتی با سرعت و قیمت فعلی را ترجیح می‌دهند؛ درحالی‌که ۴۱/۳ درصد «اینترنت با سرعت بیشتر اما گران‌تر» را مطلوب می‌دانند.
- در زمینه حفظ اطلاعات شخصی، ۳۱/۱ درصد از پاسخ‌گویان به شبکه‌های اجتماعی داخلی، ۲۳/۴ درصد به شبکه‌های اجتماعی خارجی و ۲۰/۳ به هر دو اعتماد دارند.



و پژوهش و فعالیت‌های علمی (۱۹/۲ درصد) بوده است.

■ ۷۰/۱ درصد از کاربران هوش مصنوعی اعتماد قابل توجهی به پاسخ‌ها و نتایج این فناوری دارند.

■ نگرانی ۳۶/۱ درصد از کاربران هوش مصنوعی یا کسانی که با آن آشنا هستند، از بین رفتن توانایی تفکر و مهارت‌های انسانی است. در رتبه‌های بعدی، نگرانی از ارائه اطلاعات غلط و گمراه‌کننده (۲۳/۱ درصد) و جایگزین شدن با برخی مشاغل (۱۷/۷ درصد) وجود دارد.

سیاستگذاری و رضایت از عملکرد دولت

■ اولویت‌های مردم برای سیاستگذاری اینترنت به این شرح است: رفع فیلترینگ (۳۸/۷ درصد)، افزایش سرعت اینترنت (۲۲/۴ درصد)، تقویت شبکه‌های اجتماعی داخلی (۱۷/۱ درصد) و کاهش قیمت (۱۵/۸ درصد).

■ فقط ۲۱/۶ درصد از مردم از عملکرد دولت پزشک‌یاب برای بهبود وضعیت اینترنت طی دو سال اخیر رضایت داشته‌اند.

■ نزدیک به دوسوم از پاسخ‌گویان (۶۴/۷ درصد) برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی خارجی از فیلترشکن استفاده می‌کنند.

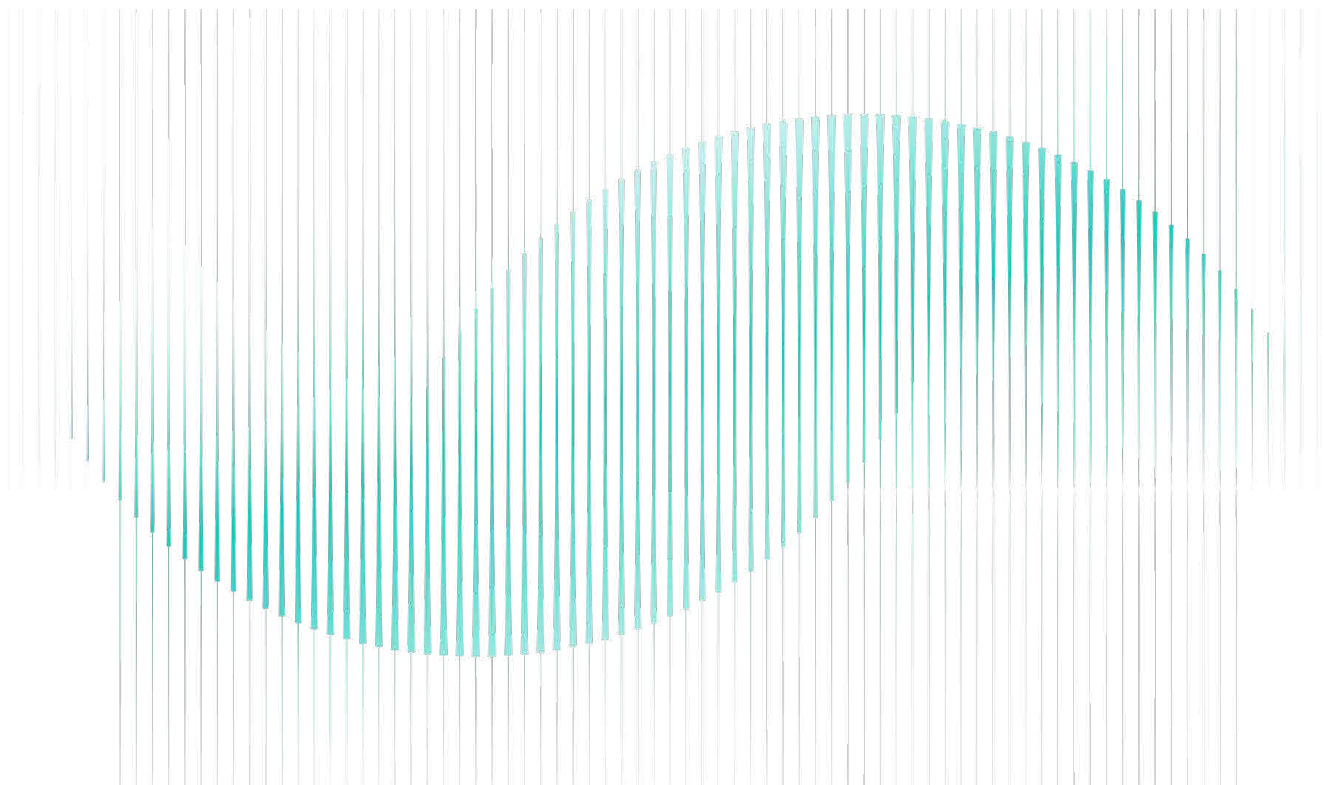
■ درآمد بیش از نیمی از پاسخ‌گویان یا سرپرست خانوارشان (۵۶ درصد) به‌نحوی به اینترنت گره خورده است. درآمد نیمی از این افراد نیز طی قطعی اخیر اینترنت کاهش پیدا کرده است.

ابزارهای هوش مصنوعی

■ ۴۱/۶ درصد از مردم از ابزارهای هوش مصنوعی استفاده می‌کنند؛ چنان‌که ۲۶/۹ درصد از مردم گاهی و ۱۴/۷ درصد عمدتاً از این ابزارها بهره می‌برند.

■ حدود سه‌چهارم از کاربران هوش مصنوعی (۷۸/۶ درصد) اعلام کرده‌اند که بیشتر از چت‌جی‌پی‌تی استفاده می‌کنند.

■ موارد استفاده کاربران هوش مصنوعی از این تکنولوژی به‌ترتیب، آموزش و مهارت‌آموزی (۳۰/۵ درصد)، استفاده‌های شغلی (۲۸/۹ درصد)، مشاوره پزشکی و حقوقی (۲۰/۷ درصد)



۱. مقدمه

در سال‌های اخیر، اینترنت و فناوری‌های دیجیتال به بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره تبدیل شده است. ارتباطات فردی و اجتماعی، دسترسی به اطلاعات و خدمات، آموزش، اشتغال، فعالیت‌های اقتصادی و بهره‌مندی از خدمات عمومی، با درجات مختلف به دسترسی پایدار و باکیفیت به اینترنت وابسته‌اند. از این رو، سرعت، کیفیت، هزینه و پایداری دسترسی به اینترنت صرفاً موضوعاتی فنی نیستند، بلکه با کیفیت زندگی، فرصت‌های اقتصادی و میزان بهره‌مندی افراد و گروه‌های مختلف از امکانات جامعه ارتباط دارند.

در ایران، تجربه کاربران از اینترنت، علاوه بر کیفیت و هزینه خدمات، تحت تأثیر محدودیت‌های دسترسی، فیلترینگ برخی پلتفرم‌ها و اختلال یا قطع اینترنت بین‌الملل قرار دارد. این وضعیت می‌تواند بر نحوه استفاده از اینترنت، میزان رضایت کاربران، ارزیابی آنان از خدمات داخلی و همچنین فعالیت‌های شغلی و درآمدی وابسته به فضای مجازی اثر بگذارد. به‌ویژه در شرایط بحرانی، تصمیم‌گیری درباره نحوه مدیریت دسترسی به اینترنت، ضرورت توجه هم‌زمان به ملاحظات امنیتی، نیازهای ارتباطی مردم و پیامدهای اجتماعی و اقتصادی این تصمیم‌ها را برجسته می‌سازد. بررسی دیدگاه مردم در این زمینه می‌تواند شناخت دقیق‌تری از نحوه ارزیابی آنان از سیاست‌ها و عملکرد نهادهای مسئول فراهم کند.

هم‌زمان، گسترش فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی ابعاد تازه‌ای به تجربه دیجیتال کاربران افزوده است. میزان آشنایی و استفاده مردم از این فناوری‌ها، کاربردهای هوش مصنوعی، میزان اعتماد و نگرانی درباره نتایج آن از موضوعاتی است که برای شناخت تحولات آینده فضای دیجیتال اهمیت دارد.

براین اساس، پژوهش حاضر با هدف سنجش الگوی استفاده مردم از اینترنت، ارزیابی آنان از سرعت، کیفیت و هزینه خدمات، بررسی میزان استفاده از فیلترشکن و اعتماد به شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی و شناسایی پیامدهای شغلی و درآمدی قطع اینترنت بین‌الملل انجام شده است. همچنین، دیدگاه مردم درباره اولویت‌های سیاست‌گذاری، عملکرد دولت در بهبود وضعیت اینترنت و میزان آشنایی و استفاده از فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی بررسی شده است. یافته‌های این پژوهش می‌تواند تصویری مبتنی بر داده از تجربه‌ها، نگرش‌ها و اولویت‌های مردم ارائه کند و در اختیار سیاست‌گذاران و نهادهای مسئول قرار گیرد.

سؤالات اصلی پژوهش

- الگوی استفاده مردم از اینترنت چگونه است و آنان چه ارزیابی‌ای از کیفیت، سرعت و هزینه خدمات دارند؟
- مردم چه تجربه و دیدگاهی درباره فیلترینگ، استفاده از فیلترشکن و کارآمدی خدمات و پلتفرم‌های داخلی دارند؟
- قطع اینترنت بین‌الملل چه پیامدهایی برای شغل و درآمد مردم داشته است؟
- مردم تا چه اندازه با فناوری‌های نوین، به‌ویژه هوش مصنوعی، آشنا هستند و چه تجربه و نگرشی نسبت به استفاده از آنها دارند؟
- مردم چه دیدگاهی درباره مدیریت اینترنت، اولویت‌های سیاست‌گذاری و عملکرد نهادهای مسئول دارند؟



۲. معرفی پیمایش



جامعه آماری پیمایش: همه افراد ۱۵ سال و بیشتر در کل کشور.

شیوه نمونه‌گیری: نمونه‌گیری تصادفی ساده متناسب با جمعیت به نحوی که جمعیت کل کشور پوشش داده شده است.

اندازه نمونه: براساس فرمول کوکران با حداکثر خطای ۳ درصد و ضریب اطمینان ۹۵ درصد برابر با ۱۱۰۰ محاسبه شده است.

ابزار گردآوری داده: پژوهشگران با استفاده از پیمایش‌های داخلی و خارجی انجام شده، پرسش‌نامه‌ای ساختاریافته در این زمینه طراحی کرده‌اند. به‌منظور طراحی این پرسش‌نامه، علاوه‌بر برگزاری چندین نشست علمی و خبرگانی، یک مرحله پایلوت با حجم نمونه حدود ۷۰ نفر و رعایت تناسب نمونه اجرا شده است. محورهای اصلی پرسش‌نامه در پیوست گزارش قابل مشاهده است.

شیوه گردآوری: مصاحبه تلفنی توسط پرسشگر.

زمان گردآوری داده‌ها: ۲۱ تیر تا ۴ مردادماه سال ۱۴۰۵.

ابزار تحلیل داده: نرم‌افزارهای Excel و SPSS 26.

روش تحلیل آماری: برای توصیف داده‌ها از جداول و نمودارهای توزیع فراوانی استفاده شده است. همچنین، به‌منظور بررسی رابطه میان متغیرها، جداول متقاطع و آزمون‌های آماری متناسب با سطح سنجش متغیرها به کار رفته و نتایج معنادار گزارش شده است.

ملاحظات درباره گزارش:

■ به‌منظور کاهش سوگیری ناشی از عدم همکاری برخی از پاسخ‌گویان، تمام نتایج ارائه شده در گزارش با استفاده از روش‌های وزن‌دهی آماری تعدیل شده است.

■ در حین گردآوری داده‌ها، گزینه‌های «سایر»، «نمی‌دانم» و «بی‌پاسخ» برای پاسخ‌گو خوانده نشده است. این گزینه‌ها و سایر گزینه‌هایی که به‌طور موردی در سؤالات برای پاسخ‌گو خوانده نمی‌شود، با رنگ خاکستری در نمودار نمایش داده می‌شود.

■ در مواردی که درصد فراوانی گزینه «بی‌پاسخ / نمی‌دانم» کوچکتر یا مساوی عدد ۱ است، گزینه مذکور در نمودار نمایش داده نشده است. بنابراین، جمع درصد فراوانی گزینه‌ها در این نمودارها، کمتر از عدد ۱۰۰ است.

■ در گزارش، پانویس $P_value < 0.05$ به‌معنای این است که آزمون آماری خی-دو پیرسون^۱ یا سایر آزمون‌های انجام شده به‌اقتضای متغیر مورد نظر و هدفی که دنبال می‌شود، معنادار شده است.

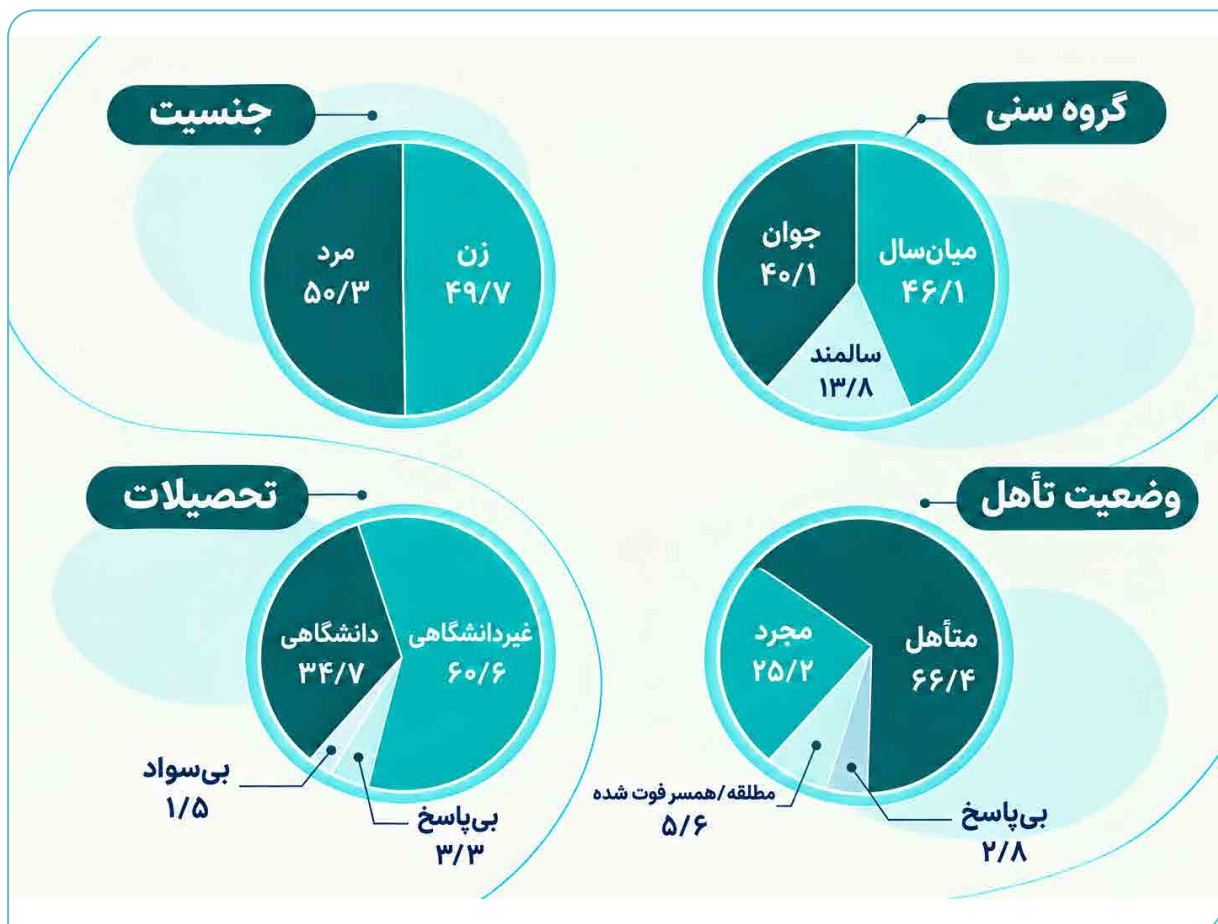
■ در تمام جداول متقاطع، موارد «سایر» و «بی‌پاسخ/ نمی‌دانم» از تحلیل آماری حذف شده‌اند.

1. Pearson's Chi-Square Test

۳. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه

- ۵۰/۳ درصد از پاسخ‌گویان، مرد و ۴۹/۷ درصد زن هستند.
- ۴۰/۱ درصد در بازه سنی ۱۵ تا ۳۵ سال (جوان)، ۴۶/۱ درصد در بازه سنی ۳۶ تا ۶۰ سال (میان‌سال) و ۱۳/۸ درصد در بازه سنی بیش از ۶۰ سال (سالمند) قرار دارند.
- ۳۴/۷ درصد از پاسخ‌گویان دارای تحصیلات دانشگاهی، ۶۰/۶ درصد دارای تحصیلات غیردانشگاهی و ۱/۵ درصد نیز بی‌سوادند.^۱
- ۶۶/۴ درصد از پاسخ‌گویان متأهل و ۲۵/۲ درصد مجردند. علاوه‌براین، ۵/۶ درصد همسرشان فوت شده یا مطلقه‌اند.
- ۴۲/۵ درصد از پاسخ‌گویان ساکن مراکز استان‌ها، ۳۴/۵ درصد ساکن شهرهای تابعه و ۲۳ درصد نیز ساکن روستاها هستند.

شکل ۱. نمودار ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه (درصد)



۱. گروه غیردانشگاهی شامل افراد با تحصیلات ابتدایی، راهنمایی، دبیرستان، دیپلم و پیش‌دانشگاهی و گروه دانشگاهی شامل افراد با تحصیلات فوق‌دیپلم، لیسانس، فوق‌لیسانس، دکتری و حوزوی است.

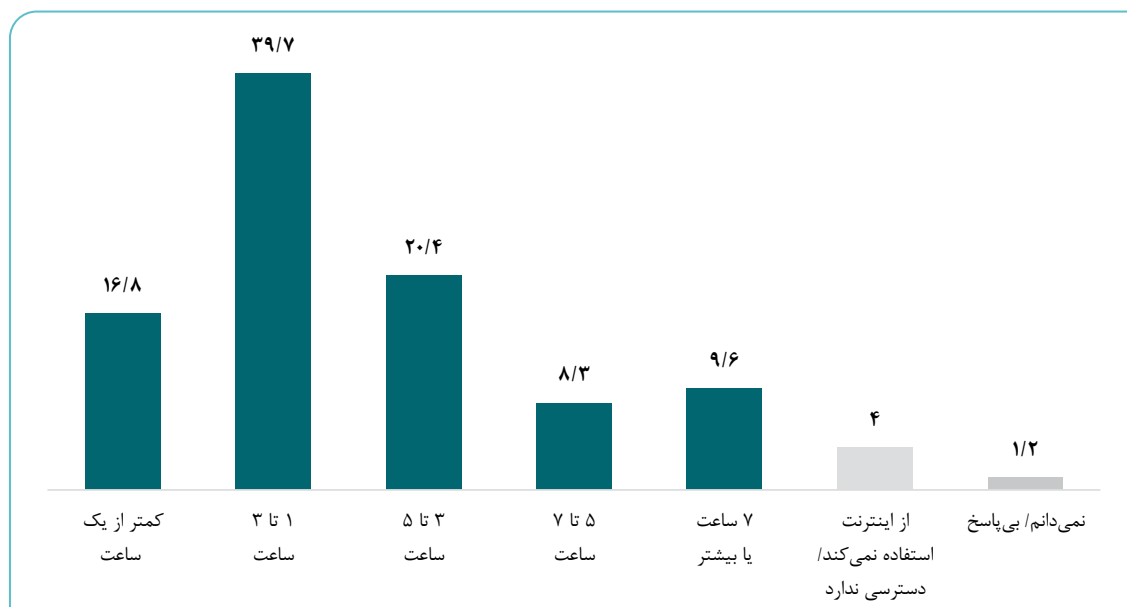
۴-۱. دیدگاه درباره وضعیت اینترنت در کشور

این بخش به بررسی دیدگاه کاربران درباره وضعیت اینترنت در کشور می‌پردازد. در این راستا، میزان و اهداف استفاده از اینترنت، ارزیابی کاربران از سرعت اینترنت و میزان رضایت از قیمت بسته‌های اینترنتی موبایل بررسی شده است. همچنین، نظر پاسخ‌گویان درباره میزان قابل قبول افزایش قیمت اینترنت، ترجیح آنها میان وضعیت‌های مختلف دسترسی به اینترنت و میزان اعتماد به شبکه‌های اجتماعی برای حفظ اطلاعات شخصی کاربران سنجیده شده است. در ادامه، میزان استفاده از فیلترشکن و همچنین وابستگی درآمد خانوار به اینترنت و تغییرات ایجاد شده در وضعیت شغلی افراد یا سرپرست خانوار در پی قطعی اخیر اینترنت بین‌الملل نیز بررسی شده است.

۴-۱-۱. میزان استفاده از اینترنت

از پاسخ‌گویان پرسیده شد: «شما در یک شبانه‌روز، حدوداً چند ساعت از اینترنت استفاده می‌کنید؟» یافته‌ها نشان می‌دهد، ۹۶ درصد به‌نحوی کاربر اینترنت‌اند؛^۱ به‌گونه‌ای که ۱۶/۸ درصد از پاسخ‌گویان اظهار داشتند در طول شبانه‌روز «کمتر از یک ساعت» از اینترنت استفاده می‌کنند؛ درحالی‌که ۳۹/۷ درصد از پاسخ‌گویان «۱ تا ۳ ساعت»، ۲۰/۴ درصد «۳ تا ۵ ساعت» و ۸/۳ درصد «۵ تا ۷ ساعت» در شبانه‌روز به استفاده از اینترنت اختصاص می‌دهند. همچنین، ۹/۶ درصد از پاسخ‌گویان اعلام کردند حداقل ۷ ساعت در شبانه‌روز از اینترنت استفاده می‌کنند.

شکل ۲. نمودار میزان استفاده مردم از اینترنت در شبانه‌روز (درصد)



۱. ادغام دو گزینه «از اینترنت استفاده نمی‌کند» و «در محل سکونت او، اینترنت در دسترس نیست» غیر کاربران را تشکیل می‌دهد که ۴ درصد از پاسخ‌گویان است.

مطابق با یافته‌های حاصل از آزمون‌های آماری:^۱

■ جوانان، در مقایسه با سایر گروه‌های سنی، مدت‌زمان بیشتری در شبانه‌روز از اینترنت استفاده می‌کنند؛ به‌طوری‌که سهم بیشتری از آنان در گروه افرادی قرار دارد که حداقل سه ساعت در شبانه‌روز از اینترنت استفاده می‌کنند. در میان میان‌سالان، میزان استفاده غالب بین یک تا سه ساعت است؛ درحالی‌که سالمندان بیشترین سهم را در میان افرادی دارند که کمتر از یک ساعت در شبانه‌روز از اینترنت استفاده می‌کنند.^۲

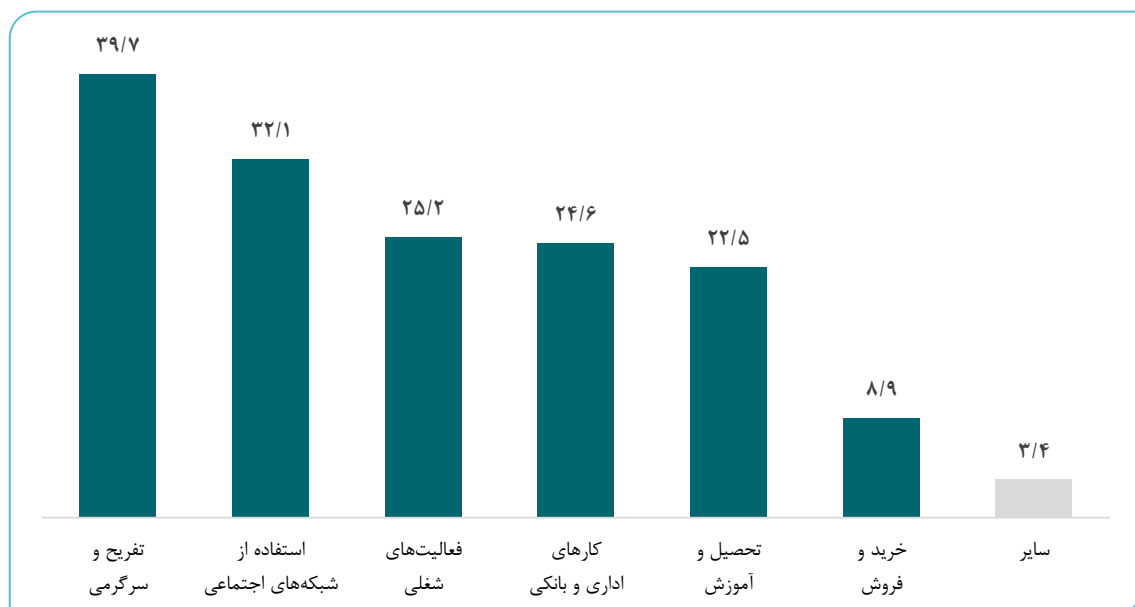
■ با افزایش سطح تحصیلات، مدت استفاده روزانه از اینترنت نیز افزایش می‌یابد؛ به‌گونه‌ای‌که استفاده کمتر از یک ساعت در میان افراد دارای تحصیلات زیردیپلم و استفاده حداقل سه ساعت در میان افراد دارای تحصیلات دانشگاهی بیشتر است.^۳

■ روستاییان در مقایسه با شهرنشینان، مدت کمتری از اینترنت استفاده می‌کنند؛ به‌طوری‌که یک‌چهارم از آنها کمتر از یک ساعت در شبانه‌روز از اینترنت استفاده می‌کنند (۲۴/۴ درصد از روستاییان درمقابل ۱۵/۹ درصد از شهرنشینان). درمقابل، مدت استفاده از اینترنت در میان شهرنشینان، به‌ویژه ساکنان مراکز استان‌ها، بیشتر است.

۲-۴. اهداف استفاده از اینترنت

از پاسخ‌گویانی که از اینترنت استفاده می‌کنند (کاربران اینترنت)^۴ پرسیده شد: «از اینترنت برای چه هدفی استفاده می‌کنید؟» پاسخ‌گویان مجاز به انتخاب حداکثر دو گزینه بودند. در پاسخ، «تفریح و سرگرمی» با ۳۹/۷ درصد و «استفاده از شبکه‌های اجتماعی» با ۳۲/۱ درصد، پرتکرارترین اهداف استفاده از اینترنت عنوان شده‌اند. پس از آن، «فعالیت‌های شغلی» با ۲۵/۲ درصد، «امور اداری و بانکی» با ۲۴/۶ درصد، «تحصیل و آموزش» با ۲۲/۵ درصد و «خرید و فروش» با ۸/۹ درصد در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

شکل ۳. نمودار اهداف کاربران برای استفاده از اینترنت (درصد)^۵



1. P_value < 0.05

2. Somers' d = -0.184

3. Somers' d = 0.200

۴. تعداد کاربران ۱۰۴۴ نفر است.

۵. در این سؤال، پاسخ‌گویان مجاز به انتخاب حداکثر دو گزینه بوده‌اند. به‌همین دلیل جمع درصدهای فراوانی از عدد ۱۰۰ بیشتر است.



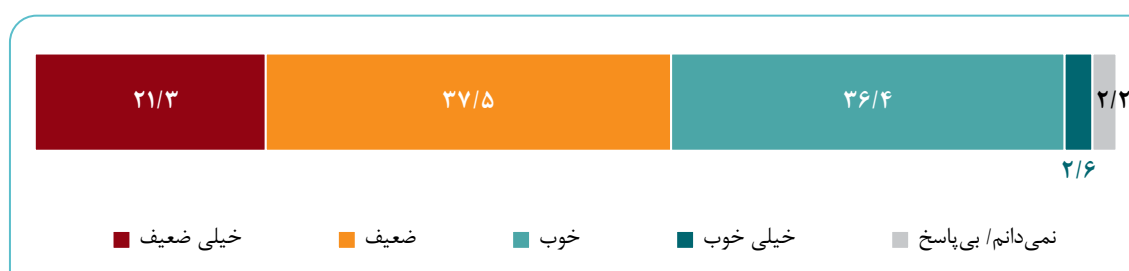
مطابق با نتایج آماری، اهداف استفاده از اینترنت در میان گروه‌های جمعیتی کاربران تفاوت معناداری دارد:^۱

- استفاده از اینترنت با هدف **تفریح و سرگرمی** در میان کاربران زن (۴۶/۲ درصد)، جوان (۴۸/۳ درصد)، دارای شغل خانه‌داری (۵۰/۸ درصد) و دارای تحصیلات دیپلم یا پایین‌تر (۴۳/۲ درصد) بیشتر است. در مقابل، این نوع استفاده در میان کاربران ساکن در مراکز استان‌ها کمتر مشاهده می‌شود (۳۴/۹ درصد).
- استفاده از اینترنت برای **فعالیت‌های شغلی** در میان کاربران مرد (۳۱/۳ درصد)، شهرنشین (۲۷/۸ درصد)، دارای تحصیلات دانشگاهی (۳۷/۲ درصد)، شاغل بخش خصوصی (۴۹/۵ درصد) و کاربرانی که متوسط درآمد ماهانه خانوارشان حداقل ۴۵ میلیون تومان است (۳۵ درصد)، بیشتر گزارش شده است.
- استفاده از اینترنت برای انجام **امور اداری و بانکی** در میان کاربران مرد (۳۰/۶ درصد)، ساکن در مراکز استان‌ها (۳۰/۷ درصد)، دارای تحصیلات دانشگاهی (۲۸/۸ درصد)، شاغل بخش خصوصی (۴۰ درصد) و کاربرانی که متوسط درآمد ماهانه خانوارشان حداقل ۳۰ میلیون تومان است (۳۰ درصد)، بیشتر گزارش شده است.
- استفاده از اینترنت با هدف **تحصیل و آموزش** در میان کاربران زن (۲۸/۷ درصد)، دارای تحصیلات دیپلم یا بالاتر (۲۶/۵ درصد) و دارای شغل خانه‌داری (۳۰/۷ درصد) بیشتر گزارش شده است.
- استفاده از اینترنت با هدف **خرید و فروش** در میان کاربران مرد (۱۱/۲ درصد) و شاغل بخش خصوصی و آزاد (۱۲/۹ درصد) بیشتر گزارش شده است.
- در استفاده از اینترنت با هدف **حضور در شبکه‌های اجتماعی**، تفاوت معناداری براساس جنسیت، گروه سنی، محل سکونت، سطح تحصیلات و درآمد مشاهده نشده است.

۳-۱-۴. ارزیابی سرعت اینترنت

از کاربران اینترنت^۲ پرسیده شد: «سرعت اینترنت خود را چگونه ارزیابی می‌کنید؟» در پاسخ، ۵۸/۸ درصد از آنان سرعت اینترنت خود را «ضعیف» یا «خیلی ضعیف» ارزیابی کرده‌اند. در مقابل، ۳۹ درصد از این پاسخ‌گویان سرعت اینترنت خود را مطلوب می‌دانند.

شکل ۴. نمودار ارزیابی کاربران اینترنت از سرعت اینترنت (درصد)



یافته‌های آماری^۳ حاکی از آن است که در میان کاربران اینترنت:

- ارزیابی کاربرانی که از اینترنت برای خرید و فروش استفاده می‌کنند، از سرعت اینترنت نامطلوب‌تر است؛ به‌طوری‌که ۷۶/۷ درصد از این افراد سرعت اینترنت را «ضعیف» یا «خیلی ضعیف» ارزیابی کرده‌اند.
- میان ارزیابی زنان و مردان، گروه‌های مختلف سنی و گروه‌های متفاوت تحصیلی از سرعت اینترنت، تفاوت معناداری مشاهده نشده است.

۱. $P_value < 0.05$

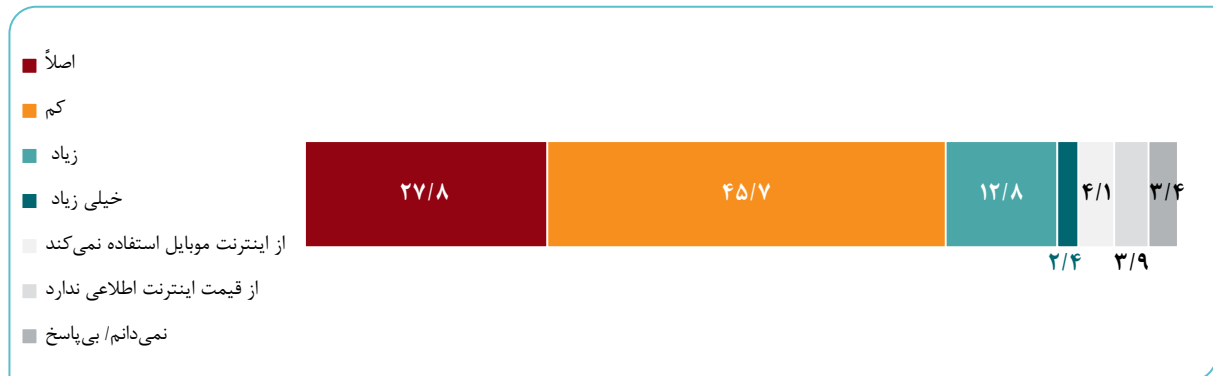
۳. $P_value < 0.05$

۲. تعداد کاربران ۱۰۴۴ نفر است.

۴-۱-۴. رضایت از قیمت بسته‌های اینترنتی

از کاربران اینترنت^۱ پرسیده شد: «به‌طور کلی، تا چه حد از قیمت بسته‌های اینترنتی موبایل رضایت دارید؟» در پاسخ، ۲۷/۸ درصد از آنان «اصلاً» از قیمت بسته‌های اینترنتی رضایت نداشتند، ۴۵/۷ درصد رضایت «کمی» داشتند و فقط ۱۵/۲ درصد از کاربران رضایت «زیاد» یا «خیلی زیاد» خود را از قیمت این بسته‌ها اعلام کردند.

شکل ۵. نمودار رضایت کاربران اینترنت از قیمت بسته‌های اینترنت موبایل (درصد)



مطابق با یافته‌های آماری،^۲ در میان کاربران اینترنت:

- نارضایتی زنان از قیمت بسته‌های اینترنت موبایل بیشتر از مردان است.
- کاربران دارای تحصیلات زیردیپلم، در مقایسه با سایر گروه‌های تحصیلی، رضایت بیشتری از قیمت بسته‌ها دارند.
- رضایت کاربران ساکن روستاها از قیمت بسته‌های اینترنت موبایل بیشتر از کاربران شهرنشین است.
- با افزایش مدت‌زمان استفاده از اینترنت، نارضایتی از قیمت بسته‌های اینترنت موبایل نیز افزایش می‌یابد.

جدول ۱. رضایت کاربران اینترنت از قیمت بسته‌های اینترنتی موبایل به تفکیک مدت‌زمان استفاده از اینترنت در شبانه‌روز (درصد)

مدت‌زمان استفاده از اینترنت				رضایت از قیمت بسته‌های اینترنتی موبایل
کمتر از ۱ ساعت	۱ تا ۳ ساعت	۳ تا ۵ ساعت	۵ ساعت یا بیشتر	
۲۷/۴	۲۷/۷	۳۲/۸	۴۱/۱	
۵۴/۱	۵۱/۳	۵۲/۹	۴۸/۹	
۱۸/۵	۲۱	۱۴/۲	۱۰	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	مجموع

- ۸۶/۹ درصد از کاربرانی که سرعت اینترنت را نامناسب می‌دانند، از قیمت بسته‌ها ناراضی‌اند. درمقابل، فقط ۲۳/۱ درصد از کاربرانی که از سرعت اینترنت رضایت دارند، قیمت بسته‌ها را هم مطلوب ارزیابی کرده‌اند.

۱. تعداد کاربران ۱۰۴۴ نفر است.

2. P_value < 0.05

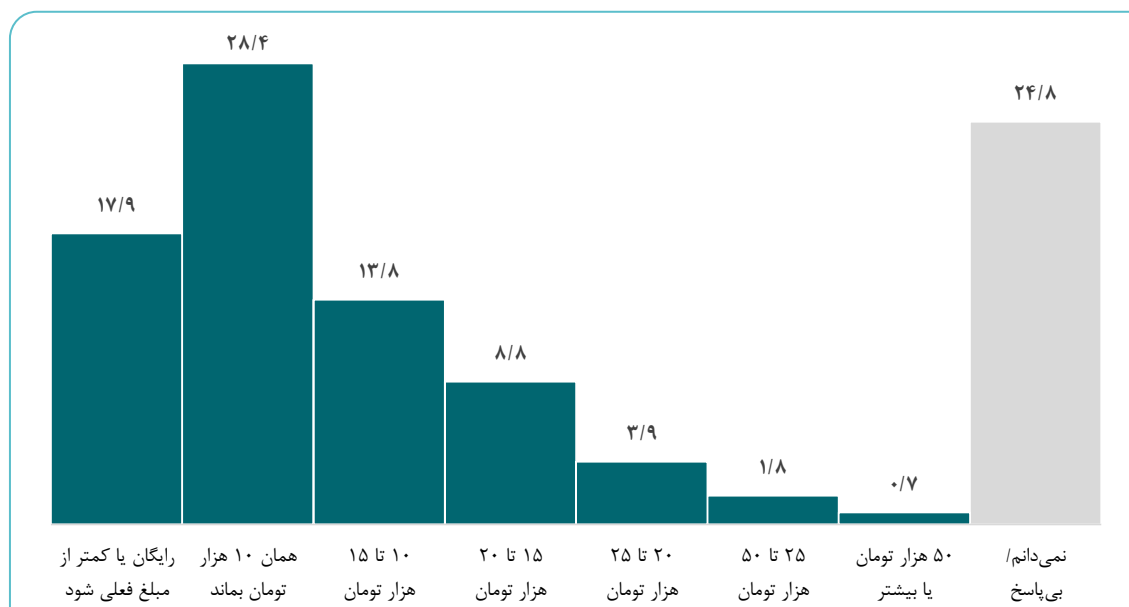
جدول ۲. رضایت کاربران اینترنت از قیمت بسته‌های اینترنتی موبایل به تفکیک ارزیابی آنها از سرعت اینترنت (درصد)

ارزیابی سرعت اینترنت			رضایت از قیمت بسته‌های اینترنتی موبایل
خوب یا خیلی خوب	ضعیف یا خیلی ضعیف		
۲۴/۲	۳۶/۲	اصلاً	
۵۲/۷	۵۰/۷	کم	
۲۳/۱	۱۳/۱	زیاد یا خیلی زیاد	
۱۰۰	۱۰۰	مجموع	

۵-۱-۴. حداکثر قیمت مطلوب برای اینترنت موبایل (به ازای هر گیگابایت)

از کاربران اینترنت موبایل^۱ در قالب یک سؤال باز پرسیده شد: «در حال حاضر متوسط قیمت هر گیگ اینترنت موبایل ۱۰ هزار تومان است. اگر دولت مجبور باشد قیمت را افزایش دهد، به نظر شما قیمت هر گیگ اینترنت حداکثر چقدر باشد؟» در پاسخ، ۲۸/۴ درصد از کاربران اینترنت موبایل، قیمت فعلی را مناسب می‌دانند و ترجیح می‌دهند افزایشی در قیمت اینترنت اعمال نشود. همچنین، ۱۳/۸ درصد، مبلغی بین ۱۰ تا ۱۵ هزار تومان را قیمت مطلوب هر گیگ اینترنت موبایل عنوان کرده‌اند. سایر دیدگاه‌ها درباره حداکثر قیمت مطلوب اینترنت موبایل در شکل ۶ ارائه شده است. علاوه بر این، ۱۷/۹ درصد از کاربران، رایگان شدن اینترنت یا کاهش قیمت آن به کمتر از مبلغ فعلی را مناسب می‌دانند.^۲ براساس پاسخ‌های ارائه شده، حداکثر قیمت مطلوب هر گیگابایت اینترنت موبایل از نظر کاربران اینترنت موبایل، به‌طور متوسط ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان است.

شکل ۶. نمودار دیدگاه کاربران اینترنت موبایل درباره حداکثر قیمت مطلوب برای هر گیگابایت اینترنت موبایل (درصد)



۱. تعداد کاربران اینترنت موبایل ۱۰۰۵ نفر است.

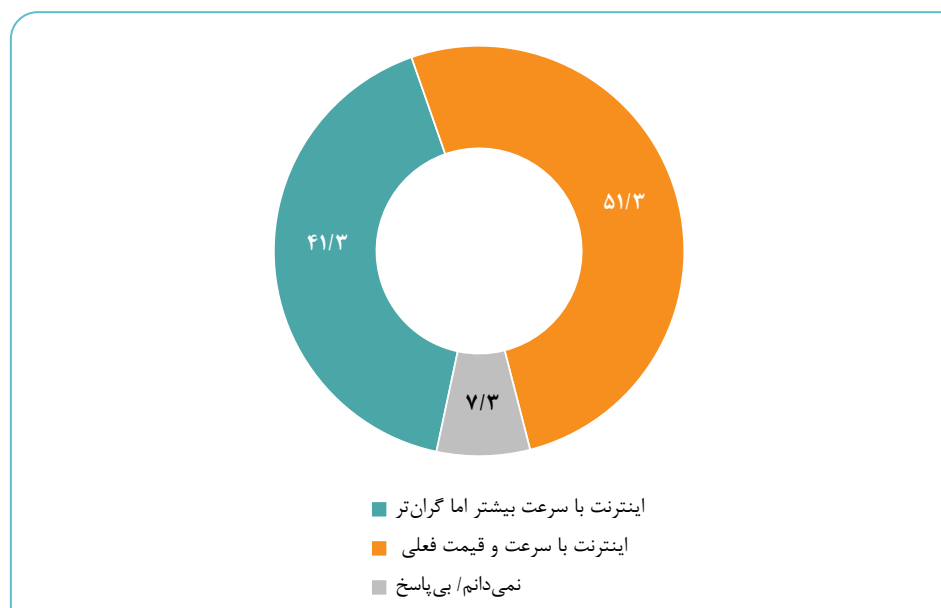
۲. این گزینه برای پاسخ‌گویان خوانده نشده و فقط در صورت بیان خودانگیخته ثبت شده است.

تفاوت معناداری میان دیدگاه گروه‌های مختلف جمعیتی، درباره حداکثر قیمت مطلوب برای هر گیگابایت اینترنت موبایل مشاهده نمی‌شود.^۱

۶-۱-۴. دوگانه سرعت یا قیمت

از کاربران اینترنت موبایل^۲ پرسیده شد: «اگر مجبور باشید یکی از این دو وضعیت را انتخاب کنید، کدام یک را ترجیح می‌دهید؟» حدوداً نیمی از این افراد (۵۱/۳ درصد) ترجیح می‌دهند خدمات اینترنت را «با سرعت و قیمت فعلی» دریافت کنند؛ حال آنکه ترجیح ۴۱/۳ درصد، دریافت خدمات اینترنت «با سرعت بیشتر، اما با قیمتی گران‌تر» است.

شکل ۷. نمودار انتخاب کاربران اینترنت موبایل میان دو وضعیت سرعت و قیمت (درصد)



یافته‌های آماری^۳ بیانگر آن است که در میان کاربران اینترنت موبایل:

- کاربرانی که سرعت فعلی اینترنت را نامطلوب ارزیابی می‌کنند، تمایل بیشتری به ارتقای سرعت اینترنت در ازای پرداخت هزینه بیشتر برای دریافت خدمات پرسرعت‌تر دارند (۵۴/۵ در مقابل ۳۱/۲ درصد).
- مردان، در مقایسه با زنان، تمایل بیشتری به دریافت اینترنت با سرعت بالاتر، حتی با وجود قیمت بیشتر، دارند (۵۲/۶ در مقابل ۳۶/۳ درصد).
- تمایل جوانان به دریافت خدمات اینترنت با سرعت بیشتر و در عین حال قیمت بالاتر بیشتر است؛ به گونه‌ای که به ترتیب ۵۲/۶، ۳۹/۲ و ۳۶/۸ درصد از جوانان، میان‌سالان و سالمندان چنین انتخابی داشته‌اند.
- کاربرانی که تحصیلات دانشگاهی دارند، بیش از دیگران، اینترنت با سرعت بیشتر و قیمت گران‌تر را ترجیح می‌دهند (به ترتیب ۵۰/۴، ۴۰/۳ و ۴۰ درصد از افراد با تحصیلات دانشگاهی، دیپلم و زیر دیپلم).
- برای کاربران با شغل خانه‌داری، دریافت خدمات اینترنت با سرعت و قیمت فعلی مطلوب‌تر است (۶۷/۷ درصد).
- با کاهش متوسط درآمد ماهانه خانوار، تمایل به انتخاب اینترنت با سرعت و قیمت فعلی بیشتر می‌شود.

1. $P_value > 0.05$

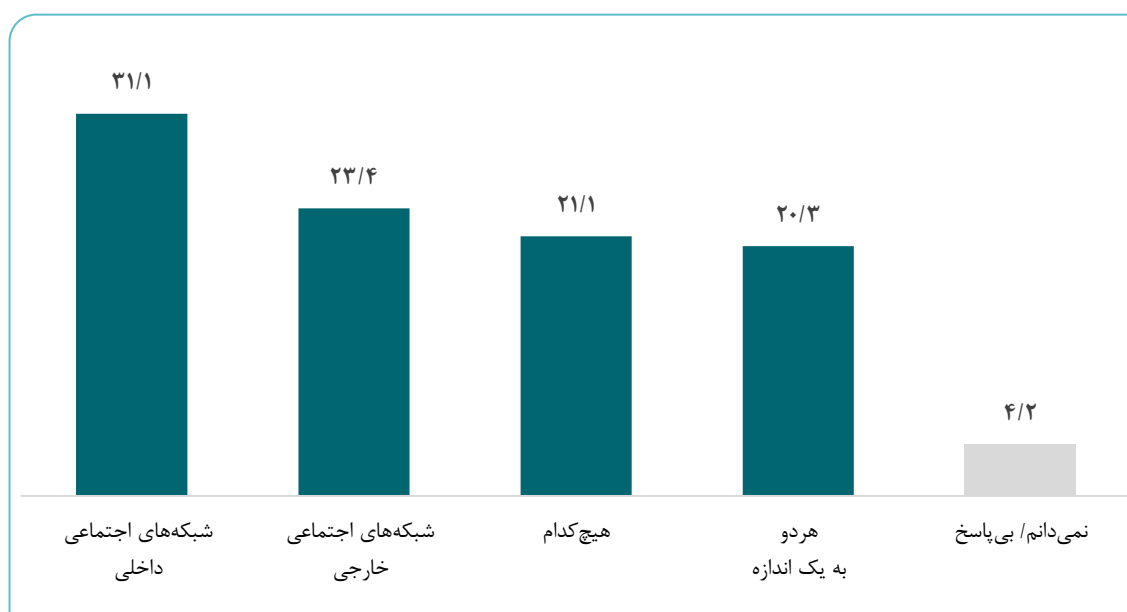
۲. تعداد کاربران اینترنت موبایل ۱۰۰۵ نفر است.

3. $P_value < 0.05$

۷-۱-۴. شبکه اجتماعی مورد اعتماد

از پاسخ‌گویان سؤال شد: «به‌نظر شما، برای حفظ اطلاعات شخصی کاربران، کدام‌یک قابل اعتمادتر است؟» در پاسخ، ۳۱/۱ درصد از پاسخ‌گویان شبکه‌های اجتماعی داخلی و ۲۳/۴ درصد شبکه‌های اجتماعی خارجی را برای حفاظت از اطلاعات شخصی کاربران قابل اعتمادتر دانستند. حال آنکه ۲۰/۳ درصد هر دو نوع شبکه اجتماعی را قابل اعتماد می‌دانند و ۲۱/۱ درصد نیز هیچ‌یک از این شبکه‌های اجتماعی را برای حفاظت از اطلاعات شخصی کاربران قابل اعتماد نمی‌دانند.

شکل ۸. نمودار اعتماد مردم به شبکه‌های اجتماعی از نظر حفظ اطلاعات شخصی (درصد)



نتایج حاصل از آزمون خی-دو نشان می‌دهد:^۱

■ زنان، در مقایسه با مردان، اعتماد بیشتری به شبکه‌های اجتماعی داخلی برای حفظ اطلاعات شخصی دارند (۳۵/۳ در مقابل ۲۹/۶ درصد). در مقابل، مردان بیشتر معتقدند هیچ‌یک از دو نوع شبکه در حفظ اطلاعات شخصی قابل اعتماد نیستند (۲۵/۳ در مقابل ۱۸/۶ درصد).

■ جوانان، در مقایسه با سایر گروه‌های سنی، اعتماد بیشتری به شبکه‌های اجتماعی خارجی برای حفظ اطلاعات شخصی دارند (۳۲/۶ درصد از جوانان در مقابل به‌ترتیب ۱۸/۱ و ۲۰/۱ درصد از میان‌سالان و سالمندان)؛ در حالی که میان‌سالان و سالمندان بیشتر شبکه‌های اجتماعی داخلی را قابل اعتماد می‌دانند (به‌ترتیب ۳۸/۸، ۴۱/۳ و ۲۰/۵ درصد از سالمندان، میان‌سالان و جوانان). همچنین، سالمندان در مقایسه با سایر گروه‌های سنی، بیشتر معتقدند که هیچ‌یک از شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی برای حفظ اطلاعات شخصی قابل اعتماد نیستند (۲۸/۱ درصد).

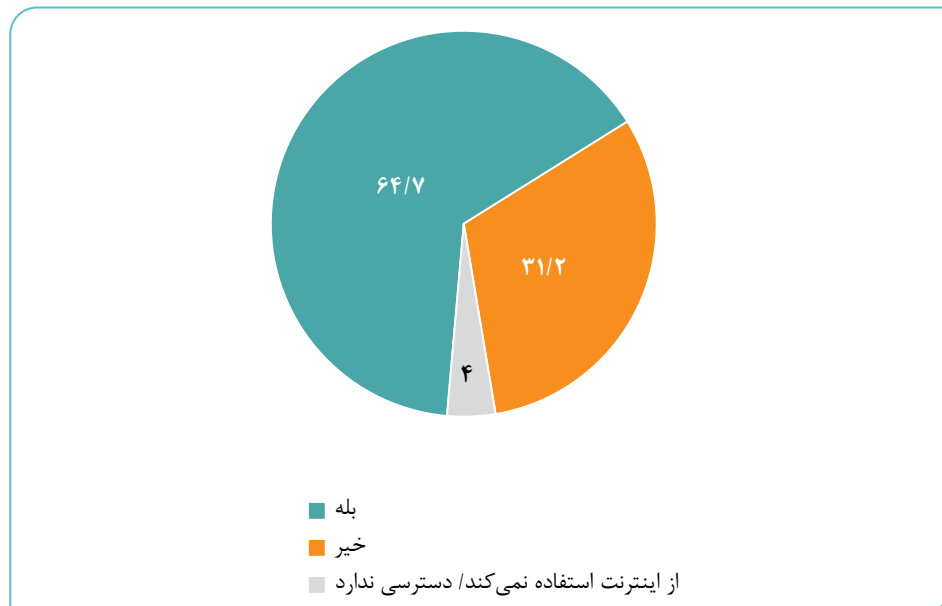
■ با افزایش سطح تحصیلات، اعتماد به شبکه‌های اجتماعی خارجی افزایش می‌یابد (به‌ترتیب ۱۰/۵، ۲۶/۸ و ۳۳/۹ درصد از دارندگان تحصیلات زیردیپلم، دیپلم و دانشگاهی) و در مقابل، اعتماد به شبکه‌های اجتماعی داخلی کاهش پیدا می‌کند (به‌ترتیب ۴۶/۹، ۳۰/۱ و ۲۲/۶ درصد از افراد با تحصیلات زیردیپلم، دیپلم و دانشگاهی).

1. P_value < 0.05

۸-۱-۴. استفاده از فیلترشکن برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی خارجی

از پاسخ‌گویان پرسیده شد: «آیا در حال حاضر برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی خارجی از فیلترشکن استفاده می‌کنید؟» در پاسخ، نزدیک به دوسوم از پاسخ‌گویان (۶۴/۷ درصد) اعلام کردند که برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی خارجی از فیلترشکن استفاده می‌کنند؛^۱ در حالی که ۳۱/۲ درصد اظهار داشتند که برای این منظور از فیلترشکن استفاده نمی‌کنند.

شکل ۹. نمودار استفاده مردم از فیلترشکن برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی خارجی (درصد)



مطابق با یافته‌های حاصل از آزمون خی-دو:^۲

- افرادی که از فیلترشکن برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی خارجی استفاده می‌کنند، اعتماد بیشتری به این شبکه‌ها دارند (۳۲/۱ در مقابل ۱۰/۱ درصد).
- افرادی که از فیلترشکن برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی خارجی استفاده می‌کنند، در مقایسه با افرادی که از آن استفاده نمی‌کنند، تمایل بیشتری به داشتن اینترنت سریع‌تر اما گران‌تر دارند (۴۷/۴ در مقابل ۳۸/۸ درصد).
- با افزایش سن، استفاده از فیلترشکن برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی خارجی، کمتر می‌شود (به ترتیب ۷۶/۸، ۶۴/۳ و ۴۸/۹ درصد از جوانان، میان سالان و سالمندان).
- با افزایش سطح تحصیلات، استفاده از فیلترشکن برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی خارجی، بیشتر می‌شود (به ترتیب ۵۴، ۶۷/۹ و ۷۷/۶ درصد از افراد با تحصیلات زیردیپلم، دیپلم و دانشگاهی).
- شهرنشینان، به‌ویژه ساکنان مراکز استان‌ها، بیشتر از روستاییان برای این منظور از فیلترشکن استفاده می‌کنند (به ترتیب ۷۲/۹، ۶۵/۸ و ۵۹/۴ درصد از ساکنان مراکز استان‌ها، شهرهای تابعه و روستاها).

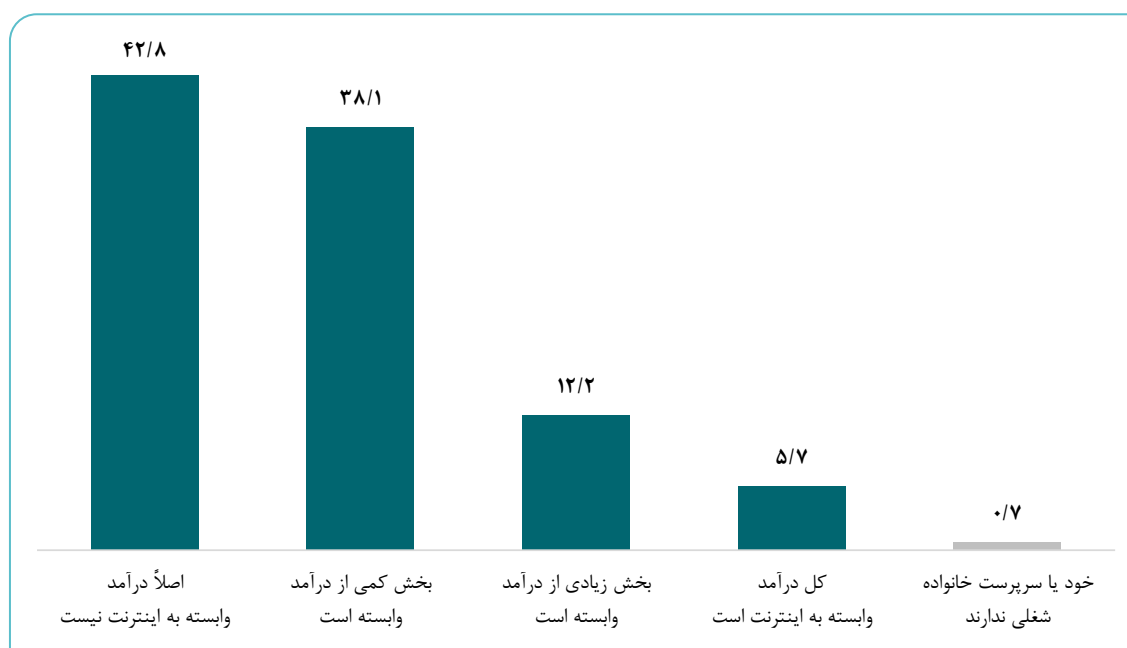
۱. این سؤال فقط استفاده از فیلترشکن برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی خارجی را می‌سنجد، نه همه کاربردهای فیلترشکن. براساس سنجش مرکز افکارسنجی ملت در سال ۱۴۰۳، استفاده کلی فیلترشکن در کشور حدود ۸۰ درصد برآورد شده است.

2. P_value < 0.05

۹-۱-۴. وابستگی درآمد خانواده به اینترنت

از پاسخ‌گویان پرسیده شد: «درآمد خودتان یا سرپرست خانواده‌تان تا چه حد به اینترنت وابسته است؟» در پاسخ، ۴۲/۸ درصد از پاسخ‌گویان اعلام کردند که درآمد خود یا خانواده‌شان هیچ وابستگی‌ای به اینترنت ندارد. ۳۸/۱ درصد اظهار داشتند که بخش کمی از درآمدشان به اینترنت وابسته است. در مقابل، ۱۲/۲ درصد عنوان کردند که بخش زیادی از درآمدشان از طریق اینترنت تأمین می‌شود و ۵/۷ درصد نیز اعلام کردند که تمام درآمدشان به اینترنت وابسته است. بنابراین، درآمد ۵۶ درصد از مردم به‌نحوی به اینترنت وابسته است.

شکل ۱۰. نمودار میزان وابستگی درآمد پاسخ‌گویان یا خانواده‌شان به اینترنت (درصد)



یافته‌های آماری بیانگر آن است:^۱

- کسانی که درآمد خود یا سرپرست خانواده‌شان وابستگی زیادی به اینترنت دارد (کل درآمد یا بخش زیادی از آن)، شبکه‌های اجتماعی خارجی را در جهت حفظ محرمانگی اطلاعات شخصی، قابل اعتمادتر می‌دانند (۴۵ درصد).
- درآمد جوانان یا سرپرست خانواده آنها، بیشتر از سایر گروه‌های سنی، به اینترنت وابسته است. به‌علاوه، با افزایش سن، عدم وابستگی درآمد به اینترنت بیشتر می‌شود.
- با افزایش سطح تحصیلات، وابستگی بخش زیادی از درآمد به اینترنت بیشتر می‌شود.

1. P_value < 0.05

جدول ۳. میزان وابستگی درآمد پاسخ‌گویان یا خانواده‌شان به اینترنت به تفکیک گروه سنی و تحصیلات پاسخ‌گویان (درصد)

گروه سنی								
تحصیلات								
جوان	میان سال	سالمند	زیردیپلم	دیپلم	دانشگاهی			
۲۱/۵	۱۷/۸	۱۰	۹/۹	۱۵/۱	۲۸/۸	میزان وابستگی درآمد به اینترنت		
					کل درآمد یا بخش زیادی از آن وابسته است.			
۴۴/۱	۳۶/۴	۲۹/۳	۳۵/۷	۴۳/۴	۳۶/۶			بخش کمی از درآمد وابسته است.
۳۴/۵	۴۵/۸	۶۰/۷	۵۴/۴	۴۱/۵	۳۴/۶			اصلاً درآمد وابسته به اینترنت نیست.
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	مجموع		

- درآمد شهرنشینان، به‌ویژه ساکنان مراکز استان‌ها، بیشتر به اینترنت متکی است.
- وابستگی درآمدی مشاغل آزاد و خصوصی به اینترنت بیشتر از سایر گروه‌های شغلی است.

جدول ۴. میزان وابستگی درآمد پاسخ‌گویان یا خانواده‌شان به اینترنت به تفکیک محل سکونت و گروه شغلی پاسخ‌گویان (درصد)

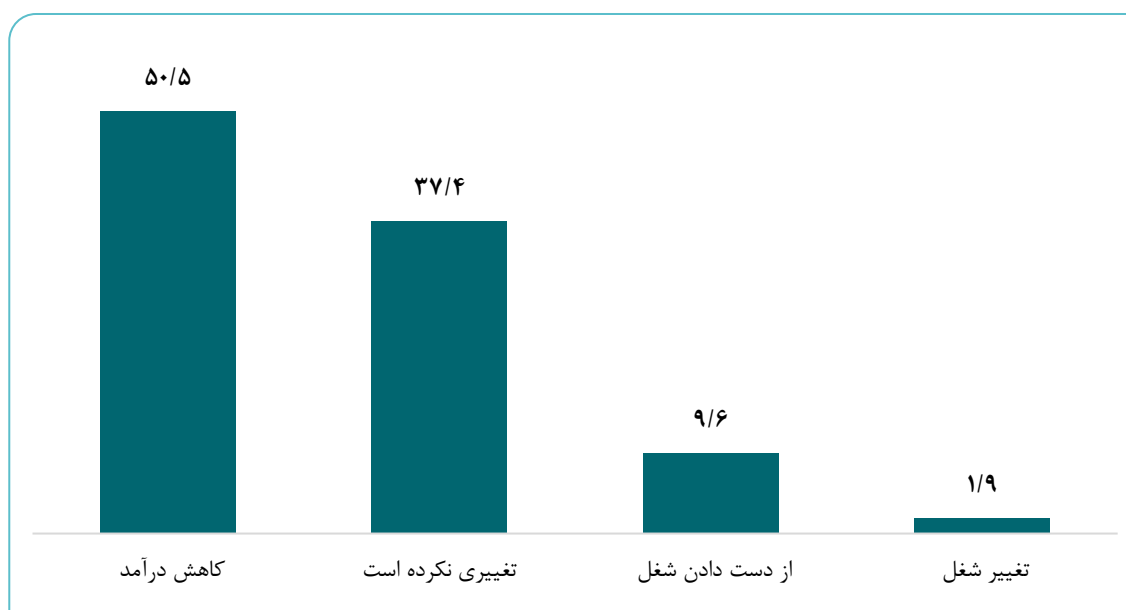
محل سکونت							گروه شغلی	
مرکز استان	شهر تابعه	روستا	شاغل بخش آزاد	شاغل بخش خصوصی	خانه دار	بازنشسته	میزان وابستگی درآمد به اینترنت	
۲۱/۹	۱۸/۸	۱۰/۱	۲۵/۱	۲۵/۵	۱۰/۶	۱۱/۵		
۴۲/۹	۳۶/۲	۳۴	۴۲/۳	۴۶/۸	۳۶/۶	۲۷/۶		
۳۵/۳	۴۵	۵۵/۹	۳۲/۶	۲۷/۷	۵۲/۸	۶۰/۹		
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰		

- خانوارهای با متوسط درآمد ماهانه حداقل ۴۵ میلیون تومان، وابستگی معیشتی بیشتری به اینترنت دارند (کل یا بخش زیادی از درآمد). در مقابل، در میان خانوارهای با متوسط درآمد کمتر از ۲۰ میلیون تومان، عدم وابستگی درآمد به اینترنت بیشتر مشاهده می‌شود.

۱۰-۱-۴. پیامدهای قطع اینترنت بر مشاغل

از پاسخ‌گویانی که شغل خود یا سرپرست خانواده‌شان به‌نحوی به اینترنت وابسته است،^۱ پرسیده شد: «در قطعی اینترنت بین‌الملل، وضعیت شغلی شما یا سرپرست خانواده‌تان چه تغییری کرد؟» در پاسخ، نیمی از این افراد (۵۰/۵ درصد) اعلام کردند که در پی قطعی اینترنت با کاهش درآمد مواجه شده‌اند؛ ۹/۶ درصد شغل خود را از دست داده‌اند و ۱/۹ درصد نیز مجبور به تغییر شغل شده‌اند. درمقابل، ۳۷/۴ درصد از کسانی که شغل خود یا سرپرست خانواده‌شان به‌نحوی به اینترنت وابسته است، اظهار داشتند که قطعی اینترنت تغییری در وضعیت شغلی خود یا سرپرست خانواده‌شان ایجاد نکرده است.

شکل ۱۱. نمودار پیامدهای قطع اینترنت بر مشاغل وابسته به آن (درصد)



نتایج آماری نشان می‌دهد،^۲ در میان کسانی که شغل خود یا سرپرست خانواده‌شان به اینترنت وابسته است:

- اگرچه حدوداً نیمی از این افراد در همه گروه‌های سنی کاهش درآمد را تجربه کرده‌اند، جوانان بیشترین میزان از دست دادن شغل را گزارش کرده‌اند.^۳
- بر اثر قطعی اینترنت اخیر، ثبات شغلی توسط روستاییان بیشتر گزارش شده است. درمقابل، شهرنشینان، به‌ویژه ساکنان مراکز استان‌ها، بیشتر به از دست دادن شغل خود اشاره کرده‌اند.
- در گروه درآمدی کمتر از ۲۰ میلیون تومان، بیشترین میزان از دست دادن شغل مشاهده می‌شود. از طرفی، با افزایش متوسط درآمد ماهانه خانوار، وضعیت شغلی سهم کمتری از این افراد دستخوش تغییر شده است.

۱. تعداد پاسخ‌گویان ۶۰۰ نفر است. پاسخ‌گویان شامل این سه گروه هستند: افرادی که «کل درآمدشان وابسته به اینترنت است»، «بخش زیادی از درآمدشان وابسته به اینترنت است» و «بخش کمی از درآمدشان وابسته به اینترنت است».

۲. $P_value < 0.05$

۳. به دلیل عدم کفایت آماری لازم، سالمندان در این مقایسه در نظر گرفته نشده‌اند.

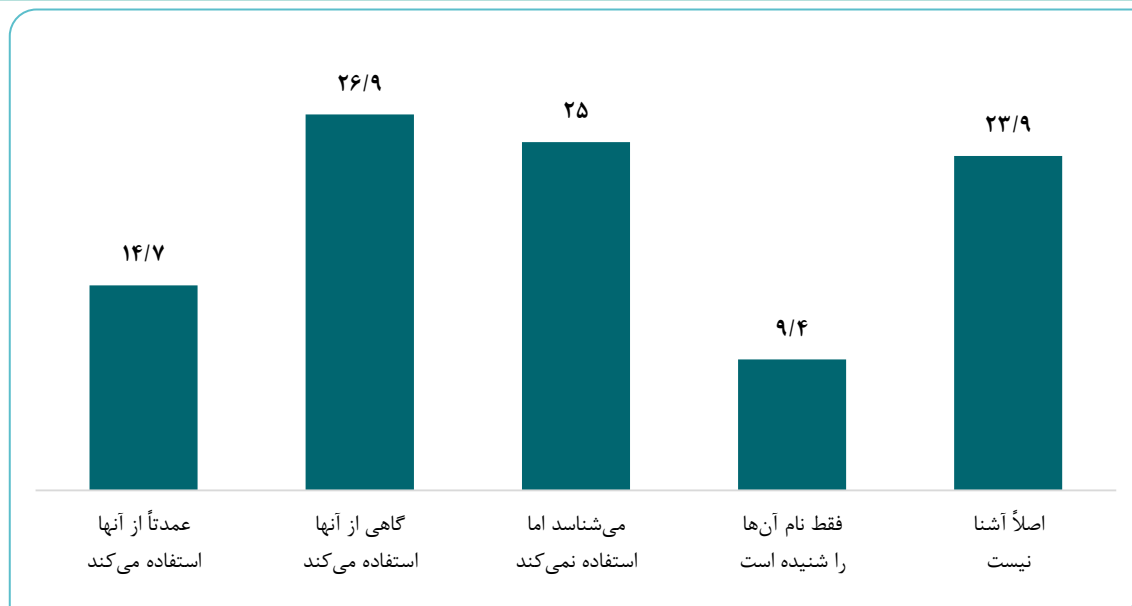
۴-۲. ابزارهای هوش مصنوعی

این بخش به بررسی میزان استفاده پاسخ‌گویان از ابزارهای هوش مصنوعی و دیدگاه آنها درباره این ابزارها می‌پردازد. در این راستا، میزان استفاده از هوش مصنوعی، ابزارهای خارجی مورد استفاده و کاربردهای مختلف آن بررسی شده است. همچنین، میزان اعتماد کاربران به پاسخ‌ها و نتایج ارائه شده به‌وسیله ابزارهای هوش مصنوعی و مهم‌ترین نگرانی‌های آنها درباره این فناوری نیز سنجیده شده است.

۴-۲-۱. میزان استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی

از پاسخ‌گویان سؤال شد: «شما چقدر از ابزارهای هوش مصنوعی استفاده می‌کنید؟» یافته‌ها نشان می‌دهد، ۴۱/۶ درصد از مردم کاربر ابزارهای هوش مصنوعی‌اند؛ به‌طوری‌که ۲۶/۹ درصد از آنها اعلام کردند که گاهی از ابزارهای هوش مصنوعی استفاده می‌کنند و ۱۴/۷ درصد اظهار داشتند که عمدتاً از این ابزارها استفاده می‌کنند. درمقابل، ۲۵ درصد از پاسخ‌گویان با وجود آشنایی با ابزارهای هوش مصنوعی، از آنها استفاده نمی‌کنند. همچنین، ۲۳/۹ درصد اصلاً با هوش مصنوعی آشنایی ندارند و ۹/۴ درصد نیز فقط نام آن را شنیده‌اند.

شکل ۱۲. نمودار میزان استفاده مردم از ابزارهای هوش مصنوعی (درصد)



نتایج آماری نشان می‌دهد:^۱

- زنان در مقایسه با مردان، بیشتر از ابزارهای هوش مصنوعی استفاده می‌کنند. ۴۵/۱ درصد از زنان درمقابل ۳۸/۳ درصد از مردان اذعان کرده‌اند کم‌وبیش از این ابزارها استفاده می‌کنند.^۲
- با افزایش سن، میزان آشنایی و استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی کاهش می‌یابد. به‌ترتیب ۱۹/۵، ۳۷/۲ و ۶۰/۱ درصد از جوانان، میان‌سالان و سالمندان از عدم آشنایی خود با این ابزارها گفته‌اند (اصلاً آشنا نیستند یا فقط نام آنها را شنیده‌اند). از طرفی، یک‌چهارم از جوانان عمدتاً از این ابزارها بهره می‌برند.

1. P_value < 0.05

۲. تجمیع گزینه‌های «گاهی استفاده می‌کند» و «عمدتاً استفاده می‌کند».

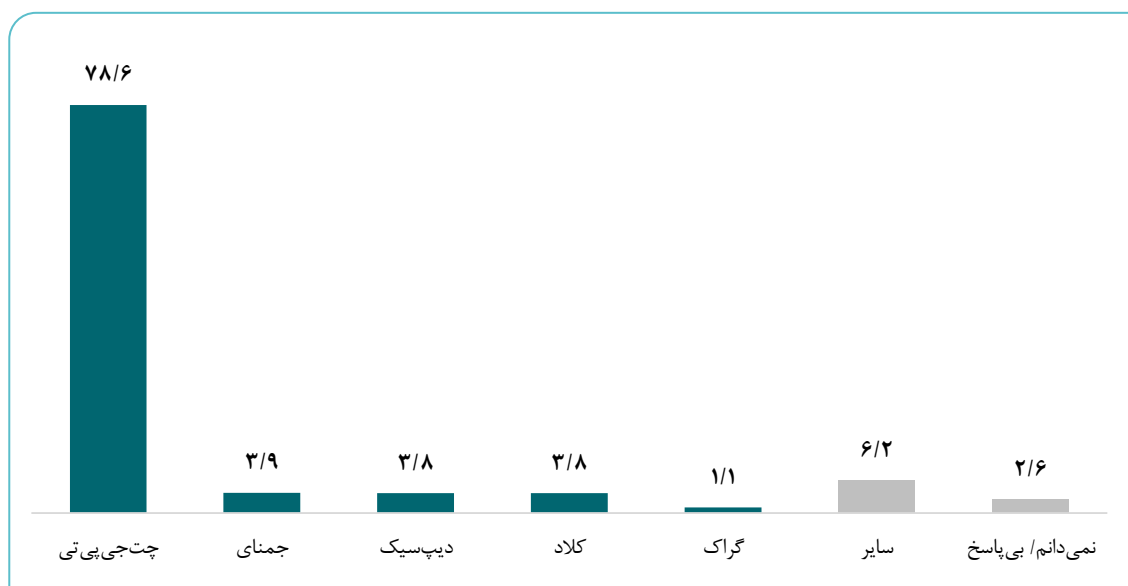


- با افزایش سطح تحصیلات، سطح آشنایی با ابزارهای هوش مصنوعی (به ترتیب ۴۲/۸، ۶۸/۸ و ۸۵ درصد^۱ از افراد با تحصیلات زیردیپلم، دیپلم و دانشگاهی) و همچنین میزان استفاده از آنها بیشتر می‌شود (به ترتیب ۱۷/۶، ۴۰/۵ و ۶۲/۱ درصد^۲ از افراد با تحصیلات زیردیپلم، دیپلم و دانشگاهی).
- روستاییان آشنایی کمتری با این ابزارها دارند (۴۷/۶ درصد) و پیرو آن میزان استفاده شهرنشینان، به ویژه ساکنان مراکز استان‌ها، بیشتر از روستاییان است (به ترتیب ۵۰/۸، ۴۲/۱ و ۲۴/۲ درصد^۳ از ساکنان مراکز استان‌ها، شهرهای تابعه و روستاها).
- در میان گروه‌های شغلی، بیشترین استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی مختص شاغلان بخش خصوصی است (۵۹/۶ درصد^۴).

۲-۴. ابزارهای هوش مصنوعی خارجی پرکاربرد

از پاسخ‌گویانی که تجربه استفاده از هوش مصنوعی را دارند،^۵ سؤال شد: «از کدام یک از ابزارهای هوش مصنوعی خارجی بیشتر استفاده می‌کنید؟» در پاسخ، حدود سه چهارم از کاربران هوش مصنوعی (۷۸/۶ درصد) اعلام کرده‌اند بیشتر از چت‌جی‌پی‌تی^۶ استفاده می‌کنند. میزان انتخاب سایر ابزارهای هوش مصنوعی کمتر بوده که جزئیات آن در شکل ۱۴ ارائه شده است.

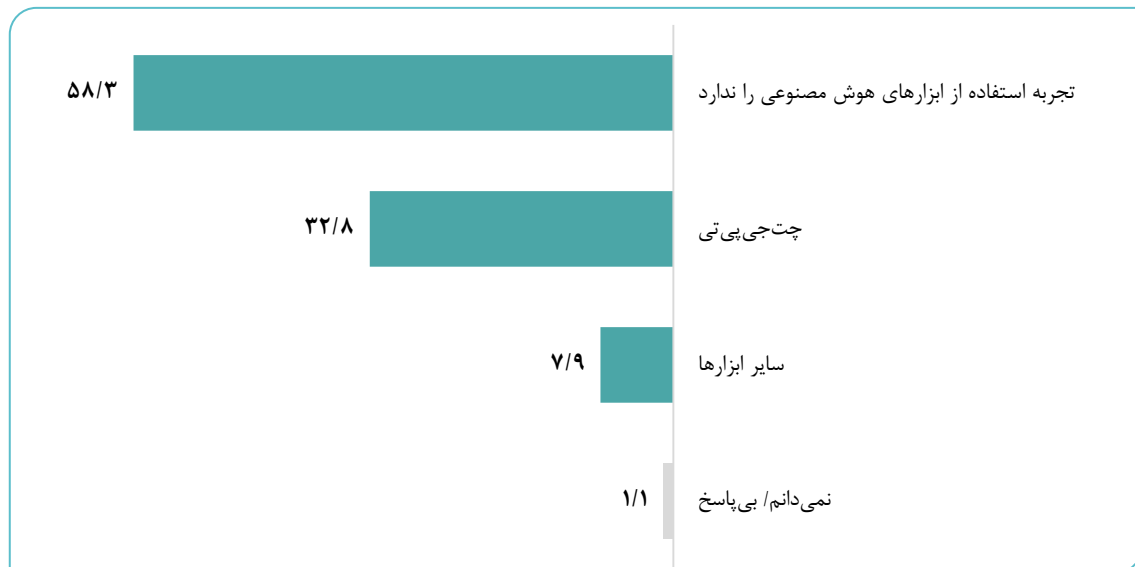
شکل ۱۳. نمودار پرکاربردترین ابزارهای هوش مصنوعی کاربران (درصد)



مطابق با نتایج حاصل شده، ۵۸/۳ درصد از جامعه از هوش مصنوعی استفاده نکرده است. در مقابل، حدود یک سوم از مردم (۳۲/۸ درصد) بیشتر از چت‌جی‌پی‌تی استفاده می‌کنند و ۷/۹ درصد از سایر ابزارهای هوش مصنوعی بهره می‌برند.

۱. تجمیع گزینه‌های «می‌شناسد اما استفاده نمی‌کند»، «گاهی استفاده می‌کند» و «عمدتاً استفاده می‌کند».
 ۲. تجمیع گزینه‌های «گاهی استفاده می‌کند» و «عمدتاً استفاده می‌کند».
 ۳. تجمیع گزینه‌های «گاهی استفاده می‌کند» و «عمدتاً استفاده می‌کند».
 ۴. تجمیع گزینه‌های «گاهی استفاده می‌کند» و «عمدتاً استفاده می‌کند».
 ۵. تعداد کاربران هوش مصنوعی ۴۴۱ نفر است.

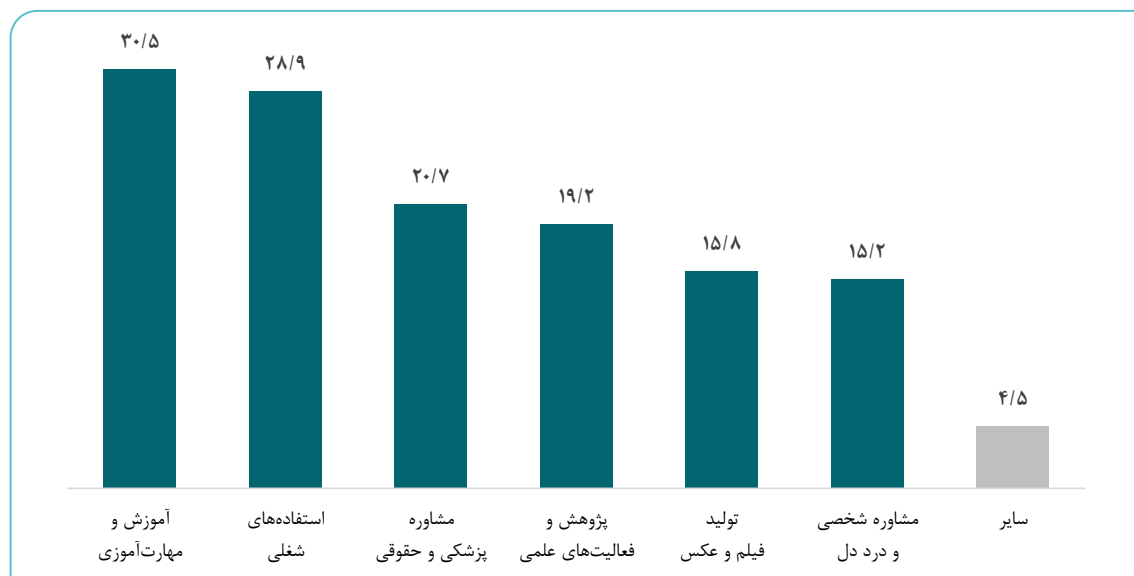
شکل ۱۴. نمودار وضعیت استفاده مردم از ابزارهای هوش مصنوعی (درصد)



۳-۲-۴. کاربردهای هوش مصنوعی

از پاسخ‌گویانی که تجربه استفاده از هوش مصنوعی را دارند،^۱ سؤال شد: «از هوش مصنوعی معمولاً برای چه نوع کارهایی استفاده می‌کنید؟» در پاسخ، آموزش و مهارت‌آموزی با ۳۰/۵ درصد، استفاده‌های شغلی با ۲۸/۹ درصد، مشاوره‌های پزشکی و حقوقی با ۲۰/۷ درصد و پژوهش و فعالیت‌های علمی با ۱۹/۲ درصد، به‌ترتیب، بیشترین موارد استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی بوده‌اند. سایر موارد استفاده در شکل ۱۶ ارائه شده است.

شکل ۱۵. نمودار کاربردهای ابزارهای هوش مصنوعی برای کاربران (درصد)^۲



۱. تعداد کاربران هوش مصنوعی ۴۴۱ نفر است.

۲. در این سؤال، پاسخ‌گویان مجاز به انتخاب حداکثر دو گزینه بوده‌اند. به همین دلیل جمع درصدهای فراوانی از عدد ۱۰۰ بیشتر است.

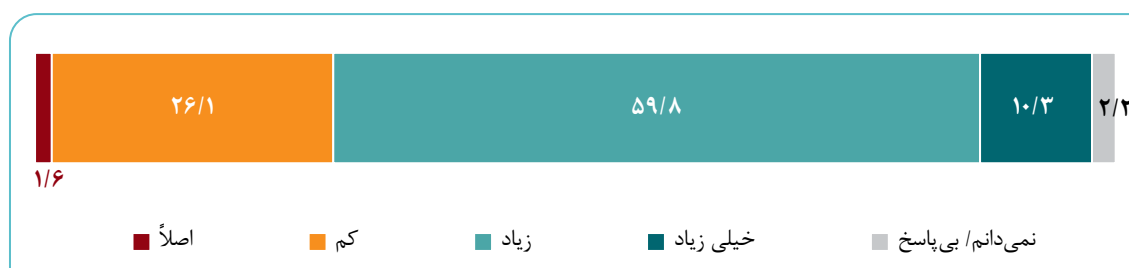
نتایج آماری نشان می‌دهد،^۱ در میان کاربران هوش مصنوعی:

- زنان بیشتر از مردان در زمینه‌های مشاوره پزشکی و حقوقی (۲۱/۷ در مقابل ۸/۹ درصد) و همچنین مشاوره شخصی و درد دل (۱۵/۲ در مقابل ۷/۴ درصد) از ابزارهای هوش مصنوعی استفاده می‌کنند. در مقابل، استفاده از هوش مصنوعی برای فعالیتهای شغلی در میان مردان بیشتر از زنان است (۲۸/۵ در مقابل ۱۶/۷ درصد).
- استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی با هدف مشاوره پزشکی و حقوقی در میان میان‌سالان، در مقایسه با جوانان، بیشتر است (۲۲ در مقابل ۹/۶ درصد).^۲
- استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی برای پژوهش و فعالیتهای علمی (۱۷/۳ در مقابل ۹/۳) و فعالیتهای شغلی (۲۹/۷ در مقابل ۱۳/۵ درصد) در میان افراد دارای تحصیلات دانشگاهی، در مقایسه با افراد دارای تحصیلات دیپلم، بیشتر است.^۳
- افراد با متوسط درآمد ماهیانه ۲۰ تا ۴۵ میلیون تومان، در مقایسه با سایر گروه‌های درآمدی، بیشتر از ابزارهای هوش مصنوعی برای پژوهش و فعالیتهای علمی استفاده می‌کنند. همچنین، افراد با سطح درآمدی بالاتر (۴۵ میلیون تومان یا بیشتر)، استفاده بیشتری از این ابزارها برای فعالیتهای شغلی دارند.
- در میان گروه‌های شغلی قابل مقایسه، افراد با شغل خانه‌داری بیشتر از این فناوری برای مشاوره‌های پزشکی و حقوقی استفاده می‌کنند (۳۱ در مقابل ۸/۲ درصد)، در حالی که شاغلان بخش آزاد از ابزارهای هوش مصنوعی بیشتر برای فعالیتهای شغلی بهره می‌برند (۳۶/۱ در مقابل ۶/۸ درصد).

۴-۲-۴. اعتماد به نتایج هوش مصنوعی

از پاسخ‌گویانی که تجربه استفاده از هوش مصنوعی را دارند،^۴ سؤال شد: «چقدر به پاسخ‌ها و نتایجی که از هوش مصنوعی دریافت می‌کنید، اعتماد دارید؟» در پاسخ، ۷۰/۱ درصد از کاربران اعلام کردند که اعتماد «زیاد» یا «خیلی زیادی» به پاسخ‌ها و نتایج هوش مصنوعی دارند؛ در حالی که ۲۶/۱ درصد اعتماد «کمی» به این پاسخ‌ها و نتایج داشته‌اند و ۱/۶ درصد نیز اعتماد چندانی به پاسخ‌های هوش مصنوعی ندارند.

شکل ۱۶. نمودار اعتماد کاربران به نتایج حاصل از هوش مصنوعی (درصد)



مطابق با نتیجه آزمون خی - دو،^۵ افرادی که اعتماد کمتری به پاسخ‌های هوش مصنوعی دارند یا به آن بی‌اعتمادند، بیشتر از این فناوری برای تولید فیلم و تصاویر استفاده می‌کنند (۱۵/۸ در مقابل ۹/۴ درصد). در مقابل، افرادی که پاسخ‌های هوش مصنوعی را موثق می‌دانند و اعتماد بیشتری به آن دارند، بیشتر از این فناوری در پژوهش‌ها و فعالیتهای علمی بهره می‌گیرند (۱۶/۷ در مقابل ۹/۸ درصد).

1. $P_value < 0.05$

۲. به دلیل عدم کفایت آماری لازم، سالمندان در این مقایسه در نظر گرفته نشده‌اند.

۳. به دلیل عدم کفایت آماری لازم، افراد با تحصیلات زیر دیپلم در این مقایسه در نظر گرفته نشده‌اند.

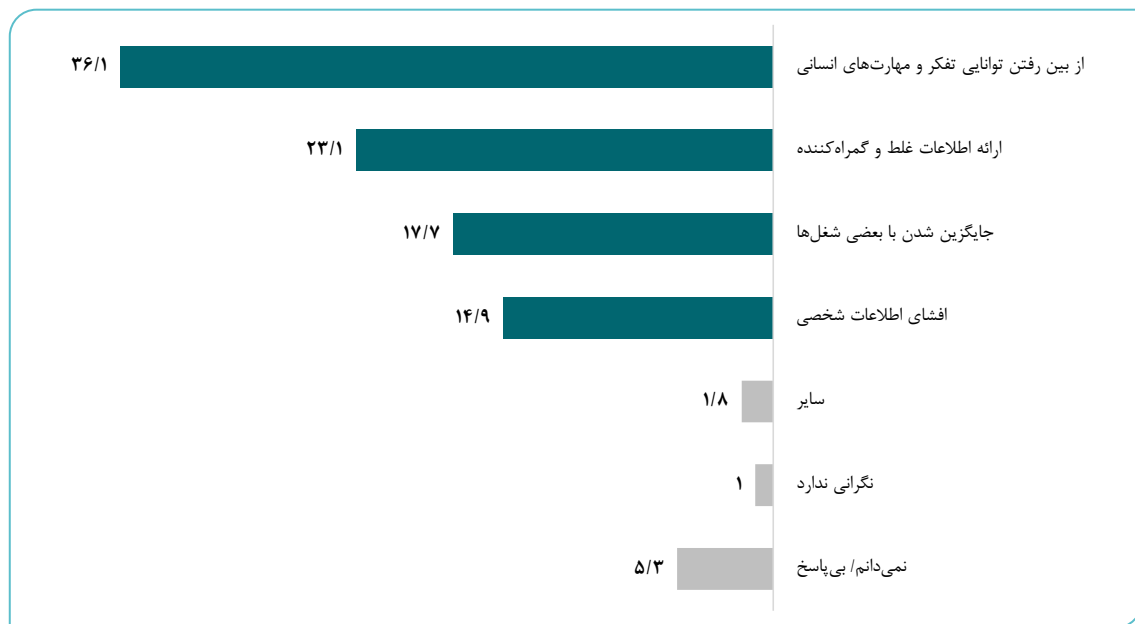
۴. تعداد کاربران هوش مصنوعی ۴۴۱ نفر است.

5. $P_value < 0.05$

۵-۲-۴. مهم‌ترین نگرانی‌ها در استفاده از هوش مصنوعی

از پاسخ‌گویانی که تجربه استفاده از هوش مصنوعی را دارند یا با آن آشنا هستند،^۱ سؤال شد: «کدام موضوع درباره هوش مصنوعی بیشتر شما را نگران می‌کند؟» در پاسخ، «از بین رفتن توانایی تفکر و مهارت‌های انسانی» با ۳۶/۱ درصد، مهم‌ترین نگرانی افراد آشنا با هوش مصنوعی بوده است. پس از آن، «ارائه اطلاعات غلط و گمراه‌کننده» با ۲۳/۱ درصد، «جایگزین شدن با بعضی مشاغل» با ۱۷/۷ درصد و «افشای اطلاعات شخصی» با ۱۴/۹ درصد، در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

شکل ۱۷. نمودار مهم‌ترین نگرانی‌های افراد آشنا با هوش مصنوعی در استفاده از این فناوری (درصد)



مطابق با نتایج آماری:^۲

■ افرادی که اعتماد کمتری به پاسخ‌های هوش مصنوعی دارند یا به آن بی‌اعتمادند، نگرانی بیشتری نسبت به ارائه اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده توسط این فناوری دارند (۳۷/۱ در مقابل ۱۷/۴ درصد). درمقابل، افرادی که پاسخ‌های هوش مصنوعی را موثق می‌دانند و اعتماد بیشتری به آن دارند، نگرانی بیشتری نسبت به احتمال جایگزینی برخی مشاغل با این فناوری ابراز کرده‌اند (۲۴/۷ در مقابل ۱۳/۸ درصد).

■ مردان بیشتر از زنان نگران ارائه اطلاعات غلط و گمراه‌کننده از سوی ابزارهای هوش مصنوعی‌اند (۳۱ در مقابل ۱۹/۵ درصد)؛ درحالی‌که زنان نسبت به افشای اطلاعات شخصی دغدغه بیشتری دارند (۲۰/۱ در مقابل ۱۲/۳ درصد).

■ در میان افراد با تحصیلات دانشگاهی، نگرانی برای افشای اطلاعات شخصی و ارائه اطلاعات غلط و گمراه‌کننده کمتر از سایرین است و درمقابل نگرانی از بین رفتن قدرت تفکر و مهارت‌های انسانی به دغدغه غالب تبدیل شده است.

۱. تعداد پاسخ‌گویان ۷۲۲ نفر است. پاسخ‌گویان این سؤال شامل دو گروه می‌شود: افرادی که تجربه استفاده از هوش مصنوعی را دارند و افرادی که با این فناوری آشنایی دارند.

2. $P_value < 0.05$

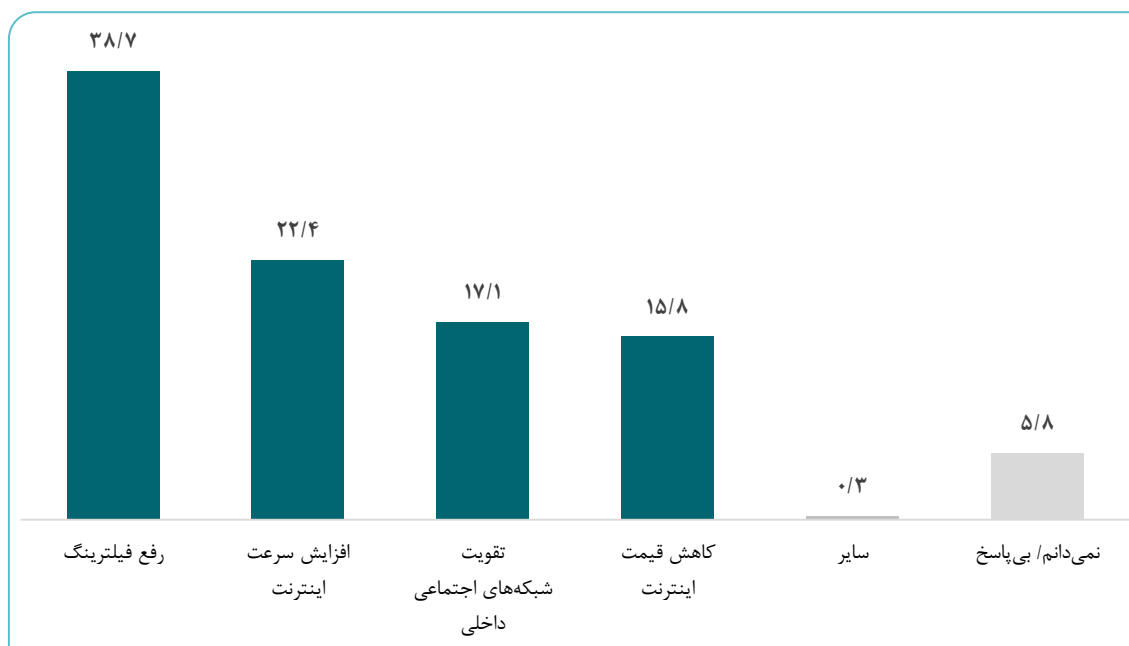
۴-۳. سیاستگذاری و رضایت از عملکرد دولت

این بخش به بررسی دیدگاه مردم درباره اولویت‌های سیاستگذاری در حوزه اینترنت و ارزیابی آنها از عملکرد دولت چهاردهم در این حوزه می‌پردازد. در این راستا، اولویت اصلی مورد نظر پاسخ‌گویان در سیاستگذاری حوزه اینترنت و میزان رضایت آنها از عملکرد دولت آقای پزشکیان در بهبود وضعیت اینترنت طی دو سال گذشته بررسی شده است.

۴-۳-۱. اولویت سیاستگذاری در حوزه اینترنت

از پاسخ‌گویان سؤال شد: «اگر شما مسئول سیاستگذاری در حوزه اینترنت باشید، اولویت اصلی شما کدام یک از این موارد خواهد بود؟» در پاسخ، ۳۸/۷ درصد از پاسخ‌گویان اعلام کردند که «رفع فیلترینگ» را در اولویت نخست خود در حوزه سیاستگذاری اینترنت قرار می‌دهند. پس از آن، «افزایش سرعت اینترنت» با ۲۲/۴ درصد، «تقویت شبکه‌های اجتماعی داخلی» با ۱۷/۱ درصد و «کاهش قیمت اینترنت» با ۱۵/۸ درصد، در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

شکل ۱۸. نمودار اولویت مردم برای سیاستگذاری در حوزه اینترنت (درصد)



مطابق با نتایج آماری^۱:

■ افرادی که برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی خارجی از فیلترشکن استفاده می‌کنند، نسبت به سایرین، بیشتر رفع فیلترینگ را به‌عنوان اولویت اصلی در سیاستگذاری حوزه اینترنت مطرح کرده‌اند. در مقابل، در میان افرادی که برای این منظور از فیلترشکن استفاده نمی‌کنند، تقویت شبکه‌های اجتماعی داخلی و کاهش قیمت اینترنت از اولویت‌های اصلی به‌شمار می‌رود. براین‌اساس، به‌نظر می‌رسد رفع فیلترینگ بیشتر ناظر بر فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی خارجی است.

1. P_value < 0.05

جدول ۵. اولویت مردم برای سیاستگذاری در حوزه اینترنت به تفکیک استفاده آنها از فیلترشکن برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی خارجی (درصد)

استفاده از فیلترشکن		اولویت سیاستگذاری در حوزه اینترنت
بله	خیر	
۵۰/۱	۲۵/۱	
۲۳/۶	۲۳/۲	
۱۲/۲	۲۹/۵	
۱۴/۲	۲۲/۲	
۱۰۰	۱۰۰	مجموع
رفع فیلترینگ		
افزایش سرعت اینترنت		
تقویت شبکه‌های اجتماعی داخلی		
کاهش قیمت اینترنت		

■ افراد دارای وابستگی درآمدی بالا به اینترنت (شخصی یا سرپرست خانوار)، بیشتر خواهان سیاستگذاری در راستای لغو فیلترینگ هستند (۵۷/۱ درصد). درمقابل، افرادی با وابستگی درآمدی کم یا فاقد وابستگی به اینترنت، تمایل بیشتری به توسعه و تقویت پلتفرم‌های داخلی و کاهش تعرفه اینترنت نشان داده‌اند.

■ در زمینه سیاستگذاری اینترنت، اولویت زنان کمی بیشتر از مردان معطوف به کاهش قیمت اینترنت است (۱۹/۵ در مقابل ۱۴ درصد).

■ با افزایش سن، سهم افرادی که رفع فیلترینگ را مهم‌ترین اولویت در سیاستگذاری حوزه اینترنت می‌دانند، کاهش می‌یابد (به ترتیب ۴۵/۳، ۳۹/۵ و ۳۳/۶ درصد از جوانان، میان سالان و سالمندان). سالمندان، در مقایسه با سایر گروه‌های سنی، بیشتر بر کاهش قیمت اینترنت تأکید دارند (۲۴/۴ درصد از سالمندان در مقابل ۱۵/۸ و ۱۵/۶ درصد از میان سالان و جوانان).

■ افراد دارای تحصیلات دیپلم یا بالاتر، مطلوبیت بیشتری برای سیاستگذاری در جهت لغو فیلترینگ قائل‌اند (به ترتیب ۴۴، ۳۲/۶ و ۳۲/۶ درصد از دارندگان تحصیلات دانشگاهی، دیپلم و زیر دیپلم). گروه مقابل، یعنی افراد با سطح تحصیلی زیر دیپلم، تقویت شبکه‌های اجتماعی داخلی را بیشتر از دیگران انتخاب کرده‌اند (۲۵/۶ درصد).

■ پس از رفع فیلترینگ، افزایش سرعت اینترنت، مهم‌ترین اولویت در میان شاغلان بخش خصوصی و بخش آزاد و بازنشستگان است؛ در حالی که زنان خانه‌دار، پس از رفع فیلترینگ (۳۳/۷ درصد)، بیشتر بر تقویت شبکه‌های اجتماعی داخلی (۲۵/۴ درصد) و سپس کاهش قیمت اینترنت (۲۱/۱ درصد) تأکید دارند.



۲-۳-۴. عملکرد دولت چهاردهم در بهبود وضعیت کلی اینترنت

از پاسخ‌گویان سؤال شد: «تا چه حد از عملکرد دولت آقای پزشک‌یان در بهبود وضعیت اینترنت در دو سال گذشته رضایت دارید؟» در پاسخ، ۲۱/۶ درصد از پاسخ‌گویان اعلام کردند که از عملکرد این دولت در بهبود وضعیت اینترنت طی دو سال اخیر، رضایت «زیاد» یا «خیلی زیاد» دارند؛ درحالی‌که ۴۱/۵ درصد میزان رضایت خود را «کم» ارزیابی کردند و ۳۰/۲ درصد نیز اعلام کردند که از عملکرد دولت مسعود پزشک‌یان در این زمینه «اصلاً» رضایت ندارند.

شکل ۱۹. نمودار رضایت مردم از عملکرد دولت چهاردهم در زمینه بهبود وضعیت کلی اینترنت (درصد)



نتایج آماری نشان می‌دهد،^۱

■ با افزایش سطح تحصیلات، سهم افرادی که از عملکرد دولت چهاردهم در جهت بهبود وضعیت اینترنت در دو سال گذشته اصلاً رضایت ندارند، بیشتر می‌شود. به ترتیب ۲۶/۴، ۳۱/۸ و ۳۷/۶ درصد از افراد با تحصیلات زیردیپلم، دیپلم و دانشگاهی چنین اذعان کرده‌اند.

■ در زمینه عملکرد دولت چهاردهم در بهبود وضعیت اینترنت، نارضایتی شاغلان بخش خصوصی و آزاد بیشتر از سایر گروه‌های شغلی است.

1. P_value < 0.05

۵. پیوست: سؤالات پرسش‌نامه



به‌منظور سهولت دسترسی به کلیتی از سؤالات پرسش‌نامه، فهرستی از آنها در این قسمت آورده شده است. درباره این سؤالات، توجه به این نکات ضروری است:

- سؤالات به همان ترتیبی که در متن گزارش آمده، فهرست شده‌اند و الزاماً با ترتیب سؤالات در پرسش‌نامه اصلی، یکسان نیستند.
- فقط سؤالات خام فهرست شده‌اند؛ یعنی گزینه‌ها و اطلاعات اضافی که در حین مصاحبه برای پاسخ‌گو خوانده شده‌اند، در این قسمت آورده نشده است.
- همه سؤالات از همه پاسخ‌گویان پرسیده نشده است (برخی سؤالات پرسش داشته‌اند).

دیدگاه درباره وضعیت اینترنت در کشور

- شما در یک شبانه‌روز، حدوداً چند ساعت از اینترنت استفاده می‌کنید؟
- از اینترنت برای چه هدفی استفاده می‌کنید؟
- سرعت اینترنت خود را چگونه ارزیابی می‌کنید؟
- به‌طور کلی، تا چه حد از قیمت بسته‌های اینترنتی موبایل رضایت دارید؟
- در حال حاضر متوسط قیمت هر گیگ اینترنت موبایل ۱۰ هزار تومان است. اگر دولت مجبور باشد قیمت را افزایش دهد، به‌نظر شما قیمت هر گیگ اینترنت حداکثر چقدر باشد؟
- اگر مجبور باشید یکی از این دو وضعیت را انتخاب کنید، کدام‌یک را ترجیح می‌دهید؟
- به‌نظر شما، برای حفظ اطلاعات شخصی کاربران، کدام‌یک قابل اعتمادتر است؟
- آیا در حال حاضر برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی خارجی از فیلترشکن استفاده می‌کنید؟
- درآمد خودتان یا سرپرست خانواده‌تان تا چه حد به اینترنت وابسته است؟
- در قطعی اخیر اینترنت بین‌الملل، وضعیت شغلی شما یا سرپرست خانواده‌تان چه تغییری کرد؟

ابزارهای هوش مصنوعی

- شما چقدر از ابزارهای هوش مصنوعی استفاده می‌کنید؟
- از کدام‌یک از ابزارهای هوش مصنوعی خارجی بیشتر استفاده می‌کنید؟
- از هوش مصنوعی معمولاً برای چه نوع کارهایی استفاده می‌کنید؟
- چقدر به پاسخ‌ها و نتایجی که از هوش مصنوعی دریافت می‌کنید، اعتماد دارید؟
- کدام موضوع درباره هوش مصنوعی بیشتر شما را نگران می‌کند؟

سیاست‌گذاری و رضایت از عملکرد دولت

- اگر شما مسئول سیاست‌گذاری در حوزه اینترنت باشید، اولویت اصلی شما کدام‌یک از این موارد خواهد بود؟
- تا چه حد از عملکرد دولت آقای پزشکیان در بهبود وضعیت اینترنت در دو سال گذشته رضایت دارید؟



عنوان: گزیده‌ای از یافته‌های پیمایش سنجش دیدگاه مردم ایران درباره وضعیت اینترنت و فناوری‌های نوین دیجیتال

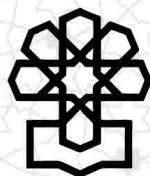
DOI: <https://doi.org/10.22034/mrc.report.21921>

Permanent Link: https://report.mrc.ir/article_11995.html

Publisher: Islamic Parliament Research Center of Iran

گزیده سیاستی

طبق نتایج پیمایش، ۵۸/۸ درصد از کاربران اینترنت، وضعیت سرعت اینترنت در ایران را نامطلوب و ۳۹ درصد آن را مطلوب ارزیابی کرده‌اند.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان یاس‌داران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc@majles.ir