تعامل انسان و اطلاعات، جلد۲ شماره۱
http://hii.khu.ac.ir
مقاله اصیل پژوهشی

استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی

لیلا خلیلی: استادیار گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران (نویسنده مسئول)
l.khalili@azaruniv.edu

دریافت: ۹۴/۰۶/۲۴
ویرایش: ۹۴/۰۸/۰۳
پذیرش: ۹۴/۰۸/۱۵

چکیده

زمینه و هدف: دانشجویان به‌واسطه داشتن سواد رسانه‌ای بهتر جزء گروه‌هایی هستند که از شبکه‌های اجتماعی بیشتر استفاده می‌نمایند. هدف اصلی این پژوهش مطالعه کاربرد شبکه‌های اجتماعی توسط دانشجویان با توجه به متغیرها جمعیت شناختی و آموزشی است.

روش: در این پژوهش کمی کاربردی از روش پیمایشی استفاده شد. ابزار گردآوری اطلاعات یک پرسشنامه محقق ساخته بود. روایی پرسشنامه توسط همکاران و نمونه‌هایی از جامعه موردمطالعه ارزیابی شد. پایایی پرسشنامه به‌وسیله آزمون دونیمه کردن ارزیابی شد. جامعه موردمطالعه ۴۵۲۴ نفر از دانشجویان کارشناسی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان و نمونه ۳۹۳ نفر بود. به‌منظور تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی (درصد، فراوانی و میانگین) و آمار نا پارامتریک استنباطی (اسپیرمن، مان– ویتنی و کروسکال والیس) استفاده شد. از نرم‌افزار اس پی اس اس به‌منظور تحلیل داده‌ها و از نرم‌افزار اکسل به‌منظور ترسیم نمودار استفاده شد.

یافته‌ها: اکثریت دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند. وایبر و لاین پر ترجیح‌ترین شبکه مورداستفاده بود. دانشجویان روزانه به‌طور متوسط ۱۴۰ دقیقه از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند. مهم‌ترین دلیل استفاده از شبکه‌های اجتماعی سرگرمی بود. اغلب دوستان در شبکه‌های اجتماعی افرادی بودند که ملاقات حضوری نیز با آن‌ها وجود داشت. تلفن همراه مهم‌ترین رسانه مورداستفاده در شبکه‌های اجتماعی بود. ازنظر اکثریت پاسخگویان اعتبار اطلاعات موجود در شبکه‌های اجتماعی قابل‌قبول نبود. بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و معدل، تعداد دوستان و ویژگی‌های اطلاعاتی شبکه‌های اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود داشت. تفاوت معنی‌داری در میانگین استفاده از شبکه‌های اجتماعی بین چهار حوزه موردمطالعه وجود داشت.

نتیجه‌گیری: استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین دانشجویان بسیار رایج بود. دانشجویان اغلب از شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان رسانه‌ای برای سرگرمی و ارتباط استفاده کردند. دانشجویان با عملکرد تحصیلی بهتر از شبکه‌های اجتماعی کمتر استفاده می‌کردند.

کلیدواژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های اجتماعی، دانشجویان، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان.

مقدمه

با ظهور فضای مجازی کره جدیدی به جهان اضافه‌شده است که می‌توان آن را کره مجازی نامید (اکبری تبار و اسکندری پور ۱۳۹۲). دنیای مجازی یا قاره ششم، قاره‌ای است که همه ساکنان پنج قاره دیگر، ساکن آن هستند. سرعت شتابناک علم و انتقال اطلاعات به مدد گسترش ارتباطات به سمتی می‌رود که آن‌هایی که در پنج قاره نیت هرگونه فعالیتی (علمی، سیاسی، اقتصادی و...) رادارند، باید در قاره ششم سهمی برای خود در نظرگیرند (مصریان، ۱۳۹۴). بخشی از این دنیای مجازی، شبکه‌های اجتماعی هستند که از ارتباطات انسانی تشکیل‌شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی از هوشمندترین اجزاء، یعنی افراد انسانی تشکیل‌شده‌اند و هر نوع فعالیت در شبکه اجتماعی نظیر مشارکت، مدیریت و بهینه‌سازی بسیار پیچیده و بافت محور می‌شود (دسگوپتا و دسگوپتا[1]، ۲۰۰۹). دانشمندان حوزه علوم اجتماعی سه نوع شبکه (خودمحور، اجتماع‌محور و سیستم شبکه‌های آزاد[2]) را در نظر می‌گیرند. شبکه‌های با مرکزیت خود، شبکه‌هایی هستند که به یک گره متصل هستند، نظیر دوستان خوب من. شبکه‌های اجتماع‌محور، مثل ارتباطات بین بچه‌ها در یک کلاس یا ارتباطات بین کارکنان در یک سازمان که یک سیستم شبکه‌ی بسته است. درنهایت سیستم‌های شبکه آزاد، که در آن‌ها مرزها ضرورتاً مشخص نیستند. این نوع شبکه جالب‌ترین و البته مشکل‌ترین شبکه برای مطالعه است (کادوشین[3]، ۲۰۰۴). شبکه‌های اجتماعی در زمره این شبکه‌ها است. شبکه‌های اجتماعی مجازی نوعی رسانه اجتماعی می‌باشند که بیشترین شباهت را به جامعه انسانی داشته و امکان برقراری ارتباط با تعداد زیادی از افراد (کانز و اسپیدن ۱۹۹۷، نقل‌شده در اکبری تبار و اسکندری پور ۱۳۹۲)، فارغ از محدودیت‌های زمانی، مکانی،

1. Dasgupta & Dagupta

2. Ego-centric, socio-centric and open-system networks
3. Kadushin

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.1.6.3]

سیاسی، فرهنگی و اقتصادی را میسر می‌نماید (کرات و دیگران ۲۰۰۱، نقل‌شده در اکبری تبار و اسکندری پور، ۱۳۹۲). یکی از دلایل گرایش افراد به اینترنت وجود شبکه‌های اجتماعی است. از دلایل استفاده از شبکه‌های اجتماعی نیز، می‌توان به انگیزه‌های شغلی و حرفه‌ای، دوست‌یابی، علایق مشترک و سرگرمی اشاره کرد.

شبکه‌های اجتماعی زندگی انسان‌ها و کیفیت آن را متأثر ساخته است. امروز از هر ۱۰ نفر، چهار نفر از گوشی همراه برای ارتباط با شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. یکی از ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی این است که دیگر از متن‌های طولانی و کسل‌کننده در آن خبری نیست، به‌نحوی‌که، ۶۳ درصد از شبکه‌های اجتماعی از تصاویر تشکیل‌شده‌اند و ۳۲ درصد آن نیز فیلم‌ها و ویدئوهای کوتاه است (مصریان، ۱۳۹۴). بر اساس آمارهای سایت الکسا[4]، نقل‌شده اکبری تبار و اسکندری پور (۱۳۹۲) رسانه‌های اجتماعی فیس‌بوک و یوتیوب جزء پر بازدیدترین سایت‌های جهان بوده‌اند. همچنین بیش از نیمی از ده سایت اول پربازدید در کل دنیا، از انواع رسانه‌های اجتماعی هستند. بر اساس آمار این سایت، در ایران نیز جذابیت شبکه‌های اجتماعی بسیار بیشتر از سایت‌های دیگر است و علی‌رغم فیلتر شدن برخی از این شبکه‌ها، آمار مراجعه به آن‌ها قابل‌توجه است. طبق آمار الکسا در بیستم خرداد ۱۳۹۲ شبکه‌های اجتماعی ایرانی نظیر کلوب و فیس نما دهمین و ششمین سایت پربازدید ایران است (اکبری تبار و اسکندری پور، ۱۳۹۲).

شبکه‌های اجتماعی آنلاین می‌توانند در امور آموزشی مورداستفاده قرار گیرند. در بررسی ادبیات پژوهش چهار مزیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی در امر آموزش، درگیر کردن بیشتر دانشجویان با دروس، افزایش انگیزه‌های یادگیری، ارائه منابع درسی شخصی شده و رشد مهارت‌های کار گروهی و مشارکتی ذکرشده است (حمید، ویکوت، چانگ و کورمیا[5]، ۲۰۱۱). شبکه‌های اجتماعی همانند تیغ دو لبه‌ای است که فرد می‌تواند با صرف زمان نسبتاً طولانی از مزایای این شبکه‌ها (از قبیل آموزش [سرگرمی، ارتباط با دوستان، فعالیت‌های شغلی و غیره]) بهره‌مند شود و یا تحت تأثیر منفی آن نظیر آسیب‌های جسمانی، روانی، روحی و عاطفی حضور بیش‌ازحد در این فضا قرار گیرد (اکبری تبار و اسکندری پور، ۱۳۹۲). مهم‌ترین مزایای رسانه‌های اجتماعی عبارت‌اند از: اشتراک نظر و ایده، ابزاری برای ارتباط، پیوند شکاف ارتباطی، منبعی برای اطلاعات، ابزار مهم بازاریابی، ابزار مهم تعامل با مشتری، ابزار مهم ارتباط در زمان بحران، هزینه کم، صرف زمان کمتر. از معایب اصلی این رسانه‌ها، ورود به حریم شخصی، تفکیک پیوندهای خانوادگی و کاهش بهره‌وری افراد به دلیل تلف کردن وقت در شبکه است (باروح[6]، ۲۰۱۲).

با انتقال زندگی انسان‌ها به فضاهای سایبری، مجازی شدن به یکی از عوامل اصلی تغییر الگوهای فکری و رفتاری بخش عظیمی از انسان‌ها، خصوصاً جوانان تبدیل‌شده است (اوحدی ۱۳۸۰ نقل‌شده در ساروخانی، توسلی و سید عربی نژاد، ۱۳۸۷). در ایران نیز که یکی از جوان‌ترین کشورهای دنیا است (ساروخانی، توسلی و سید عربی نژاد، ۱۳۸۷) این تغییر اجتناب‌ناپذیر است. دانشجویان به‌عنوان قشر جوان جامعه یکی از کاربران اصلی شبکه‌های اجتماعی می‌باشند که به دلیل برخورداری از سواد رسانه‌ای بیشتر از سایر اقشار جامعه، از شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک) استفاده می‌کنند (قوانلوقاجار ۱۳۹۰ نقل‌شده در صراف زاده و علوی، ۱۳۹۲). نتایج مطالعه کاشانی و زارع (۱۳۹۱) در خصوص استفاده از فیس‌بوک در سه سطح جهانی، ایران و تهران نشان داد که جوانان بیشترین کاربران فیس‌بوک در جهان و شهر تهران می‌باشند. همچنین بیشتر کاربران فیس‌بوک در جهان و در شهر تهران تحصیلات دانشگاهی داشتند که حاکی از جذابیت و کارایی زیاد این شبکه برای این کاربران است.

باوجود محدودیت دسترسی به فیس‌بوک و برخی از شبکه‌های اجتماعی، تعداد زیادی از ایرانیان در این شبکه‌ها عضو هستند. بنابراین نباید این فناوری‌های مهم را به دلیل فیلترینگ نادیده گرفت زیرا در آینده ممکن است سیاست‌های دولت مبنی بر رفع فیلترینگ از این شبکه‌ها باشد (صراف زاده و علوی، ۱۳۹۲). علی‌رغم اینکه مطالعات چندی در خصوص استفاده از شبکه‌های اجتماعی در میان دانشجویان در ایران انجام‌شده است اما با توجه به گسترش روزافزون استفاده از این شبکه‌ها در میان دانشجویان و وجود جنبه‌های مثبت و منفی کاربرد این فناوری، ضروری است برنامه‌ریزی‌های مناسب به‌منظور استفاده بهینه از این فناوری اتخاذ گردد و البته برنامه‌ریزی بدون اندازه‌گیری و آگاهی از وضعیت موجود ممکن نیست، لذا نیاز است مطالعات جامع و متعدد مقطعی در این خصوص انجام شود تا الگوی استفاده از

4.Alexa
5.Hamid, Waycott, Chang &Kurnia
6. Baruah

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.1.6.3]

شبکه‌های اجتماعی در میان دانشجویان در دوره‌های مختلف مشخص گردد؛ هدف این مقاله بررسی چگونگی، میزان و علت استفاده دانشجویان کارشناسی از شبکه‌های اجتماعی و همچنین بررسی پراکندگی استفاده آنان با توجه به متغیرهای جمعیت شناختی و آموزشی است. به‌منظور تحقق هدف پژوهش، سؤال اساسی و فرضیه‌های بدون جهت زیر طرح شد.

سؤالات پژوهش

۱. میزان، دلایل و نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط دانشجویان چگونه است؟
۲. آیا رابطه معنی‌داری بین میزان استفاده (ساعات) از شبکه‌های اجتماعی و معدل دانشجویان وجود دارد؟
۳. آیا رابطه معنی‌داری بین میزان استفاده (ساعات) از شبکه‌های اجتماعی و تعداد دوستان در این شبکه‌ها وجود دارد؟
۴. آیا رابطه معنی‌داری بین میزان استفاده (ساعات) از شبکه‌های اجتماعی و نظر دانشجویان در خصوص اعتبار، روزآمدی و تهیه اطلاعات از این شبکه‌ها وجود دارد؟
۵. آیا تفاوت معنی‌داری بین میزان استفاده (ساعات) از شبکه‌های اجتماعی و جنسیت دانشجویان وجود دارد؟
۶. آیا تفاوت معنی‌داری بین میزان استفاده (ساعات) از شبکه‌های اجتماعی و سال ورودی دانشجویان وجود دارد؟
۷. آیا تفاوت معنی‌داری بین میزان استفاده (ساعات) از شبکه‌های اجتماعی و حوزه تحصیلی دانشجویان وجود دارد؟

پیشینه پژوهش

مطالعه کاربرد شبکه‌های اجتماعی به‌وسیله دانشجویان ازجمله مطالعات حوزه رسانه‌های اجتماعی است. جوادی نیا و همکاران (۱۳۹۱) در یک مطالعه پیمایشی باهدف بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر عملکرد تحصیلی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی بیرجند به این نتیجه رسیدند که دانشجویان دارای معدل ۱۶ و بالاتر، کمتر از دانشجویان دارای معدل کمتر از ۱۶ در شبکه‌های اجتماعی مجازی عضو بودند و تفاوت معنی‌داری در میانگین ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین دو گروه وجود داشت. علل استفاده از شبکه‌های اجتماعی، استفاده از تجربه دیگران، ارتباط با دوستان قبلی، پیدا کردن دوستان جدید، ارتباط با دوستان کنونی، سرگرمی، به اشتراک‌گذاری تصاویر و آموزش بود. دانشجویان دارای معدل کمتر از ۱۶ به‌طور معنی‌داری بیشتر از گروه دیگر از شبکه اجتماعی به‌منظور سرگرمی استفاده می‌کردند.

همچنین یافته‌های مطالعه پیمایشی جوادی نیا و همکاران (۱۳۹۲) باهدف تعیین الگوی استفاده از شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک، کلوب، مای اسپیس، اووو، اسکایپ و موارد دیگر) حاکی از آن بود که ۳۷/۸ درصد پاسخگویان در این شبکه‌ها عضو بودند. متوسط استفاده از شبکه‌های اجتماعی ۵۰ دقیقه در روز بود. میزان عضویت دانشجویان پسر در این شبکه‌های مجازی بیشتر از دانشجویان دختر بود. پاسخگویان به ترتیب در شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک، کلوب، اووو، اسکایپ، مای اسپیس بیشترین عضو را داشتند. دلایل استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به ترتیب اهمیت، برای ارتباط با دوستان قدیمی، ارتباط با دوستان کنونی، سرگرمی، پیدا کردن دوستان جدید، استفاده از تجربیات دیگران، آموزش و به اشتراک‌گذاری تصاویر بود.

صراف زاده و علوی (۱۳۹۲) در مطالعه پیمایشی باهدف بررسی میزان آشنایی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌وسیله دانشجویان کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش شناسی به این نتیجه رسیدند که ۳۵ درصد پاسخگویان عضو هیچ شبکه اجتماعی نبودند. فیلترینگ و تصور منفی از شبکه‌های اجتماعی به ترتیب مهم‌ترین موانع استفاده از شبکه‌های اجتماعی بودند. ۳۶ درصد پاسخگویان اعتماد خیلی کمی به اطلاعات منتشرشده در این شبکه‌ها داشتند. از بین شبکه‌های اجتماعی، فیس‌بوک و گوگل+ بیشترین اعضا را داشت. بیشتر پاسخگویان (۶۵ درصد) کمتر از یک ساعت، ۲۵ درصد بین یک تا سه ساعت و هشت درصد بیش از سه ساعت در شبانه‌روز از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند. نیز ۴۰ درصد پاسخگویان، کمتر از ۱۰ دوست و ۱۴درصد بیش از ۱۰۰ دوست داشتند. به اشتراک‌گذاری مطالب با دوستان بیشترین فعالیتی بود که توسط پاسخگویان انجام‌شده بود. نگرش پاسخگویان به استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اهداف آموزشی و حرفه‌ای مثبت بود.

اکبری تبار و اسکندری پور (۱۳۹۲: ۵۲) به نقل از گزارش موسسه مطالعات اینترنت پیو (۲۰۱۱) دلایل اصلی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را حفظ تماس و ارتباط با دوستان فعلی، حفظ تماس و ارتباط با خانواده، برقراری ارتباط با دوستانی که در دنیای واقعی با آن‌ها ارتباطی نداریم، ارتباط باکسانی که علایق، سرگرمی‌ها و عاداتی مشابه ما دارند، پیدا کردن دوستان جدید، آگاهی از مطالب، پست‌ها و کامنت های افراد شناخته‌شده (سیاستمداران، ورزشکاران، هنرمندان و ...) ذکر کردند. همچنین، اکبری تبار و اسکندری پور (۱۳۹۲،۱۰) به نقل از مطالعات متعددی (کوهن و ویلس، ۱۹۸۵؛ دینر، سول، لوکاس و اسمیت، ۱۹۹۹؛ گو و گیرکین،

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.1.6.3]

۱۹۷۷، میروسکی و راس، ۱۹۸۹) اظهار نمودند که افراد با حضور در شبکه‌های اجتماعی و استفاده از انواع گوناگون رسانه‌های اجتماعی از مزایای حضور در این اجتماعات مجازی نظیر حمایت اطرافیان، عواطف و احساسات برخوردار می‌شوند؛ نیز افراد اغلب جوانب زندگی واقعی خود را، که نیازمند حضور فیزیکی افراد در کنار یکدیگر نیست، در این اجتماعات مجازی می‌یابند. کاشانی و زارع (۱۳۹۱) باهدف مطالعه جمعیت شناختی کاربران شبکه مجازی فیس‌بوک در سه سطح جهانی، ایران و تهران به این نتیجه رسیدند که شبکه اجتماعی فیس‌بوک در سال ۲۰۱۰ با ۵۰۰ میلیون کاربر، یکی از پرترافیک‌ترین شبکه‌های اجتماعی مجازی است. علی‌رغم عدم وجود آمار رسمی از جمعیت کاربران ایرانی فیس‌بوک، ضریب نفوذ این سایت در تهران ۱۲/۳ درصد (۵/۲ درصد زنان و ۷/۱ درصد مردان) بود. پژوهش پیمایشی قوانلوقاجار (۱۳۹۰) (نقل‌شده در صراف زاده و علوی، ۱۳۹۲) باهدف مطالعه کارکردهای شبکه اجتماعی فیس‌بوک برای دانشجویان دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران نشان داد که حدود ۴۸ درصد دانشجویان روزانه بین یک دقیقه تا نیم ساعت از وقت خود را در فیس‌بوک می‌گذرانند. اکثریت دانشجویان بین یک تا ۵۰ دوست در شبکه اجتماعی داشتند.

اکبری تبار و هزارجریبی (۱۳۹۲) در یک مطالعه مروری به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر شیوه گذران اوقات فراغت جوانان و سبک زندگی آنان پرداختند. نتایج حاکی از تأثیرات زیاد و چندوجهی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر زندگی جوانان، چگونگی گذران اوقات و تخصیص وقت آن‌ها بود. همچنین روش‌های جدید تعامل، ارتباط و شیوه‌های نوین زندگی تحت تأثیر حضور در فضای مجازی برای جوانان شکل‌گرفته است.

مطالعه انجام‌شده در سایت اندرسون آنالیتیکس (نقل‌شده در کاشانی و زارع، ۱۳۹۱) به تفاوت استفاده نسل‌ها و گروه‌های سنی مختلف از شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداخته است. گروه‌های سنی شامل نسل جنگ جهانی اول، نسل انفجار جمعیتی، نسل ایکس، نسل وای (نسل هزاره) و نسل زد (نسل اینترنت یا نسل شبکه) بودند. درمجموع دلایل اصلی کاربران پنج نسل در استفاده از شبکه‌های اجتماعی، تماس با دوستان، سرگرمی، تماس با خانواده، دعوت از سوی یک آشنا و تماس با همکلاسی‌ها بود.

یافته‌های مطالعه چئونگ، چیو و لی[7] در سال ۲۰۱۱ میلادی در خصوص دلایل استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک حاکی از آن بود که حضور اجتماعی بیشترین تأثیر را در قصد استفاده از فیس‌بوک داشت؛ بنابراین دانشجویان از این رسانه بیشتر برای ارتباط استفاده می‌کردند که با تئوری حضور اجتماعی[8] همسوئی داشت. اسپونسیل و گیتیمو[9] در سال ۲۰۱۲ میلادی در یک پژوهش پیمایشی باهدف مطالعه استفاده از رسانه‌های اجتماعی (فیس‌بوک، توییتر، مای اسپیس، لینکدین، ایمیل و غیره) در میان دانشجویان کارشناسی و تأثیر ارتباطی آن بر یکدیگر به این نتیجه رسیدند که تمامی پاسخگویان حداقل یک رسانه اجتماعی را استفاده کرده‌اند. اکثریت پاسخگویان (۸۸/۵ درصد) حساب فیس‌بوک و ۱۱/۵ درصد حساب توییتر خود را روزآمد می‌کردند. ارتباط با خانواده و دوستان مهم‌ترین (۹۱/۷ درصد) دلیل استفاده از رسانه‌های اجتماعی بود. بین استفاده از رسانه اجتماعی و ارتباط با خانواده و دوستان همبستگی وجود داشت. عبدالرحیم[10] در سال ۲۰۱۳ میلادی در مطالعه پیمایشی خود باهدف بررسی استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی به این نتیجه رسید که دانشجویان از این شبکه‌ها بیشتر برای امور اجتماعی استفاده می‌کنند تا اهداف دانشگاهی. تفاوت معنی‌داری بین دانشجویان دختر و پسر در استفاده از شبکه‌های اجتماعی وجود نداشت. دانشجویان با گوشی هوشمند، بیشتر از دانشجویان با گوشی معمولی از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند. از بین شبکه‌های اجتماعی، فیس‌بوک بیشترین استفاده را داشت. بین استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی و معدل دانشجویان تفاوت معنی‌داری وجود نداشت. بیش از ۵۰ درصد دانشجویان در روز دو ساعت یا بیشتر صرف استفاده از شبکه اجتماعی می‌نمودند. سالک پی، حسینی و شکوری[11] در سال ۲۰۱۳ میلادی در بخش پیمایشی پژوهش خود به مطالعه نظر دانشجویان کارشناسی درباره شبکه اجتماعی فیس‌بوک پرداختند. یافته‌ها حاکی از آن بود که دانشجویان علاقه خیلی کمی به استفاده از ابزارهای سرگرمی در فیس‌بوک داشتند و ترجیح می‌دادند که امکاناتی چون صفحات خبری را استفاده کنند. در استفاده از فیس‌بوک توسط کاربران ایرانی، موانعی چون کافی نبودن سرعت اینترنت و فیلترینگ موفق نبودند.

7. Cheung, Chiu & Lee
8. Ssocial presence theory
9. Sponcil & Gitimu
10. Abdelraheem
11. Saleck Pay, Hosseini & Shakouri

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

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.1.6.3]

اکی، اومیکو و اوده[12] در سال ۲۰۱۴ میلادی در یک مطالعه پیمایشی باهدف بررسی استفاده از شبکه‌های اجتماعی در میان دانشجویان کارشناسی دانشگاه نوسوکا در نیجریه به این نتیجه رسیدند که تمامی دانشجویان از شبکه اجتماعی، غالباً برای تعامل با دوستان، ارتباط با همکلاسی‌ها به‌منظور مطالعه آنلاین و بحث درباره مسائل جدی ملی و تماشای فیلم استفاده می‌کنند. شبکه‌های فیس‌بوک، گوگل+، واتس آپ، توگو، یاهو و یوتیوب به ترتیب بیشترین کاربرد را داشتند.

حسین و همکارانش[13] در سال ۲۰۱۵ میلادی در پژوهش پیمایشی باهدف بررسی تأثیر شبکه اجتماعی (فیس‌بوک، توییتر، واتس آپ، اسکایپ، وایبر، ...) بر دانشجویان به این نتیجه رسیدند که اکثریت ۷۱ درصدی دانشجویان از فیس‌بوک استفاده کردند. اکثریت ۵۴ درصدی دانشجویان معتقد بودند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی عملکرد تحصیلی آن‌ها را بالا می‌برد. اغلب دانشجویان از این شبکه‌ها برای کسب اطلاعات استفاده می‌کردند. دانشجویان همچنین از این سایت برای اهداف اجتماعی و سیاسی استفاده می‌کردند. دانشجویان تحصیلات تکمیلی عموماً از این سایت‌ها برای سرگرمی استفاده می‌کردند. ممکن است دانشجویان تحصیلات تکمیلی به دلیل ضرورت استفاده از منابع معتبر در فعالیت‌های علمی خود، اطلاعات شبکه‌های اجتماعی برای آن‌ها جنبه سرگرمی دارد.

بررسی مطالعات داخلی و خارجی انجام‌شده در خصوص استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان نشان می‌دهد که اغلب این مطالعات به شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده، دلایل استفاده از شبکه‌های اجتماعی و میزان استفاده از این شبکه‌ها اشاره داشتند. همچنین بیشتر مطالعات بر روی شبکه اجتماعی فیس‌بوک انجام‌شده بود. این مطالعه قصد دارد شبکه‌های اجتماعی رایج بین دانشجویان را در یک جامعه، مقطع زمانی و متغیرهایی متفاوت موردمطالعه قرار دهد. تعدادی از شبکه‌های اجتماعی موردمطالعه در این پژوهش، شبکه‌هایی هستند که در مطالعات پیشین موردبررسی قرار نگرفته بودند.

روش

این مطالعه کمی از نوع کاربردی و به روش پیمایشی انجام شد. ابزار گردآوری اطلاعات یک پرسشنامه محقق ساخته بود. پرسشنامه از دو بخش تشکیل‌شده است. بخش اول حاوی اطلاعات جمعیت شناختی و آموزشی دانشجویان است. بخش دوم حاوی ۱۰ سؤال بود، که از چهار سؤال طیفی (پنج گزینه‌ای)، دو سؤال که حاوی فهرست ۱۴ شبکه و گزینه موارد دیگر و دو سؤال دانه‌ای مشخص (مثل تعداد دوستان در شبکه‌های اجتماعی) تشکیل‌شده بود. به‌منظور تأمین روایی صوری و محتوایی پرسشنامه از پیشنهادهای و نظرات همکاران هیئت‌علمی استفاده شد؛ همچنین پرسشنامه به‌صورت پایلوت[14] در میان تعدادی از دانشجویان جامعه موردمطالعه تست شد. به‌منظور آزمون پایایی پرسشنامه از روش پایایی دونیمه کردن[15] با کمک نرم‌افزار اس پی اس اس استفاده شد. این روش از طریق تقسیم یک آزمون به دو بخش مساوی و بررسی ثبات نمرات به‌دست‌آمده از دونیمه آن به دست می‌آید (جانسون و کریستین، ۲۰۰۸). لندیس و کوچ[16] (۱۹۷۷) نقل‌شده در الیازیو و همکاران[17] (۱۹۹۴)، ضریب آلفای ۰/۴۱ تا ۰/۶۰ را در حد متوسط ارزیابی نمودند. در این پژوهش ضریب پایایی دونیمه کردن آزمون ۰/۶۰۲ و در حد متوسط بود. جامعه موردمطالعه تعداد ۴۵۲۴ دانشجوی کارشناسی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان بود. نمونه موردمطالعه ۳۹۳ نفر بود که با توجه به نمونه پیشنهادی کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) یعنی تعداد ۳۵۷ نفر برای جامعه ۵۰۰۰ نفری، قابل‌قبول است. روش نمونه‌گیری به‌صورت نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبی بود که در آن چهار طبقه علوم انسانی (۵۲٪ برابر با ۱۹۸ پاسخگو)، فنی و مهندسی (۲۲٪ برابر با ۸۴ پاسخگو)، علوم (۱۹٪ برابر با ۷۲ پاسخگو)، و کشاورزی (۷٪ برابر با ۲۷ پاسخگو) وجود داشت. در این نوع نمونه‌گیری خرده نمونه‌ها نسبتی از جامعه موردنظرشان هستند. توزیع پرسشنامه از اول اردیبهشت ۱۳۹۴ تا ۳۰ اردیبهشت ۱۳۹۴ به‌صورت حضوری و توسط پژوهشگر انجام شد. در این مطالعه میزان استفاده به ساعت به‌عنوان متغیر وابسته و معدل دانشجویان، حوزه تحصیلی، جنسیت، سال ورودی، تعداد دوستان در شبکه و نظر دانشجویان در خصوص اعتبار، روزآمدی و تهیه اطلاعات به‌عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته شدند. به‌منظور تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی (درصد، فراوانی و میانگین) در قالب جدول و نمودار استفاده شد. در سطح آمار استنباطی از آزمون‌های ناپارمتریک (به دلیل نرمال نبودن توزیع و مقیاس

12. Eke, Omekwu & Odoh
13. Hussain & colleagues

14. Pilot
15. Split-Half Reliability
16. Landis and Koch
17. Eliasziw, M., Young, S. L., Woodbury, M. G., & Fryday-Field, K

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.1.6.3]

متغیرها) استفاده شد. به‌منظور مطالعه رابطه همبستگی بین متغیر وابسته و متغیرهای مستقل (معدل دانشجویان، تعداد دوستان در شبکه اجتماعی و نظر دانشجویان در خصوص ویژگی‌هایی اطلاعات در شبکه اجتماعی) از آزمون اسپرمن استفاده شد. به‌منظور محاسبه تفاوت در میانگین استفاده از شبکه‌های اجتماعی بین چهار سال ورودی (۱۳۹۰، ۱۳۹۱، ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳) و چهار حوزه تحصیلی (علوم انسانی، علوم، فنی و مهندسی و کشاورزی) از آزمون کروسکال والیس استفاده شد. نیز به‌منظور مشخص نمودن تفاوت در میانگین استفاده از شبکه‌های اجتماعی بین دانشجویان دختر و پسر از آزمون مان- ویتنی استفاده شد. به‌منظور تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار اس پی اس اس و ترسیم نمودارها از نرم‌افزار اکسل استفاده شد.

یافته‌ها

در این بخش ابتدا اطلاعات جمعیت شناختی پاسخگویان ذکرشده است و سپس به سؤال پژوهش و سؤالات فرعی آن(درصد استفاده دانشجویان، میانگین استفاده، داشتن اکانت در شبکه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی مرجع، دلایل استفاده از این شبکه‌ها، تعداد دوستان در شبکه‌های اجتماعی و میزان ملاقات حضوری آن‌ها، ویژگی‌های اطلاعات موجود شبکه‌های اجتماعی (اعتبار، روزآمدی و ارائه اطلاعات موردنیاز) و ابزارهای مورداستفاده در شبکه‌های اجتماعی) پرداخته‌شده است و در قسمت آخر فرضیه‌های پژوهش در متناسب با نوع داده‌ها مورد آزمون قرارگرفته است.

اطلاعات جمعیت شناختی پاسخگویان

جدول یک اطلاعات جمعیت شناختی پاسخگویان را نشان می‌دهد. با توجه به داده‌های جدول یک، اکثریت پاسخگویان (۷۷ درصد) خانم بودند؛ دانشجویان ورودی ۱۳۹۲ بیشترین پاسخگویان (۳۳/۸ درصد) بودند؛ اکثریت پاسخگویان (۵۰/۴ درصد) از دانشجویان حوزه علوم انسانی بودند. لازم به ذکر است که انتخاب نمونه از چهار حوزه تحصیلی به نسبت از جامعه موردمطالعه انتخاب‌شده بود. میانگین سنی نمونه موردمطالعه ۲۱ سال و میانگین معدل آن‌ها ۱۵/۵۷ بود.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی

اکثریت پاسخگویان (۸۰/۲ درصد) از شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده‌اند و فقط ۱۹/۸ درصد از این شبکه‌ها استفاده نکرده‌اند. دانشجویان به‌طور میانگین ۱۵/۸۳ ساعت در هفته را در شبکه‌های اجتماعی می‌گذرانند. به عبارتی دانشجویان روزانه به‌طور میانگین دو ساعت و ۲۰ دقیقه از این شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند.

داشتن حساب کاربری در شبکه‌های اجتماعی

فهرستی از رسانه‌های اجتماعی (گوگل + ، تانگو، فیس‌بوک، لاین، وایبر، توییتر، اووو، اسکایپ، اینستگرام، واتس آپ، بیتاک، تلگرام، کیک، بیس فون) رایج مورداستفاده به‌وسیله دانشجویان جامعه موردمطالعه تهیه و از دانشجویان خواسته شد تا شبکه‌های اجتماعی که در آن عضو هستند را علامت بزنند. نمودار یک نظر پاسخگویان را در خصوص داشتن اکانت در این سایت‌ها نشان می‌دهد. اکثریت پاسخگویان (۲۵۳ برابر با ۷۹/۸ درصد) در شبکه اجتماعی وایبر اکانت داشتند. همچنین بیش از نیمی از پاسخگویان (۱۸۳ برابر با ۵۷/۷ درصد) در شبکه اجتماعی لاین اکانت داشتند. کمترین اکانت در دو شبکه اووو (۱۴ برابر با ۴/۴ درصد) و بیس فون (۱۰ برابر با ۳/۲ درصد) گزارش‌شده است. همچنین در پرسشنامه از پاسخگویان خواسته شد، درصورتی‌که غیر از موارد ذکرشده، در شبکه اجتماعی دیگری اکانت دارند، آن را ذکر نمایند؛ لذا پاسخگویان علاوه بر ۱۴ شبکه ذکرشده در نمودار، به داشتن اکانت در شبکه‌هایی چون کلوب، لینکداین، شبکه اشتراک کتاب، فانوس، تراکتور، یک برش از زندگی، دیده شو، کوکو، کاکائو تاک، هایک و فریم [18] اشاره کردند.

شبکه‌های اجتماعی مرجع

از پاسخگویان خواسته شد فهرست تهیه‌شده از ۱۴ شبکه اجتماعی و موارد دیگر را که معمولاً در هفته از آن استفاده می‌نمایند را علامت بزنند، نمودار دو، اطلاعات مربوط به این بخش را نشان می‌دهد. وایبر انتخاب اکثریت (۲۲۲ برابر با ۷۰/۳ درصد) پاسخگویان بود. کم ترجیح‌ترین رسانه‌ها، اووو (۱نفر برابر با ۰/۳ درصد) و توییتر (۳ نفر برابر با ۰/۹ درصد) بودند.

دلایل استفاده از شبکه اجتماعی

دلایل استفاده از شبکه‌های اجتماعی در جدول دو نمایش داده‌شده است. اکثریت پاسخگویان (۷۱/۵ درصد) سرگرمی را دلیل استفاده از شبکه‌های اجتماعی ذکر کرده‌اند. دلایل دیگر به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: ارتباط با دوستان فعلی، ارتباط با دوستان قدیمی، آموزش، به اشتراک‌گذاری تصاویر، استفاده از تجربه دیگران و پیدا کردن دوستان جدید. با توجه به توزیع پرسشنامه به‌صورت حضوری توسط پژوهشگر و به‌منظور رفع کاستی عدم وجود سؤال باز برای این بخش در پرسشنامه، از پاسخگویان به‌صورت شفاهی درخواست شد تا

18. Coco, Kakaotalk, Hike, frim

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

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.1.6.3]

جدول ۱. اطلاعات جمعیت شناختی پاسخگویان.

	متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۳۰۲	۷۷
	مرد	۹۰	۲۳
	جمع	۳۹۲	۱۰۰
ورودی	۱۳۹۰	۶۳	۱۶/۱
	۱۳۹۱	۱۰۷	۲۷/۴
	۱۳۹۲	۱۳۲	۳۳/۸
	۱۳۹۳	۸۹	۲۲/۸
	جمع	۳۹۱	۱۰۰
حوزه تحصیلی	علوم انسانی	۱۹۸	۵۰/۴
	علوم پایه	۸۰	۲۰/۴
	فنی و مهندسی	۸۴	۲۱/۴
	کشاورزی	۳۱	۷/۹
	جمع	۳۹۳	۱۰۰

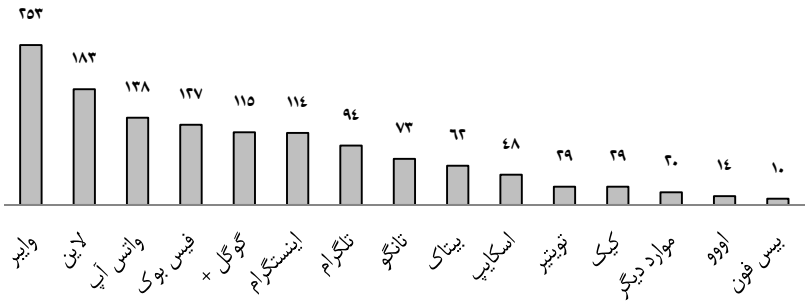
جدول ۲. دلایل استفاده از شبکه اجتماعی.

رتبه	متغیر	فراوانی	درصد
۱	سرگرمی	۲۲۶	۷۱/۵
۲	ارتباط با دوستان فعلی	۱۸۶	۵۸/۹
۳	ارتباط با دوستان قدیم	۱۷۲	۵۴/۴
۴	آموزش	۱۰۸	۳۴/۲
۵	به اشتراک‌گذاری تصاویر	۹۳	۲۹/۴
۶	استفاده از تجربه دیگران	۷۳	۲۳/۱
۷	پیدا کردن دوستان جدید	۴۵	۱۴/۲

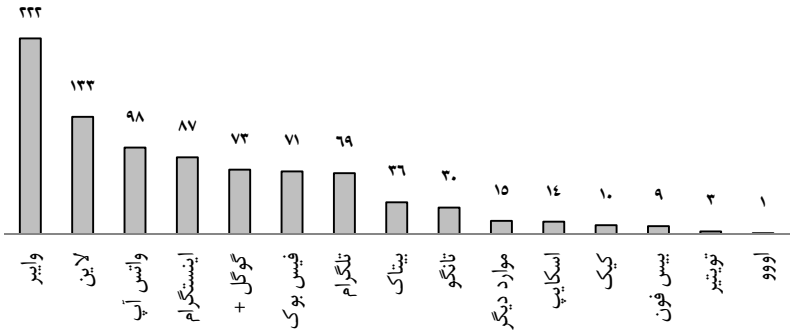
هر دلیل دیگری که برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی دارند یادداشت نمایند؛ لذا پاسخگویان به دلایل دیگری چون خواندن خبر، نیاز شغلی (انتقال اطلاعات به مشتریان)، آگاهی از دنیای امروز و فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی اشاره کردند. لازم به ذکر است که پاسخگویان می‌توانستند بیش از یک گزینه انتخاب نمایند.

تعداد دوستان در شبکه اجتماعی و میزان ملاقات حضوری با آن‌ها

از دانشجویان خواسته شد تعداد دوستانشان را در شبکه‌های اجتماعی به عدد ذکر نمایند. یافته‌ها حاکی از آن بود که میانگین تعداد دوستان دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی ۱۱۱/۵۶ نفر است. همچنین از دانشجویان خواسته شد که میزان ملاقات حضوری‌شان را با دوستان شبکه اجتماعی ذکر کنند، جدول سه میزان ملاقات حضوری با دوستان شبکه اجتماعی را بر اساس پنج گزینه نشان می‌دهد. اکثریت ۳۴/۴ درصدی پاسخگویان با اغلب کسانی که در شبکه‌های اجتماعی ارتباط دوستی دارند، به‌صورت حضوری نیز همدیگر را ملاقات می‌کنند. ۲۷/۴ درصد از پاسخگویان با تعداد کمی از دوستان مجازی ملاقات حضوری دارند. ۱۹/۱ درصد پاسخگویان با همه دوستان شبکه‌های اجتماعی ملاقات حضوری دارند. ۱۳/۴ درصد پاسخگویان نیز با نصف دوستان شبکه‌ای ملاقات حضوری دارند. فقط ۶/۱ درصد از



نمودار ۱. داشتن اکانت در شبکه‌های اجتماعی.



نمودار۲. شبکه‌های اجتماعی ترجیحی در هفته.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.1.6.3]

پاسخگویان در شبکه های اجتماعی دوستانی داشتند که با آنها ملاقات حضوری نداشتند. پاسخگویان مجاز به انتخاب یک گزینه بودند.

ویژگی‌های اطلاعات موجود شبکه‌های اجتماعی (اعتبار، روزآمدی و ارائه اطلاعات موردنیاز)

از دانشجویان خواسته شد که به سه سؤال در خصوص ارائه اطلاعات موردنیاز، اعتبار و روزآمدی اطلاعات شبکه‌های اجتماعی با گزینه‌های خیلی زیاد (۴)، زیاد (۳)، تا حدودی (۲)، کم (۱) و به‌هیچ‌وجه (۰) پاسخ دهند؛ این اطلاعات در جدول چهار آمده است. میانگین فرضی هر سؤال (۲) است؛ بنابراین با توجه به میانگین ۲/۲۷، پاسخگویان معتقد هستند که می‌توانند تا حدود زیادی اطلاعات روزآمدی در زمینه‌های مختلف کسب نمایند. آن‌ها همچنین معتقد هستند که شبکه‌های اجتماعی تا حدودی (۲/۱۳) اطلاعات موردنیازشان را در موضوعات موردعلاقه ارائه می‌دهد. میانگین پاسخ دانشجویان (۱/۹۳) به ارائه اطلاعات معتبر در زمینه‌های مختلف در شبکه‌های اجتماعی کمتر از میانگین فرضی (۲) است؛ لذا اطلاعات موجود در شبکه‌های اجتماعی برای اکثریت پاسخگویان معتبر نیستند. پاسخگویان مجاز به انتخاب یک گزینه بودند.

ابزارهای مورداستفاده در شبکه‌های اجتماعی

از دانشجویان خواسته شد تا ابزارهای مورداستفاده در شبکه‌های اجتماعی را از بین پنج گزینه ذکرشده مشخص نمایند. جدول پنج، داده‌های مربوط به این سؤال را نشان می‌دهد. پاسخگویان می‌توانستند بیش از یک گزینه را انتخاب نمایند. اکثریت ۷۹/۷ درصدی پاسخگویان از تلفن همراه در شبکه‌های اجتماعی استفاده کردند. لب تاب، رایانه شخصی، تبلت و فبلت به ترتیب با ۳۱/۷ درصد، ۱۶/۶ درصد، ۱۱/۴ درصد و ۶/۶ درصد دیگر ابزارهای مورداستفاده در شبکه‌های اجتماعی بودند.

رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و متغیرهای معدل، تعداد دوستان و ویژگی‌های اطلاعات

بر اساس نتایج آزمون اسپیرمن با اطمینان ۹۹ درصد بین ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی و معدل دانشجویان همبستگی منفی و معنی‌داری وجود دارد. به‌عبارت‌دیگر با افزایش معدل دانشجویان میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی کاهش می‌یابد و با کاهش معدل دانشجویان میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌یابد. نیز با اطمینان ۹۹ درصد بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تعداد

جدول ۳. ملاقات حضوری با دوستان شبکه اجتماعی.

متغیر	فراوانی	درصد
اغلب آن‌ها	۱۰۸	۳۴/۴
تعداد کمی از آن‌ها	۸۵	۲۷/۴
همه آن‌ها	۶۰	۱۹/۱
نصف آن‌ها	۴۲	۱۳/۴
هیچ‌کدام از آن‌ها	۱۹	۶/۱

جدول ۴. اعتبار، روزآمدی و ارائه اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی.

متغیر	میانگین
ارائه اطلاعات موردنیاز	۲/۱۳
اطلاعات معتبر	۱/۹۳
روزآمدی اطلاعات	۲/۲۷
مجموع	۲/۱۰

جدول ۵. ابزارهای استفاده در شبکه‌های اجتماعی.

رتبه	نوع ابزار	فراوانی	درصد
۱	تلفن همراه	۲۴۳	۷۹/۷
۲	لب تاب	۹۷	۳۱/۷
۳	رایانه شخصی	۵۱	۱۶/۶
۴	تبلت	۳۵	۱۱/۴
۵	فبلت (تلفن هوشمند بیش از ۵ اینچ و بیشتر)	۲۰	۶/۶

دوستان در این شبکه‌ها همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. یعنی با افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، تعداد دوستان نیز در این شبکه‌ها افزایش می‌یابد و بالعکس. با اطمینان ۹۹ درصد بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ویژگی‌های اطلاعاتی این شبکه‌ها (اطلاعات معتبر، روزآمد و موردنیاز) همبستگی مثبت و معنی‌دار وجود دارد. به عبارتی با افزایش استفاده از این شبکه‌ها، پذیرش ویژگی‌های ذکرشده افزایش می‌یابد.

تفاوت بین میانگین استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اساس سال ورودی و حوزه تحصیلی پاسخگویان

تفاوت بین میانگین استفاده از شبکه‌های اجتماعی برحسب سال ورودی و حوزه تحصیلی دانشجویان با استفاده از آزمون کروسکال والیس (آزمون ناپارامتریک معادل تحلیل واریانس) محاسبه شد. نرم‌افزار اس پی اس اس دو خروجی برای آزمون کروسکال والیس ارائه می‌دهد. جدول هفت خروجی‌های اول اس پی اس اس است که مجموع استفاده

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

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.1.6.3]

جدول ۶. همبستگی اسپیرمن بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و متغیرهای پژوهش.

		میزان استفاده	جنسیت	ورودی	حوزه تحصیلی	معدل	تعداد دوستان	ویژگی اطلاعات
میزان استفاده	ضریب همبستگی	۱/۰۰۰	−۰/۰۰۵	۰/۰۷۰	۰/۰۶۵	−۰/۲۷۴**	۰/۴۲۰**	۰/۲۴۸**
	سطح معنی‌داری	۰	۰/۹۳۲	۰/۲۲۲	۰/۲۵۴	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
معدل	ضریب همبستگی	−۰/۲۷۴**	−۰/۱۲۷*	۰/۰۷۷	−۰/۲۴۳**	۱/۰۰۰	−۰/۱۶۹**	−۰/۰۲۸
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰	۰/۰۱۸	۰/۱۵۴	۰/۰۰۰	۰	۰/۰۰۶	۰/۶۴۵
تعداد دوستان	ضریب همبستگی	۰/۴۲۰**	۰/۳۲۷**	−۰/۰۰۲	۰/۲۶۹**	−۰/۱۶۹**	۱/۰۰۰	۰/۱۱۷*
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۹۷۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۶	۰	۰/۰۴۵
ویژگی اطلاعات	ضریب همبستگی	۰/۲۴۸**	−۰/۰۱۸	۰/۱۰۴	۰/۰۱۰	−۰/۰۲۸	۰/۱۱۷*	۱/۰۰۰
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰	۰/۷۵۶	۰/۰۶۵	۰/۸۵۳	۰/۶۴۵	۰/۰۴۵	۰

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است (دو دامنه)

* همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است (دو دامنه)

را بر اساس متغیرهای سال و حوزه تحصیلی نشان می‌دهد. اگرچه متوسط استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اساس سال ورودی تا حدود کمی متفاوت است، اما شدت تفاوت در متوسط استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اساس حوزه تحصیلی بیشتر است. میانگین استفاده دانشجویان حوزه کشاورزی بیشتر از سه حوزه دیگر است. در خصوص جدول زیر لازم به ذکر است که مجموع پاسخگویان در انجام آزمون کروسکال والیس برای سال ورودی ۳۰۷ و برای حوزه تحصیلی ۳۰۹ نفر بود و داده‌های گمشده[19] به‌صورت لیستی[20] حذف شدند. همچنین ستون آخر جدول که گزارش میانگین استفاده است به جدول خروجی اس پی اس اس اضافه‌شده است.

جدول ۷. میانگین استفاده از شبکه بر اساس سال ورودی و حوزه تحصیلی.

میزان استفاده از شبکه اجتماعی	سال ورود/ حوزه تحصیلی	تعداد پاسخگویان	مجموع استفاده	میانگین استفاده
سال ورودی	۱۳۹۰	۵۳	۱۴۷/۶۹	۲/۷۸
	۱۳۹۱	۷۹	۱۴۶/۳۲	۱/۸۵
	۱۳۹۲	۱۰۶	۱۵۷/۱۹	۱/۴۸
	۱۳۹۳	۶۹	۱۶۲/۷۳	۲/۳۶
حوزه تحصیلی	علوم انسانی	۱۴۵	۱۵۰/۴۰	۱/۰۳
	علوم	۶۰	۱۴۰/۵۷	۲/۳۴
	فنی و مهندسی	۸۲	۱۸۰/۳۷	۲/۱۹
	کشاورزی	۲۲	۱۳۰/۱۶	۵/۹۲

داده‌های جدول هشت، خروجی دوم اس پی اس اس را برای آزمون کروسکال والیس بر اساس سال ورودی و حوزه تحصیلی، نشان می‌دهد. یافته‌ها حاکی از عدم وجود تفاوت معنی‌داری در میانگین استفاده از شبکه‌های اجتماعی بین دانشجویان چهار ورودی ۱۳۹۰، ۱۳۹۱، ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ است. اما داده‌های جدول مذکور تفاوت معنی‌داری در میانگین استفاده از شبکه‌های اجتماعی بین دانشجویان چهار حوزه تحصیلی علوم انسانی، علوم، فنی و مهندسی و کشاورزی را نشان می‌دهد.

تفاوت بین میانگین استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اساس جنسیت پاسخگویان

به‌منظور مشخص نمودن میانگین استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین دو گروه دانشجویان دختر و پسر از آزمون مان–ویتنی استفاده شد، خروجی این آزمون در جدول‌های نه و ده نشان داده‌شده است. مان– ویتنی معادل ناپارامتریک

آزمون تی مستقل است که به دلیل نرمال نبودن داده‌ها از آن استفاده شد. جدول نه، خروجی اول اس پی اس اس را برای آزمون مان– ویتنی نشان می‌دهد. داده های گمشده به‌صورت لیستی حذف شدند.

جدول ده، خروجی دوم اس پی اس اس را برای آزمون مان– ویتنی نشان می‌دهد. علی‌رغم وجود تفاوت در میانگین استفاده در بین دانشجویان دختر و پسر، داده‌های جدول حاکی از آن است که این تفاوت معنی‌دار نیست.

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

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.1.6.3]

جدول ۸. نتیجه آزمون کروسکال والیس برای سال ورودی و حوزه تحصیلی.

میزان استفاده از شبکه		میزان استفاده از شبکه	
آماره آزمون مجذور کای	۱۰/۳۰۷	آماره آزمون مجذور کای	۱/۶۷۱
درجه آزادی	۳	درجه آزادی	۳
سطح معنی‌داری	۰/۰۱۶	سطح معنی‌داری	۰/۶۴۳
الف. آزمون کروسکال والیس ب. متغیر گروه: حوزه تحصیلی		الف. آزمون کروسکال والیس ب. متغیر گروه: سال ورودی	

جدول ۹. میانگین استفاده از شبکه بر اساس جنسیت.

	جنسیت	تعداد پاسخگویان	مجموع استفاده	میانگین استفاده
میزان استفاده از شبکه اجتماعی	زن	۲۳۰	۱۵۴/۷۵	۰/۶۷۲
	مرد	۷۸	۱۵۳/۷۶	۱/۹۷
	جمع	۳۰۸		

بحث و نتیجه‌گیری

این مطالعه کاربرد شبکه‌های اجتماعی را در میان دانشجویان کارشناسی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان موردمطالعه قرارداد. استفاده از شبکه‌های اجتماعی به دلیل هزینه کم، راحتی استفاده، رفع محدودیت زمان و مکان، ارتباط صوتی، تصویری و نوشتاری، اشتراک و دریافت منابع (متن، صوت، تصویر و فیلم)، تشکیل گروه‌های مختلف، بازی‌های آنلاین، خریدوفروش آنلاین، انجام فعالیت‌های اجتماعی و عام‌المنفعه مشارکتی، شرکت در نظرسنجی‌های آنلاین، ارتباط با خانواده و دوستان و همچنین ارتباط باکسانی که امکان ارتباط با آن‌ها در دنیای واقعی مقدور نیست، آموزش و یادگیری، و غیره در سطح جهانی و خصوصاً در میان نسل جوان جذابیت فراوانی یافته است؛ به‌نحوی‌که افراد روزانه ساعات زیادی را در شبکه‌های اجتماعی می‌گذرانند. با توجه به یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که اکثریت دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان نیز از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. دانشجویان روزانه تقریباً ۱۴۰ دقیقه از وقت خود را در شبکه‌های اجتماعی می‌گذرانند. بر اساس مطالعه قوانلو قاجار (۱۳۹۰) (نقل‌شده در صراف زاده و علوی ۱۳۹۲) حدود ۴۸ درصد دانشجویان روزانه بین یک دقیقه تا نیم ساعت از وقت خود را در فیس‌بوک می‌گذرانند. یافته‌های جوادی نیا و همکاران (۱۳۹۲) حاکی از آن بود که ۳۷/۸ درصد پاسخگویان عضو شبکه‌های اجتماعی بودند و میانگین استفاده از شبکه‌های اجتماعی ۵۰ دقیقه در روز بود. یافته‌های صراف زاده و علوی (۱۳۹۲) نشان داد که فقط ۲۵ درصد دانشجویان بین یک تا سه ساعت در شبانه‌روز از شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده‌اند. در مطالعه حاضر فقط یک‌پنجم (۱۹/۸ درصد) دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کردند. البته دلیل عدم استفاده از شبکه‌های اجتماعی پرسیده نشده بود و دانشجویانی که از این شبکه‌ها استفاده نمی‌کردند می‌بایست فقط اطلاعات جمعیت شناختی و آموزشی خود را در پرسشنامه تکمیل می‌نمودند. یافته‌های صراف زاده و علوی (۱۳۹۲) نشان داد که ۳۵ درصد پاسخگویان عضو هیچ شبکه اجتماعی نبودند. مقایسه یافته‌های این پژوهش و پژوهش‌های پیشین حاکی از آن است که پاسخگویان مطالعه حاضر ساعات بیشتری را در شبکه‌های اجتماعی گذرانده‌اند؛ همچنین درصد بیشتری از دانشجویان به استفاده از این شبکه ها گرایش داشتند. ممکن است موقعیت جغرافیایی دانشگاه که دور از شهر تبریز و امکانات شهری (۳۵ کیلومتری) قرار دارد و همچنین وجود اینترنت در دانشگاه، استفاده از شبکه‌های اجتماعی را به یک رسانه برای گذاران اوقات فراغت، سرگرمی و ارتباط تبدیل کرده باشد. به‌علاوه گذشت زمان و امکانات گوشی‌های هوشمند نیز می‌توانند در افزایش روزافزون تعداد کاربران و میزان استفاده از شبکه اجتماعی مؤثر باشند.

اکثریت دانشجویان در شبکه اجتماعی وایبر اکانت داشتند. لاین، واتس آپ، فیس‌بوک، گوگل+ و اینستگرام ازنظر داشتن اکانت به ترتیب در رتبه‌های بعدی بودند. همچنین

جدول ۱۰. نتیجه آزمون مان- ویتنی برای جنسیت.

	میزان استفاده از شبکه
مان ویتنی[1]	۸۹۱۲/۰۰۰
ویلکاسون[2]	۱۱۹۹۳/۰۰۰
نمره استاندارد (Z)	-۰/۰۸۶
سطح معنی‌داری[3]	۰/۹۳۲
الف. متغیر گروه: جنسیت	

1. Mann-Whitney U, 2. Wilcoxon W, 3. Asymp. Sig. (2-tailed)

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

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.1.6.3]

وایبر، ارجح‌ترین شبکه اجتماعی در بین دانشجویان بود. لاین، واتس آپ، اینستگرام، گوگل+ و فیس‌بوک در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. بر اساس یافته‌های صراف زاده و علوی (۱۳۹۲) گوگل+ و فیس‌بوک بیشترین اعضاء را داشتند. دلیل این اختلاف می‌تواند محدودیت مقطعی دسترسی به بعضی از این سایت‌ها باشد. نیز در هر دوره‌ای شبکه‌های اجتماعی با ایجاد جذابیت‌های بیشتر، کاربران را به سمت خود می‌کشانند.

کاربران باانگیزه‌ها و اهداف گوناگونی از این رسانه‌ها و نرم‌افزارها استفاده می‌کنند. درواقع یکی از عوامل محبوبیت رسانه‌های اجتماعی این است که به طیف وسیعی از خواسته‌ها، اهداف و انگیزه‌های افراد و گروه‌ها پاسخ می‌دهد و به آن‌ها امکان تعامل و تبادل اطلاعات می‌دهد. با توجه به یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که مهم‌ترین دلایل استفاده از شبکه‌های اجتماعی در این مطالعه به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از سرگرمی، ارتباط با دوستان جدید، ارتباط با دوستان قدیم، آموزش، به اشتراک‌گذاری تصاویر، استفاده از تجربه دیگران و پیدا کردن دوستان جدید. جوادی نیا و همکاران (۱۳۹۲) نیز که دلایل مشابهی را موردمطالعه قرار داده بودند، مهم‌ترین دلایل استفاده از شبکه‌های اجتماعی را، ارتباط با دوستان قدیمی، ارتباط با دوستان کنونی، سرگرمی، پیدا کردن دوستان جدید، استفاده از تجربه دیگران، آموزش و به اشتراک‌گذاری تصاویر ذکر کردند. با توجه به یافته‌های مطالعه حاضر، ارتباط دومین دلیل استفاده از شبکه‌ها بود که با یافته‌های مطالعه چئونگ، چیو و لی (۲۰۱۱) در خصوص استفاده از فیس‌بوک به‌منظور ارتباط، همسوئی دارد. با توجه با یافته‌های پژوهش حاضر، آموزش چهارمین دلیل مهم استفاده از شبکه اجتماعی بود درحالی‌که در مطالعه جوادی نیا و همکاران (۱۳۹۲) ششمین دلیل استفاده بود. به نظر می‌رسد دانشجویان باگذشت زمان به استفاده آموزشی از شبکه‌های اجتماعی نیز گرایش یافته‌اند.

با توجه به یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که دانشجویان با معدل بالاتر در مقایسه با دانشجویان با معدل پایین‌تر، کمتر از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. جوادی نیا و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه خود به نتایج مشابهی رسیدند. این در حالی است که حسین و همکارانش در سال ۲۰۱۵ میلادی به این نتیجه رسیدند که اکثریت ۵۴ درصدی دانشجویان اظهار نمودند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی عملکرد تحصیلی آن‌ها را بالا می‌برد و فقط هشت درصد آن‌ها معتقد بودند که استفاده از این شبکه‌ها عملکرد تحصیلی آن‌ها را کاهش می‌دهد. اگرچه اکثریت دانشجویان در خود اظهاری تأثیر نامطلوب استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد تحصیلی تائید نکردند، اما مطالعه رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و معدل دانشجویان این مسئله را تائید می‌کند.

با توجه به یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که دانشجویانی که میزان استفاده آن‌ها از شبکه‌های اجتماعی زیاد است، دوستان بیشتری در این شبکه‌ها دارند. دانشجویانی که دوستان بیشتری در شبکه‌های اجتماعی دارند، زمان بیشتری را در این شبکه‌ها صرف می‌کنند. دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی اغلب با افرادی در تعامل و ارتباط هستند که با آن‌ها ملاقات حضوری نیز دارند. دانشجویان محدودی به تعامل با افرادی که با آن‌ها ملاقات حضوری نداشته‌اند می‌پردازند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی اغلب برای تعامل و ارتباط با دوستان و نزدیکان استفاده می‌کنند. با توجه به یافته‌ها دانشجویان به‌طور میانگین ۱۱۱/۵۶ دوست در شبکه اجتماعی داشتند؛ درحالی‌که در یافته‌های صراف زاده و علوی (۱۳۹۲) فقط ۱۴درصد بیش از ۱۰۰ دوست داشتند. نیز بر اساس مطالعه قوانلوقاجار (۱۳۹۰) (نقل‌شده در صراف زاده و علوی ۱۳۹۲) اکثریت دانشجویان بین یک تا ۵۰ دوست در شبکه اجتماعی داشتند. احتمالاً وجود انواع گوناگون شبکه‌ها، گذشت زمان، افزایش امکانات و راحتی استفاده از شبکه‌های اجتماعی در افزایش تعداد دوستان در شبکه‌های اجتماعی مؤثر بوده است. این دوستی‌های آنلاین غالباً در قالب لایک کردن[21] و فالو[22] کردن دیده می‌شود.

امروز باوجود شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، دیگر نیازی به داشتن سیستم رایانه و اینترنت پرسرعت نیست. یافته‌های این مطالعه حاکی از آن است که اکثریت دانشجویان از تلفن همراه در شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. یافته‌های عبدالرحیم در سال ۲۰۱۳ میلادی نشان داد که دانشجویان با گوشی هوشمند، بیشتر از دانشجویان با گوشی معمولی از شبکه‌های اجتماعی استفاده کردند. به نظر می‌رسد وجود شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه نیز در افزایش استفاده از این شبکه‌ها مؤثر باشد.

با توجه به نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن، دانشجویانی که ساعات بیشتری از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند معتقدند که شبکه‌های اجتماعی اطلاعات معتبر، روزآمد و موردنیاز آن‌ها را ارائه می‌کند. اما دانشجویان به‌طورکلی تا حدودی به این ویژگی‌های شبکه معتقد هستند، شاید به

21. Like
22. Follow

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.1.6.3]

همین دلیل باشد که اغلب دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی به‌منظور سرگرمی و ارتباط با دوستان استفاده می‌نمایند. اکثریت دانشجویان اعتماد کمی به اطلاعات موجود در شبکه‌های اجتماعی داشتند که با یافته‌های صراف زاده و علوی (۱۳۹۲) که ۳۶ درصد پاسخگویان اعتماد خیلی کمی به اطلاعات منتشرشده در این شبکه‌ها داشتند، همسو است. یافته‌های آزمون مان- ویتنی حاکی از آن بود که علی‌رغم وجود تفاوت در میانگین استفاده از شبکه‌های اجتماعی بین دانشجویان دختر و پسر، این تفاوت معنی‌دار نبود. این نتایج با یافته‌های عبدالرحیم در سال ۲۰۱۳ میلادی همسو است. درحالی‌که در مطالعه کاشانی و زارع (۱۳۹۱) کاربران مرد شبکه اجتماعی فیس‌بوک بیشتر از کاربران زن بودند. نیز جوادی نیا و همکاران (۱۳۹۲) عضویت بیشتر دانشجویان پسر را در شبکه‌های اجتماعی گزارش دادند. شاید گسترش اینترنت در میان خانواده‌های ایرانی در استفاده برابر از این رسانه توسط زنان و مردان مؤثر بوده است. با توجه به یافته‌های آزمون کروسکال والیس تفاوت معنی‌داری در میانگین استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای دانشجویان سال‌های اول، دوم، سوم و چهارم وجود نداشت. درحالی‌که بر اساس آزمون کروسکال والیس تفاوت معنی‌داری در میانگین استفاده از شبکه‌های اجتماعی بین چهار حوزه تحصیلی موردمطالعه وجود داشت؛ با توجه به این یافته میانگین استفاده دانشجویان حوزه کشاورزی از شبکه‌های اجتماعی بیشتر بود.

کاربردهای متنوع و هزینه پایین استفاده از شبکه‌های اجتماعی باعث گرایش بیشتر اقشار جامعه و ازجمله دانشجویان و جوانان به این رسانه شده است؛ با توجه به اینکه مدیریت و کنترل اکثر این شبکه‌های اجتماعی مرجع در اختیار کشورهای دیگر است؛ لذا، ضرورت توجه به حضور در عرصه شبکه‌های اجتماعی قاره ششم در جایگاه مدیریت و کنترل ضروری به نظر می‌رسد؛ لذا، پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزی و اقدامات لازم در خصوص ایجاد شبکه اجتماعی بین‌المللی (که امکانات و جذابیت‌های مشابه با شبکه‌های مرجع و پراستفاده بین‌المللی خارجی را داشته باشند) توسط مراجع ذیصلاح موردتوجه قرار گیرد. همچنین با توجه به یافته‌ها پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها سمینارهایی در جهت معرفی جنبه‌های مثبت و منفی شبکه‌های اجتماعی برگزار نمایند و نتایج حاصل از مطالعاتی که به کاربردهای مثبت و تأثیرات منفی این شبکه‌ها پرداخته‌اند را برای دانشجویان تشریح نمایند. با توجه به یافته ها پیشنهاد می شود کاربرد شبکه های اجتماعی را در میان دانشجویان حوزه کشاورزی مورد مطالعه قرار گیرد. با توجه به اینکه مطالعه حاضر و چند مطالعه انجام‌شده در خصوص استفاده از شبکه‌های اجتماعی میان دانشجویان از نوع مطالعات کمی بوده و بخشی از واقعیات این حوزه را منعکس نموده‌اند، لذا پیشنهاد می‌شود مطالعات کمی و کیفی جامع‌تر و عمیق‌تر در این موضوع در دوره‌های زمانی مختلف و بین گروه‌های مختلف انجام شود.

منابع

منابع فارسی

اکبری تبار، علی اکبر ؛ اسکندری پور، ابراهیم (۱۳۹۲). رسانه های اجتماعی و شبکه های مجازی. تهران: مرز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال.

اکبری تبار، علی‌اکبر ؛ هزارجریبی، جعفر (۱۳۹۲). مطالعه‌ای در باب تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی و اوقات فراغت جوانان. بازیابی شده در ۱۶ خرداد ۱۳۹۴ از
http://www.onlinesna.com/wp-content/uploads/social-networks-youth-akbaritabar@gmail.com-2-97-2003.pdf

جانسون، برک ؛ کریستین، لری (۲۰۰۸). روش‌های پژوهش در علوم تربیتی: کمی، کیفی و آمیخته. (علی‌اکبر خسروآبادی، کامبیز پوشنه، محرم آقازاده (۱۳۹۱)، مترجمان). تهران: آییژ.

جوادی نیا، علیرضا؛ عرفانیان، مرتضی؛ عابدینی، محمدرضا؛ بیجاری، بیتا (۱۳۹۱). تأثیر استفاده از شبکه‌های مجازی بر عملکرد تحصیلی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی بیرجند. مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی. ۱۲ (۸)، ۵۹۹-۶۰۶.

جوادی نیا، علیرضا؛ عرفانیان، مرتضی؛ عابدینی، محمدرضا؛ عسکری، مجید ؛ عباسی، علی ؛ بیجاری، بیتا (۱۳۹۲). الگوی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی بیرجند. فصلنامه علمی و پژوهشی طب و تزکیه. ۲۲(۲)، ۳۹-۴۴.

ساروخانی، باقر؛ توسلی، غلام عباس؛ سید عربی نژاد، عزیزه (۱۳۸۷). پژوهش‌نامه علوم اجتماعی. ۲(۱)، ۱۳۱-۱۵۲.

صراف زاده، مریم ؛ علوی، سهیلا (۱۳۹۲). جایگاه شبکه‌های اجتماعی آنلاین در میان دانشجویان کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش شناسی. تعامل انسان و اطلاعات. ۱ (۱)، ۴۴-۵۶.

کاشانی، مجید ؛ زارع، سمیه (۱۳۹۱). مطالعه‌ی جمعیت شناختی شبکه‌های اجتماعی مجازی با تأکید بر کاربران فیس‌بوک در ایران. علوم اجتماعی. شماره ۵۶، ۷۸-۸۴.

مصریان، علی(۱۳۹۴). ارتباطات، قاره ششم و هنرهای دیجیتال؛دنیای امروز؛ هر شخص یک رسانه . روزنامه عصر ایران، ۲۷ اردیبهشت، صفحه نخست اجتماعی. بازیابی شده در ۶ تیر ۱۳۹۴ از، http://www.asriran.com/fa/news/396268/

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

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.1.6.3]

منابع لاتین

Abdelraheem, A.Y.(2013). University students' Use of Social Networks Site and their Relation with some variables. WEI International Academic Conference Proceedings. Turkey, Antalya. January 14-16. Retrieved 2015, June 6, from http://www.westeastinstitute.com/wp-content/uploads/2013/02/ANT13-240-Ahmed-Yousif-Abdelraheem-Full-Paper.pdf

Baruah, T. D. (2012). Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study. International Journal of Scientific and Research Publications. 2(5), 1-10.

Cheung, C. M.; Chiu, P.Y. & Lee,M.K. (2011). Online social networks: Why do students use Facebook? Computers in Human Behavior. 27(4), 1337-1343.

Dasgupta, D. & Dasgupta, R. (2009). "Social Networks using Web 2.0." Retrieved 2015, June 27, from http://www.ibm.com/developerworks/library/ws-socialcollab/ws-socialcollab-pdf.pdf

Eke Miss, H. N.; Obiora, C. & Odoh Miss, J. N. (2014). The Use of Social Networking Sites among the Undergraduate Students of University of Nigeria, Nsukka. Library Philosophy and practice (ejornal). paper 1195. Retrieved 2015, June 6, from http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1195

Eliasziw, M.; Young, S. L.; Woodbury, M. G. & Fryday-Field, K. (1994). Statistical methodology for the concurrent assessment of inter-rater and inter-rater reliability: using goniometric measurements as an example. Physical therapy, 74(8), 777-788.

Hamid, S.; Waycott, J.; Chang, S.; & Kurnia, S. (2011). Appropriating Online Social Networking (OSN) Activities for Higher Education: Two Malaysian Cases. Changing Demands, Changing Directions. Proceedings ascilite Hobart, 526-538. Retrieved 2015, June 6, from http://www.researchgate.net/profile/Sherah_Kurnia/publication/267297931_Appropriating_Online_Social_Networking_%28OSN%29_Activities_for_Higher_Education_Two_Malaysian_Cases/links/545abfab0cf2c16efbbbc531.pdf

Hussain, A.; Ahmad, N.; Shafique, M. N. & Raza, M. A. (2015). Impact of social networking applications/websites on students in dera ghazi khan city Pakistan. Singaporean Journal of Business Economics, And Management Studies, 3(8), 1-8.

Kadushin, C. (2004). Introduction to social network theory. Boston, MA. Retrieved 2015, July 6, from http://melander335.wdfiles.com/local--files/reading-history/kadushin.pdf

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. Education and Psychological Measurement, 30, 607-610.

Saleck Pay, B.; Hosseini, S. H. & Shakouri, H. (2013). Why do Students use Virtual Social Networks in Iran: a System Approach. Interdisciplinary Description of Complex Systems, 11(1), 108-122.

Sponcil, M. & Gitimu, P. (2012). Use of social media by college students: Relationship to communication and self-concept. Journal of Technology Research, 4, 16-28.

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

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.1.6.3]

Human Information Interaction. Vol. 2, No. 1
http://hii.khu.ac.ir
Original Article

Use of Social Networks by University Students

Leila Khalili, Asistant Professor, Department of Knowledge and Information Science, Azarbaijan Shahid Madani University, Tabriz, Iran. (corresponding author) l.khalili@azaruniv.edu

Abstract

Background and Aim: University students due to having better media literacy are among the groups that use social networks more. Aim of this research was to study the use of social networks by university students based on demographic and educational variables.

Method: This quantitative applied research utilized survey design. Data collection instrument was a questionnaire developed by the investigator. Validity of questionnaire was evaluated by expert colleagues and samples of respondents. Reliability of tool was tested by Spilt Half reliability. Population of the study was 4524 undergraduate students of Azarbaijan Shahid Madani University. The sample size was 393 students. Descriptive statistics (percent, frequency and mean) and inferential nonparametric statistics (Spearman,Mann-Whitney and Kruskal Wallis) was used in order to analysis data. SPSS17 was used to analysis the data and Excel was used to draw the charts.

Results: Majority of the students used social networks. Viber and Line was the most preferred social networks. Daily average use of social networks was 140 minutes. The most important reason of using social networks was fun. Friends of respondents in social networks were mostly the face to face visited individuals. Hand-phone was the important medium used in social networks. According to the majority of students validity of information in social networks was not valid. There was significant correlation between proportion of social network use and Grade Point Average (GPA), number of friends in social networks and features of information in social networks. There was significant difference in use of social networks between students of four studied domains.

Conclusion: Usage of social networks is usual among university students. Students almost used social networks as a medium for fun and communication. The students with higher GPA used social networks fewer.

Keywords: Azarbaijan Shahid Madani University, Social Networks, Social media, University Students

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

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.1.6.3]