

بسمه تعالی

کارکردهای شبکه های اجتماعی از نگاه دانشجویان یک دانشگاه تک جنسیتی ویژه خواهران

مهرداد پویا^۱

عضو هیات علمی؛ گروه ترویج و آموزش کشاورزی؛ دانشگاه نهاوند؛ m.pouya@nahgu.ac.ir

چکیده

انسان شبکه ساز در عصری زندگی می کند که شبکه های اجتماعی برخط زندگی بشر را دگرگون کرده اند. کارکردهای شبکه های اجتماعی مجازی در میان دانشجویان کمتر مورد توجه قرار گرفته است. هدف پژوهش حاضر عبارت بود از شناسایی شبکه های اجتماعی عمده مورد استفاده دانشجویان، به همراه کارکردهای اساسی آنها در یک دانشگاه تک جنسیتی ویژه خواهران یعنی دانشگاه نهاوند. از میان دانشجویان دانشگاه (N=600) تنها دانشجویانی که در سال سوم در حال تحصیل بودند به عنوان جامعه هدف مورد مطالعه قرار گرفتند (n=100). در این پیمایش کاربردی از روش تمام شماری مبتنی بر پرسشنامه خودساخته استفاده شد؛ که روایی محتوایی آن به تایید اعضای هیات علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه رسید و پایایی آن با محاسبه آلفا کرونباخ ۰/۹۰ بدست آمد. داده های جمع آوری شده از طریق SPSS20 تجزیه تحلیل شد و مشخص شد که بیشتر از همه تلگرام به عنوان شبکه اجتماعی مجازی مورد توجه اکثریت دانشجویان قرار گرفته بود؛ که البته بیشتر دارای کارکردهای تفریح و سرگرمی شامل موسیقی بود. در حالی که آگاهی یافتن از اخبار دانشگاه در اولویت آخر قرار گرفت. بر این اساس پیشنهاد می گردد که کانالهای رسمی اطلاع رسانی از طریق شبکه های اجتماعی مجازی برای آگاهی رسانی و در ادامه آموزش دانش جویان مورد توجه مسئولان دانشگاه قرار گیرد.

کلمات کلیدی: شبکه های اجتماعی؛ دانشگاه تک جنسیتی؛ خواهران دانشجو؛ آموزش آزاد؛ کارکردهای شبکه؛ ترویج کشاورزی.

^۱ عضو هیات علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه نهاوند، نهاوند: کیلومتر ۳ جاده نهاوند- بروجرد، دانشگاه نهاوند
m.pouya@nahgu.ac.ir ؛ تلفن ۰۸۱۳۳۴۹۳۰۰۳

Functions of Online Social Networking as Perceived by Students from the Women University of Nahavand

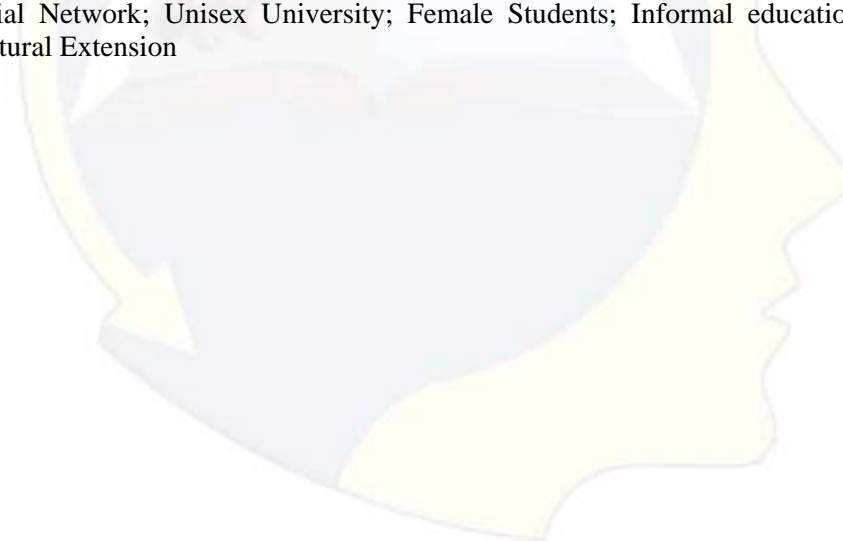
Mehrdad Pouya

Lecturer; Agricultural Extension Education Department; Nahavand University.

Abstract

Networked individual lives in an era transformed by online social networking. Despite abundance of evidence about online networking, few researches exist to have focused on the experience of the university students regarding social networking via the online media. The main purpose of the study was to investigate major online social networks favored, as well as their innovative functions perceived by senior students in a female-only university environment, Nahavand, Iran. The senior students, reaching to 100 in number, comprised the sample population of the study. In this applied survey research, a self-made questionnaire was administered. The validity and reliability of the instrument was secured through receiving the confirmations from the academic staff of the extension education department of the university and then a pilot study aimed at calculation of the Cronbach's alpha which proved to be 0.90. Data were analysed using the SPSS20. Results showed that the Telegram was named as the most favored online social networking medium. It was mostly functioned for recreational purposed such as music download. As informal and educational functions of social networking media came at the end of the list, it can be recommended to launch official online social networking media by the university authorities to provide for the communicational and information seeking needs of the students.

Key Words: Social Network; Unisex University; Female Students; Informal education; Network Functions; Agricultural Extension



۱. مقدمه

نخستین بار مفهومی با عنوان شبکه های اجتماعی اینترنتی با قالبی امروزی در سال ۱۹۶۰ در دانشگاه ایلی نویز آدر ایالت متحده آمریکا مطرح شد. پس از آن در ۱۹۹۷ نخستین سایت شبکه اجتماعی اینترنتی به آدرس [Six Degrees.com](http://SixDegrees.com) راه اندازی شد. این سایت به کاربران اجازه ایجاد پروفایل داد تا آن ها بتوانند لیستی از دوستانشان ایجاد کنند. البته این سایت در آن زمان موفق نشد و بعد از سه سال متوقف شد. بعد از آن، انفجار تجارت در وب سایت های اجتماعی در سال ۲۰۰۲ باعث به وجود آمدن شبکه های اجتماعی فرنداستر، اورکات و لینکداین و باعث شکوفایی رشد فارچ گونه این پایگاه های اطلاع رسانی در فضای مجازی شد. سال ۲۰۰۶، سال گسترش روز افزون کاربران و بازدید کننده گان وب گاه های شبکه های اجتماعی بود (Collin, Richardson, and Third, 2011).

یکی از مهمترین تحولاتی که زندگی بشر را متحول کرده است توسعه فناوریهای اطلاعات و ارتباطات می باشد که به نظر می رسد قدرت نفوذ و اثر بخشی آنها حتی بیشتر از انقلاب صنعتی بوده است (امیرپور و بهرامیان، ۱۳۹۲). ما در عصر شبکه زندگی می کنیم؛ عصری که در آن شبکه های اجتماعی برخط، شیوه های ارتباطی اجتماعات انسانی را دستخوش تحولات شگرفی ساخته است (خانیکی و بابایی، ۱۳۹۰). نظریه پردازان شبکه اجتماعی معتقدند از طریق شبکه ها تمامی انسانهای روی کره زمین به هم متصلند و بین هر دو انسان فرضی تنها ۶ رابط وجود دارد این درحالی است که دنیای دیجیتال امروزه توانسته است این فاصله را به ۴ گره کاهش دهد. شبکه های اجتماعی خدمات مبتنی بر وب هستند که به افراد اجازه می دهند تا یک پروفایل خصوصی یا نیمه خصوصی برای خود بسازند، لیستی از کاربران را برای اشتراک گذاری محتواهای تولید شده ایجاد کنند و ارتباطات و تعاملات دیگر کاربران در سیستم را بازدید و مرور کنند (Boyd and Ellison, 2007). شبکه های اجتماعی محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می پردازند. در واقع شبکه های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده اند. به طور کلی از طریق اطلاعاتی که بر روی پروفایل افراد قرار می گیرد مانند عکس کاربر، اطلاعات شخصی و علایق، برقراری ارتباط تسهیل می گردد. کاربران می توانند پروفایل های دیگران را ببینند و از طریق برنامه های کاربردی مختلف مانند ایمیل و چت با یکدیگر ارتباط برقرار کنند (رحمان زاده، ۱۳۸۹).

شبکه اجتماعی واژه ای است که برای نامیدن گروهی از افراد که میان خود رابطه دارند و دارای حلقه های ارتباطی هستند بکار می رود؛ اما در سالهای اخیر عمدتاً برای نامیدن پایگاههای اینترنتی بکار رفته است که افراد با عضویت در آن می توانند به امکاناتی نظیر اطلاعات سایر اعضا، آشنایی با علاقمندی های آنها، اشتراک گذاری متن، صوت و تصویر و نیز تشکیل گروههایی براساس علائق مشترک دسترسی پیدا کنند (دوران، ۱۳۸۱). در حالیکه رسانه اجتماعی یک پایگاه و فناوری ارتباطاتی است که به هر کاربر امکان می دهد بصورت برخط به تبادل نظر و محتوا با دیگران بپردازد (اسکات، ۱۳۹۶). آن چه که شبکه های اجتماعی را منحصر به فرد کرده است، «روابط افراد با دیگران» نیست، بلکه توانایی بخشیدن به کاربران در اداره هویت شخصی و تعاملاتشان در این شبکه ها است که آن ها را متمایز ساخته است (Boyd and Ellison, 2007).

شبکه های اجتماعی دارای کارکردهای مختلفی هستند که برخی از آنها در ادامه خلاصه شده اند (رحمان زاده، ۱۳۸۹؛ خانیکی و بابایی، ۱۳۹۰؛ Collin, Richardson, and Third, 2011): یکی از رویکردهای اصلی شبکه های اجتماعی، به اشتراک گذاشتن علاقه مندی های کاربران شبکه با یکدیگر است. این موضوع، در شبکه های اجتماعی، از چنان اهمیتی برخوردار است که می توان گفت بدون آن، شبکه اجتماعی معنا نخواهد داشت. در شبکه های اجتماعی، همواره اعضای شبکه به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به شرکت در فعالیت های واقعی در زندگی اجتماعی تحریک و تشویق می شوند. تأثیرگذاری قابل توجه شبکه های اجتماعی بر میزان و کیفیت مشارکت های اجتماعی

² -Illinois

³ -Profile



در جوامع مختلف به حدی بوده است که اخیراً تعداد قابل توجهی از شبکه های اجتماعی، دقیقاً با هدف توسعه مشارکت اجتماعی مردم در زمینه های خاص ایجاد شده اند. برخلاف سایر رسانه ها که مخاطبان، چندان تعاملی در تولید محتوا و انتخاب محتوای دلخواه خود ندارند، در وب سایت های شبکه های اجتماعی، کاربران می توانند تولید کننده، تأثیرگذار و دارای انتخاب با تنوع بیشتری باشند. با توجه به این مطلب، پایگاه های شبکه های اجتماعی بیش از هر رسانه دیگری می توانند با پیشرفت فناوری و توسعه جوامع به برتری های سایر رسانه ها همچون تلویزیون خاتمه دهد. همان گونه که فلسفه وجودی شبکه های اجتماعی واقعی، تشکیل و پیوند گروه های اجتماعی بر محور مشترکات اعتقادی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی است، بسیاری از شبکه های اجتماعی در اینترنت نیز با انگیزه سازماندهی کردن گروه های اجتماعی مجازی با تکیه بر اشتراکات مختلف شکل می گیرند. بی شک، شبکه های اجتماعی اینترنتی نقش بسیار مؤثری در توسعه آموزش های تخصصی و عمومی دارند. گرچه به علت عدم امکان نظارت علمی، بسیاری از محتوای اینترنتی هنوز به مرحله قابل قبولی از اعتبار علمی نرسیده اند (بایبی، ۱۳۹۰)، اما در عین حال شبکه های اجتماعی یکی از عرصه های اینترنتی هستند که کاربران بی شمار آن ها به صورت خودجوش اقدام به آموزش و انتقال دانسته های تخصصی و عمومی خویش به دیگران می کنند.

بعضی از مهمترین رسانه های اجتماعی که البته به عنوان شبکه های اجتماعی مجازی نیز شناخته شده اند در اینجا معرفی می شوند (پوری، ۱۳۹۰): فیس بوک (Facebook): یک شبکه ی اجتماعی مجازی است که توسط جوانی به نام مارک زاکربرگ در چهارم فوریه ی سال ۲۰۰۴ تأسیس شد در حال حاضر فیس بوک بیش از یک میلیارد نفر کاربر دارد و هم اکنون به ۴۰ زبان زنده ی دنیا قابل دسترس بوده و هفتاد درصد از کاربران آن خارج از آمریکا هستند. در حقیقت کاربران در فیس بوک می توانند با دوستانی که دارای حساب کاربری هستند، عکس، فیلم یا پیغام به اشتراک بگذارند. **توییتر (Twitter)**: یک شبکه اجتماعی و سرویس ارائه دهنده میکرو بلاگ است که به کاربران خود اجازه می دهد تا ۱۴۰ حرف، پیام متنی که توییت نامیده می شود، ارسال نمایند. این شبکه اجتماعی در مارس ۲۰۰۶ توسط جک دورسی ایجاد شده و در ژانویه ۲۰۰۶ آغاز به کار کرد. در حال حاضر بر مبنای آمار دریافتی بیش از ۶۰۰ میلیون نفر کاربر شبکه اجتماعی توییتر بوده و بالغ بر ۴۰۰ میلیون توییت در روز ارسال می کنند و بیش از ۱۶ میلیون جست و جو در آن انجام می پذیرد. توییتر تا پایان اوت سال ۲۰۱۱ به ۱۱ زبان زنده دنیا ترجمه شده بود لیکن به منظور افزایش زبان های این شبکه اجتماعی در حال حاضر تیمی متشکل از ۲۰۰ هزار نفر در حال ترجمه آن به سایر زبان های پرتعداد می باشند. **اینستاگرام**: اینستاگرام شبکه اجتماعی اشتراک گذاری عکس و ویدئو است که این امکان را به کاربران خود می دهد که عکس ها و ویدئوهای خود را در دیگر شبکه های اجتماعی نظیر فیس بوک، توییتر و... به اشتراک بگذارند. اینستاگرام در اکتبر سال ۲۰۱۰ میلادی به وسیله کوین سیستروم و مایک کریگر خلق و راه اندازی شد. در حال حاضر تا دسامبر ۲۰۱۴ بیش از ۳۰۰ میلیون نفر در این شبکه اجتماعی فعالیت دارند. **یوتیوب (You Tube)**: دومین وب گاه پرتعداد دنیا پس از گوگل و پیش از فیس بوک است. یوتیوب معروف ترین وب گاه بارگذاری و تماشای ویدئو است که در فوریه سال ۲۰۰۵ ایجاد شد. این سایت به کاربران اجازه بارگذاری، مشاهده و اشتراک گذاری انواع ویدئوها مانند کلیپ های فیلم، کلیپ های تلویزیون، کلیپ های موسیقی هم چنین ویدئوهای وبلاگ ها، ویدئوهای اورجینال کوتاه و ویدئوهای آموزشی را می دهد. نسخه تلفن همراه این وب گاه به صورت یک نرم افزار بر روی پلت فرم اندروید نیز در دسترس است. **وی چت (Wechat)**: یک سرویس پیام رسانی برای تلفن همراه است که به دست تنسنت^۷ در چین ساخته شده است. اولین انتشار آن در ژانویه ۲۰۱۱ بوده است. نکته اساسی در مورد این نرم افزار، این است که از هیچ سیستم رمزگذاری برای اطلاعات کاربران استفاده نمی کند و گزارش های مختلفی نیز وجود دارد که باعث نگرانی کاربران نسبت به شنود آن ها می شود. حدود ۳۰۰ میلیون نفر در جهان از این برنامه به صورت رایگان استفاده می کنند. از ویژگی های آن می توان به گپ دو نفره یا گروهی با شکلک های متنوع، گپ صوتی، فرستادن تصاویر و ویدئو، تماس تصویری و... اشاره کرد. **تلگرام (Telegram)**: یک سرویس پیام رسان

4- Mark Zuckerberg

5- Kevin Systrom

6- Mike Craig

7- Tenset



است که در سال ۲۰۱۳ میلادی توسط دو برادر به نام های پاول و نیکلای دروف منتشر شد. کاربران این نرم افزار امکان تبادل پیام، عکس، ویدئو و فایل تا حجم ۱.۵ گیگابایت را دارد. در اکتبر ۲۰۱۳ برنامه تلگرام به طور روزانه ۱۰۰ هزار کاربر فعال داشت و در ۲۴ مارچ ۲۰۱۴ تلگرام اعلام کرد که تعداد کاربرانش به ۱۵ میلیون نفر در روز رسیده است. بیش از ۸۰ درصد کاربران تلگرام ایرانی هستند. لاین (Line) یک نرم افزار کاربردی است که به کاربران خود این امکان را می دهد تا با یکدیگر به تبادل پیام های متنی، عکس، ویدئو و موسیقی بپردازند. لاین همچنین امکان برقراری تماس صوتی و تصویری را برای کاربران خود فراهم کرده است. لاین در سال ۲۰۱۱ در ژاپن راه اندازی شد و در ظرف دو سال به بزرگترین شبکه اجتماعی ژاپنی بدل شد. به طوری که در نوامبر ۲۰۱۳ تعداد کاربران آن در سطح جهانی به مرز ۳۰۰ میلیون نفر رسید که از این تعداد ۵۰ میلیون آن را ژاپنی ها تشکیل می دادند. وایبر (Viber): یک نرم افزار است که کاربران آن می توانند به تبادل تصاویر، ویدئو و پیام های رسانه ای بپردازند. وایبر توسط ۴ همکار اسرائیلی به نام های (تلمن مارکو، ایگور مگزنیک، سانی مارولی و اوفراسمچا) تأسیس شد. وایبر در حال حاضر در ۳۰ زبان در دسترس قرار دارد. وایبر مدیا شرکتی در لاس وگاس^۸ می باشد که در قبرس به ثبت رسیده است و مراکز توسعه آن در بلاروس و اسرائیل قرار دارند. واتس آپ (WhatsApp): یک برنامه پیام رسانی فوری برای تلفن های هوشمند است. این برنامه توسط شرکت سهامی واتس آپ ساخته شده است. مؤسس شرکت و سازنده این برنامه یان کوم^۹ است. کاربران این برنامه می توانند از طریق پیام متنی، عکس، فیلم و صوتی و تصویری با یکدیگر در ارتباط باشند. در اوایل فوریه ۲۰۱۶ واتس آپ اعلام کرد که تعداد کاربرانش از مرز ۱ میلیارد نفر گذشت.

آموزش عالی دولتی در نیاوند از سال ۱۳۸۱ با راه اندازی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی شروع شد که بصورت اقماری دانشگاه بوعلی سینا اداره می شد. از همان ابتدا تصمیم گرفته شد که مرکز آموزش عالی نیاوند بصورت تکی جنسیتی ویژه خواهران به پذیرش دانشجو اقدام کند. سپس این دانشکده در سال ۱۳۸۹ به مجتمع آموزش عالی نیاوند و در نهایت در سال ۱۳۹۲ به دانشگاه نیاوند ارتقا یافت و مقرر شد که به عنوان بزرگترین دانشگاه تک جنسیتی ویژه خواهران در غرب کشور معرفی شود. این دانشگاه هم اکنون دارای ۱۵ عضو هیات علمی بوده و در پنج گروه آموزشی و با حدود ۶۰۰ دانشجو در حال فعالیت است. خواهران دانشجو در این دانشگاه در مقطع کارشناسی و در رشته های علوم ورزشی و تربیت بدنی، ترویج و آموزش کشاورزی پایدار، صنایع، علوم باغبانی، و شیمی کاربردی مشغول به تحصیل هستند.

دوران (۱۳۸۱) به نقل از گریفیلد^{۱۰} می نویسد: عمده ترین مواد مصرف اینترنت عبارتند از: اتاق های چت، هزینه نگاری، خرید آنلاین و نامه الکترونیکی. همچنین حدود یک سوم از مشارکت کنندگان در این مطالعه اظهار داشته اند که آنها از اینترنت به عنوان یک روش فرار از وضع همیشگی و یا تغییر خلق و خویشان استفاده می کنند.

مفهوم شبکه های اجتماعی در ایران به طور گسترده تقریباً در سال ۱۳۸۳ با حضور شبکه اجتماعی اورکات در میان کاربران ایرانی رواج پیدا کرد و در مدت کوتاهی به قدری سریع رشد کرد که پس از برزیل و آمریکا، ایران سومین کشور حاضر در اورکات شد و سرعت باورنکردنی افزایش کاربران این شبکه در ایران، تقریباً موضوع بسیاری از نشریات و رسانه های خبری کشور گردید (پوری، ۱۳۹۰). اصغرکبا و نوری مرادآبادی (۱۳۹۱)، پژوهشی تحت عنوان بررسی انگیزه و تمایلات کاربران اینترنتی برای عضویت در فیس بوک و تأثیر آن بر سرمایه اجتماعی انجام داده است. نتایج پژوهش نشان داد که بین میزان سرمایه اجتماعی کاربران شبکه های اجتماعی با میزان استفاده از آن همبستگی معنادار وجود دارد و این همبستگی در حد بالایی است. تحقیقی دیگر، که به بررسی انگیزه های اعضای شبکه های اجتماعی پرداخته؛ نشان داد که افراد به واسطه های نیازها و انگیزه های مختلفی که دارند از کارکردهای مختلف شبکه های اجتماعی برای برطرف کردن نیازهایشان استفاده می کنند (مرادی و همکاران، ۱۳۹۳). خانیکی، اتابک و عزیززی (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان «تحلیل وضعیت شبکه های اجتماعی مجازی در ایران» انجام داده اند. در این پژوهش آمده است با رشد و گسترش روز افزون و پر سرعت رسانه های اجتماعی، وجه مشترک

⁸ -Las Vegas

⁹ -Yan Koom

¹⁰ -Griffield

گونه های این رسانه ها مخاطب محور بودن آنها و تولید محتوا از سوی افراد استفاده کننده است، به این صورت که در رسانه های اجتماعی، هر فرد محتوایی را که خود انتخاب کرده است، با دیگر افراد به اشتراک می گذارد. با توجه به دامنه تاثیرات مستقیم و غیرمستقیم شبکه های اجتماعی مجازی بر زندگی امروزه و اهمیت تاثیرات آن برقشر جوان به ویژه دانشجویان، برای نویسنده لازم شد که میزان کاربری برخی از شبکه های اجتماعی شناخته شده و برخی عوامل احتمالی موثر بر آن را در بین دانشجویان یک دانشگاه تک جنسیتی ویژه خواهران یعنی دانشگاه نهاوند مورد مذاقه قرار دهد. در کنار مطالعات متنوعی که در خصوص تاثیرات استفاده از شبکه های اجتماعی در زمینه های مختلف انجام شده، اما تاثیرات شبکه های اجتماعی مجازی در شرایط مکانی و زمانی یک دانشگاه تک جنسیتی خواهران یعنی دانشگاه نهاوند که در شهری کوچک و در فضایی کوچک در حال اجراست، تاکنون مورد مطالعه قرار نگرفته است. این مقاله سعی دارد به پرسشهای زیر پاسخ دهد که دانشجویان دانشگاه نهاوند از کدام رسانه ها یا شبکه های اجتماعی بیشتر استفاده می کنند؟ چه عواملی بر این انتخاب ایشان موثر هستند؟ آیا عوامل شخصیتی یا جمعیت شناسی در انتخاب شبکه اجتماعی مجازی تاثیر دارند؟ آیا نظریات ایشان درخصوص کاربرد و یا ارزیابی شبکه اجتماعی با توجه به ویژگیهایشان تغییر می کند؟

۲. مواد و روشها

این گزارش حاصل انجام یک پژوهش پیمایشی مبتنی بر سرشماری و با شرکت کلیه دانشجویان ورودی رشته های کارشناسی دانشگاه نهاوند انجام شده است. از ابزار پرسشنامه استفاده شده است که پس از طراحی اولیه توسط اساتید دانشگاه نهاوند از نظر روایی محتوایی مورد تایید قرار گرفته است. پس از جمع آوری و استخراج داده ها، با استفاده از نرم افزار SPSS 20 نسبت به تجزیه و تحلیل داده ها اقدام شد. دانشجویان ورودی ۱۳۹۲ کلیه رشته های دایر دانشگاه به عنوان شرکت کنندگان این پژوهش انتخاب شدند که در زمان تحقیق در سال سوم در دانشگاه مشغول به تحصیل بوده اند (۱۱۵ نفر)؛ و از این میان ۱۰۰ پرسشنامه قابل استخراج در اختیار محقق قرار گرفت.

این پژوهش، از لحاظ نوع تحقیقی، از جنبه ماهیتی، کاربردی است. از لحاظ زمانی، مطالعه ای گذشته نگر است. در این تحقیق برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است که شامل سه بخش است. بخش اول شامل ویژگی های فردی پاسخگو است. بخش دوم شامل کاربرد شبکه های اجتماعی است و بخش سوم شامل ارزیابی کانالهای شبکه اجتماعی است. پایایی مؤلفه ها با آلفای کرونباخ برای هر کدام از متغیرها به صورت جدول ۱ می باشد. چون ضرایب آلفای کرونباخ به دست آمده برای پرسش نامه از ۰/۷۰ بیشتر می باشد بنابراین پرسش نامه پژوهش حاضر از پایانی قابل قبولی برخوردار است.

جدول ۱. پایایی بخشهای مختلف پرسشنامه

سؤال	تعداد گویه ها	مقدار آلفای کرونباخ
شبکه های مورد استفاده	۹	۰/۹۰۶
کاربرد شبکه های اجتماعی	۱۸	۰/۹۴۹
میزان استفاده از کانالهای تلگرامی	۸	۰/۸۳۲
ارزیابی شبکه های اجتماعی	۱۸	۰/۹۵۸

۳. نتایج و بحث

بررسی توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن نشان داد که سن پاسخگویان بین ۲۱ تا ۲۷ سال؛ و بیشترین درصد فراوانی مربوط به ۲۲ سال بود^{۱۱}. در جدول ۲، پراکنش استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی نشان داده شده است. تلگرام بیشترین تعداد اولویت اول را سن به خود اختصاص داده است.

جدول ۲. توزیع پراکنش استفاده از شبکه های اجتماعی از دیدگاه پاسخگویان

ردیف	شبکه اجتماعی	اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم	ششم	هفتم	هشتم	نهم
۱	فیس بوک	۰	۰	۸	۲	۴	۲۰	۵۰	۱۶	۰
۲	یوتیوب	۰	۰	۲	۶	۰	۱۸	۴	۲۴	۴۶
۳	تویتر	۰	۰	۲	۴	۴	۱۰	۱۶	۱۶	۴۸
۴	وی چت	۰	۰	۰	۸	۶	۶	۳۰	۲۴	۶
۵	تلگرام	۵۴	۴۲	۴	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۶	اینستاگرام	۲۴	۳۰	۱۸	۲۸	۰	۰	۰	۰	۰
۷	لاین	۴	۶	۲۴	۱۴	۲۴	۲۶	۰	۰	۰
۸	وایبر	۲	۸	۲۰	۱۸	۳۲	۲۰	۰	۰	۰
۹	واتس آپ	۱۶	۱۴	۲۰	۲۰	۳۰	۰	۰	۰	۰

بعد از آنکه مشخص شد شبکه اجتماعی مورد اقبال اکثریت دانشجویان همانا تلگرام است. میزان اقبال دانشجویان به کانالهای تلگرامی نیز مورد توجه قرار گرفت. جدول ۳ نشان می دهد که از میان کانالهای تلگرامی، کدام کانالها برای دانشجویان اولویت اول تا هشتم را داشته اند. یافته های تحقیق نشان داد که کانالهای آموزشی برای نیمی از پاسخگویان در اولویت پنجم قرار گرفته اند. در جدول ۴ نظر پاسخگویان در خصوص گویه های مختلف مرتبط با کاربردهای احتمالی شبکه های اجتماعی مجازی آورده شده است. به نظر می رسد ارتباط با همکلاسی بالاترین کاربری شبکه اجتماعی و آگاهی یافتن از اخبار دانشگاه کمترین کاربری شبکه های اجتماعی در دسترس برای دانشجویان بوده است.

جدول ۳- توزیع پراکنش استفاده از کانالهای تلگرامی توسط دانشجویان

ردیف	شبکه اجتماعی	اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم	ششم	هفتم	هشتم
۱	موسیقی	۴۶	۲	۲۲	۳۰	۰	۰	۰	۰
۲	روان شناسی	۱۰	۲	۶	۱۰	۱۴	۱۴	۲۶	۱۸
۳	ورزشی	۸	۲۲	۶	۸	۸	۲۲	۱۸	۸
۴	مذهبی	۴	۴	۰	۶	۸	۲۶	۲۴	۲۸
۵	جوک	۱۸	۳۶	۴۶	۰	۰	۰	۰	۰
۶	عکس	۲	۲۰	۱۲	۱۰	۱۰	۱۴	۲۰	۱۲
۷	شعر	۰	۰	۲	۱۸	۱۰	۲۴	۱۲	۳۴
۸	آموزشی	۱۲	۱۴	۶	۱۸	۵۰	۰	۰	۰

^{۱۱} (برای جلوگیری از طولانی شدن متن، جداول آورده نشده اند؛ گفتنی است که خواننده برای اطلاعات تفصیلی می تواند به گزارش این پژوهش که در کتابخانه دانشگاه نهادند موجود است مراجعه کند).

جدول ۴- میانگین رتبه ای مجموع نظرات دانشجویان در مورد کاربرد شبکه های اجتماعی

رتبه	کاربرد شبکه های اجتماعی	میانگین	انحراف معیار	درصد ضریب تغییرات
1	ارتباط با هم کلاسی	۲,۸۲	۱,۴۰	۴۹,۶۴
۲	به اشتراک گذاشتن تصاویر آموزشی	۲,۶۸	۱,۳۹	۵۱,۸۶
۳	اطلاع یابی از موضوع جلسه بعدی آمادگی برای کسب مطالب جدید	۲,۳۰	۱,۳۱	۵۶,۹۵
۴	اطلاع یابی از کتب و مجلات منتشر شده در رشته تحصیلی خود	۲,۱۸	۱,۲۸	۵۸,۷۱
۵	به اشتراک گذاشتن مطالب مرتبط با درس توسط اساتید و دانشجویان	۲,۳۲	۱,۳۷	۵۹,۰۵
۶	به اشتراک گذاشتن جزوئات درسی توسط اساتید و دانشجویان	۲,۴۲	۱,۴۴	۵۹,۵۰
۷	دریافت ایده های کسب و کار	۲,۰۸	۱,۳۰	۶۲,۵
۸	یادگیری مادام العمر	۲,۲۲	۱,۴۰	۶۳,۰۶
۹	اطلاع یابی از سمینارها و همایشهای علمی در رشته تحصیلی خود	۲,۴۰	۱,۵۵	۶۴,۵۸
۱۰	دریافت و ارسال تکالیف درسی	۲,۲۲	۱,۴۸	۶۶,۶۶
۱۱	به اشتراک گذاشتن فیلم های آموزشی	۲,۲۶	۱,۵۸	۶۹,۹۱
۱۲	انجام نظرسنجی	۱,۶۸	۱,۲۸	۷۶,۱۹
۱۳	دریافت مقالات از اساتید	۱,۶۸	۱,۳۴	۷۹,۷۶
۱۴	اطلاع یافتن از برگزاری برنامه های انجمن های علمی دانشگاه	۱,۵۲	۱,۲۳	۸۰,۹۲
۱۵	اطلاع یافتن از مسابقات ورزشی	۲,۰۸	۱,۷۱	۸۲,۲۱
۱۶	ارسال سوالات از اساتید و دریافت پاسخ	۱,۹۲	۱,۵۸	۸۲,۲۹
۱۷	اطلاع یافتن از همایشهای موجود در دانشگاه	۱,۶۸	۱,۳۹	۸۲,۷۳
۱۸	اطلاع یافتن از اخبار دانشگاه	۱,۹۰	۱,۶۵	۸۶,۸۴

در گزارش تفصیلی پژوهش تاثیر متغیرهای مستقلی نظیر رشته تحصیلی و وضعیت تاهل بر میزان کاربرد شبکه های اجتماعی (مجموع نظریات دانشجویان در خصوص کاربردهای شبکه های اجتماعی) معنی دار نبود. لذا می توان نتیجه گیری کرد که دانشجویان صرف نظر از نوع رشته تحصیلی یا وضعیت تاهل کاربردهای مشابهی را برای شبکه های اجتماعی مجازی قایل بوده اند. البته آنهایی که بیشتر از سه ساعت در روز از شبکه های اجتماعی مجازی استفاده کرده بودند؛ بطور معنی داری میانگین کاربری بالاتری برای شبکه های اجتماعی ابراز کردند. جداول مربوط به تحلیل سوالهای فوق در گزارش کامل موجود است و برای جلوگیری از طولانی شدن این نوشتار حذف شده اند. همانگونه که در جدول ۵ آمده است؛ ارزیابی دانشجویان از شبکه های اجتماعی با در نظر گرفتن گویه های مختلف نشان داد که از شبکه های اجتماعی بیشتر به منظور به اشتراک گذاری تصاویر آموزشی، نظر سنجی و یا کسب اطلاع از جلسات استفاده شده است در حالیکه بازهم آگاهی یافتن از اطلاعات دانشگاه، یا همایش ها و برنامه های انجمن علمی در پایین ترین سطح قرار گرفته اند.

جدول ۵- میانگین رتبه ای مجموع نظرات دانشجویان بر ارزیابی کانالهای شبکه های اجتماعی

رتبه	گویه های ارزیابی شبکه های اجتماعی	میانگین	انحراف معیار	درصد ضریب تغییرات
۱	به اشتراک گذاشتن تصاویر آموزشی	۲,۳۰	۱,۳۲	۵۷,۳۹
۲	انجام نظرسنجی	۱,۶۸	۱,۲۶	۷۵
۳	اطلاع یابی از موضوع جلسه بعدی آمادگی برای کسب مطالب جدید	۲,۰۶	۱,۲۸	۶۲,۱۳
۴	به اشتراک گذاشتن فیلم های آموزشی	۲,۲۰	۱,۳۷	۶۲,۲۷
۵	ارتباط با هم کلاسی	۲,۴۶	۱,۵۸	۶۴,۲۲
۶	دریافت و ارسال تکالیف درسی	۲,۰۶	۱,۳۴	۶۵,۰۴
۷	به اشتراک گذاشتن جزوات درسی توسط اساتید و دانشجویان	۲,۱۲	۱,۴۳	۶۷,۴۵
۸	اطلاع یابی از سمینارها و همایشهای علمی در رشته تحصیلی خود	۲,۱۶	۱,۴۶	۶۷,۵۹
۹	دریافت ایده های کسب و کار	۲,۲۲	۱,۵۴	۶۹,۳۶
۱۰	یادگیری مادام العمر	۲,۱۸	۱,۵۳	۷۰,۱۸
۱۱	به اشتراک گذاشتن مطالب مرتبط با درس توسط اساتید و دانشجویان	۲,۱۲	۱,۴۹	۷۰,۲۸
۱۲	اطلاع یابی از کتب و مجلات منتشر شده در رشته تحصیلی خود	۱,۹۴	۱,۴۲	۷۳,۱۹
۱۳	اطلاع یافتن از مسابقات ورزشی	۱,۹۸	۱,۵۴	۷۷,۷۷
۱۴	دریافت مقالات از اساتید	۱,۷۶	۱,۴۲	۸۰,۶۸
۱۵	ارسال سؤالات از اساتید و دریافت پاسخ	۱,۹۶	۱,۶۵	۸۴,۱۸
۱۶	اطلاع یافتن از همایشهای موجود در دانشگاه	۱,۶۴	۱,۳۹	۸۴,۷۵
۱۷	اطلاع یافتن از اخبار دانشگاه	۱,۷۸	۱,۶۶	۹۳,۲۵
۱۸	اطلاع یافتن از برگزاری برنامه های انجمن های علمی دانشگاه	۱,۶۸	۱,۵۹	۹۴,۶۴

۴. نتیجه گیری

رسانه های اجتماعی مجموعه ای از سایتها و یا سامانه های ارتباطی موبایلی هستند که در سالهای اخیر توانسته اند با استفاده از زیرساختهای دیجیتالی توجه جمعیت کثیری از علاقمندان را به خود جلب کنند. گاهی از آنها با عنوان شبکه اجتماعی هم یاد می شود اما لازم به ذکر است که شبکه اجتماعی به ارتباطاتی اطلاق می شود که ممکن است به صورت واقعی و یا مجازی بین افراد ایجاد شود و گسترش یابد. این در حالی است که رسانه های اجتماعی زیرساختهای لازم برای ایجاد شبکه های اجتماعی مجازی را فراهم می آورند و در نهایت امکان دارد که این شبکه های مجازی به شبکه های واقعی تبدیل شوند. شبکه های اجتماعی ناشی از رسانه های اجتماعی دنیای دیجیتال در سالهای اخیر توانسته اند چنان تاثیری بر زندگی بشر بگذارند که انسان دوره معاصر را گاهی انسان شبکه ساز نام نهاده اند. واضح است که رسانه های اجتماعی علاوه بر کارکردهای غافل گیرکننده مثبتی که بر زندگی ما داشته اند دارای تبعات نامطلوبی هم هستند (سلیمانی پور، ۱۳۸۹) که در موقعیت های مختلف اجتماعی و فرهنگی توجه دانشمندان را به خود جلب کرده است. از مهمترین رسانه ها یا شبکه های اجتماعی می توان فیس بوک، توئیتر، تلگرام، اینستاگرام، و سروش (فقط در ایران) را نام برد.

نگارنده معتقد است که برخورد علما و اولیای امور به مظاهر نوآوری در کشور در حتی یکصد سال اخیر در خوش بینانه ترین سناریو واکنشی بوده است. این بدین معناست که نوآوریها به انحصار مختلف به کشور راه پیدا کرده اند و همه گیر شده اند و در نهایت اولیای امور یا مدیران مجبور شده اند که نسبت به آنها موضع گیری کنند. این در حالی است که راهکار مطلوب این است که پیش دستانه برخورد شود یعنی ابتدا مطالعاتی انجام شود و نوآوریهای احتمالی و پیش رو شناسایی شوند و سپس با عنایت به نقاط مثبت و منفی آنها

اقدامات لازم برای مدیریت آنها پیش بینی و اجرا شود. بدین ترتیب کشور قادر خواهد بود که خوبی های نوآوری ها را بیشتر و بدی های آنها را کمتر کند و در نهایت از منافع آنها سود ببرد.

دانشجویان یکی از کاربران مهم رسانه ها و شبکه های اجتماعی در ایران هستند. این شبکه ها توانایی آموزشی بسیار بالایی هم دارند که کاربر می تواند به صورت خودگردان توانایی های خویش را در زمینه مورد علاقه گسترش دهد و به مهارت های قابل ملاحظه ای دست پیدا کند و یا مهارت های قبلی را به شکل باورنکردنی توسعه دهد (قوانلو قاجار، ۱۳۹۰). یادگیری از طریق شبکه های اجتماعی بسیار آسان و منطبق با نیازهای شخص یادگیرنده است. از این طریق فراگیر می تواند به محتوای آموزشی چندرسانه ای به آسانی دسترسی داشته باشد. حضور در شبکه های اجتماعی می تواند بدون نیاز به حضور فیزیکی انعطاف پذیری در زمان و مکان را برای کاربر فراهم آورد؛ در حالی که کاربر از کارکردهای حضور فیزیکی در جمع سود می برد و مورد حمایت افراد گروه قرار می گیرد. Collin, Richardson (and Third, 2011). با توجه به دامنه تاثیرات مستقیم و غیرمستقیم شبکه های اجتماعی مجازی بر زندگی امروزه و اهمیت تاثیرات آن برقشر جوان (آبخش، ۱۳۹۱) به ویژه دانشجویان، میزان کاربری برخی از شبکه های اجتماعی شناخته شده و برخی عوامل احتمالی موثر بر آن را در بین دانشجویان یک دانشگاه تک جنسیتی ویژه خواهران یعنی دانشگاه نهاوند مورد مذاقه قرار گرفت. یافته های تحقیق نشان داد که دانشجویان بیشتر از تلگرام و کانالهای موسیقی آن استفاده می کنند. به نظر ایشان ارتباط برقرار کردن با همکلاسیها و اشتراک تصاویر آموزشی بهترین کاربردهای شبکه اجتماعی است در حالیکه آگاهی یافتن از اخبار و اطلاعات دانشگاه کمترین کاربرد را داشته است. بر این اساس می توان پیشنهاد کرد که دانشگاه بروی شبکه های اجتماعی مورد اقبال دانشجویان دارای کانالهای اطلاع رسانی رسمی و ویژه باشد. وضعیت تاهل و رشته تحصیلی بر میزان کاربری یا ارزیابی شبکه های اجتماعی تاثیر معنی داری نداشتند؛ اما دانشجویانی که بیش از سه ساعت در روز از شبکه های اجتماعی استفاده می کردند کاربری بیشتری برای شبکه های اجتماعی نسبت داده بودند.

۵. مراجع

- آبخش، علی محمد. (۱۳۹۱). "رویکردی نظری به تاثیرات شبکه های اجتماعی بر تولید ملی و اشتغال در میان جوانان" فصلنامه مطالعات جوان و رسانه. شماره ۶.
- اسکات، جان (۱۳۹۶) تحلیل شبکه اجتماعی. (ترجمه محسن نوغانی دخت بهمنی و مهسا صادقی نژاد) مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد.
- اصغرکیا، علی و نوری مرادآبادی، یونس. (۱۳۹۱). عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان به شبکه های اجتماعی فیس بوک. محل نشر: مطالعات فرهنگ - اطلاعات.
- امیرپور، مهناز و بهرامیان، شفیق. (۱۳۹۲). مبانی کلی نظریه های ارتباط جمعی. تهران: انتشارات جامعه شناسان.
- بابایی، محمود. (۱۳۹۰). «نشست آسیب شناسی شبکه های اجتماعی»، نمایشگاه الکامپ.
- پوری، احسان. (۱۳۹۰). بررسی نقش و تأثیر فیس بوک بر شکل گیری شبکه های اجتماعی از دیدگاه متخصصان و کارشناس امور رسانه. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز. چاپ نشده.
- خانیک، هادی و بابایی، محمود. (۱۳۹۰). «فضای سایبر و شبکه های اجتماعی مفهوم و کارکردها». فصلنامه علمی پژوهشی جامعه اطلاعاتی. شماره یک/سال اول. ص: ۲۰-۲۲.
- دوران، بهزاد. (۱۳۸۱). «تأثیر فضای سایبر بر هویت اجتماعی». پایان نامه دکتری. دانشگاه تربیت مدرس. ص: ۲۵-۲۷.
- رحمان زاده، سیدعلی. (۱۳۸۹). «کارکرد شبکه های اجتماعی مجازی در عصر جهانی شدن». مطالعات راهبردی جهانی شدن. شماره یک /سال. ص: ۱۰-۱۲.
- سلیمانی پور، روح الله. (۱۳۸۹). «شبکه های اجتماعی؛ فرصت ها و تهدیدها». اطلاع رسانی و کتابداری، ره آورد نور. شماره ۳۱، ص ۱۴-۱۹

- قوانلو قاجار، مصطفی (۱۳۹۰). کارکردهای شبکه های اجتماعی مجازی برای دانشجویان؛ مطالعه موردی فیسبوک . تهران : مطالعات فرهنگی و رسانه ای.
- مرادی، شهاب؛ رجب پور، مجتبی؛ کیان ارثی، فرحناز؛ حاجلو، نادر و رادبخش، ناهید. انگیزه های استفاده از شبکه های مجازی اجتماعی. فرهنگ در دانشگاه اسلامی ، بهار ۱۳۹۳ ، دوره ۴ ، شماره ۱، (پیاپی ۱۰)؛ از صفحه ۹۵ تا صفحه ۱۱۸.
- خانیکی، هادی؛ اتابک، محمد و عزیزی، فرید. (۱۳۹۶). تحلیل وضعیت شبکه های اجتماعی مجازی در ایران با رویکرد حوزه عمومی هابرماس (مورد مطالعه چند گروه فیس بوکی). فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، ۱۸ (۳۷)، ۱۳۰-۱۰۱.

- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, 13(1), 210-230.
- Collin, P., Rahilly, K., Richardson, I. & Third, A. (2011) *The benefits of social networking services*. Cooperative Research Centre for Young People, Technology and Wellbeing, Melbourne, VIC.

