تعامل انسان و اطلاعات. جلد هفتم، شماره اول (بهار ۱۳۹۹): ۱۴-۱
http://hii.khu.ac.ir
مقاله اصیل پژوهشی

بررسی کیفی رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی

سیدمهدی نارمنجی: دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی،دانشگاه خوارزمی،تهران، ایران
***نصرت ریاحی‌نیا:** استاد گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه خوارزمی،تهران، ایران(نویسنده مسئول)riahinia@khu.ac.ir
محسن نوکاریزی: استاد گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران
محمد زره‌ساز: استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه خوارزمی،تهران، ایران

چکیده

دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۱۷
پذیرش: ۱۳۹۸/۱۲/۰۱

هدف: هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد کیفی است.
روش‌شناسی: این پژوهش از نوع کاربردی است که با رویکرد کیفی به روش تحلیل مضمون انجام شد. جامعه پژوهش شامل دانشجویان دانشگاه‌های زیر پوشش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در استان خراسان جنوبی بود که حداقل شش ماه تجربه استفاده از یکی از شبکه‌های اجتماعی مجازی تلگرام، اینستاگرام یا واتساپ را داشته‌اند. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری غیراحتمالاتی (غیرتصادفی) و از نوع نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده، و در مجموع با ۱۷ نفر مصاحبه انجام شد. روش اجرای مصاحبه مورد استفاده از نوع نیمه ساختاریافته بود.
یافته‌ها: نتایج نشان داد که بیش‌ترین اشتراک‌گذاری اطلاعات توسط دانشجویان به ترتیب در شبکه‌های اجتماعی مجازی تلگرام و اینستاگرام صورت گرفته بود. برای انگیزه‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط دانشجویان ۱۸ کد اولیه به دست آمد که این کدهای اولیه در قالب هفت مقوله فرعی و دو مقوله اصلی (انگیزه‌های شخصی و انگیزه‌های اجتماعی) دسته‌بندی شدند. در مجموع کدهای اولیه هر دو مقوله اصلی بالاترین فراوانی مربوط به مقوله «سرگرمی و وقت‌گذرانی» بود. برای انواع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط دانشجویان، ۲۴ کد اولیه به دست آمد که این کدهای اولیه در قالب هشت مقوله فرعی و دو مقوله اصلی (اطلاعات آگاهی‌رسان و اطلاعات سرگرم‌کننده) دسته‌بندی شدند. در مجموع «اطلاعات ادبی-هنری» و «اطلاعات علمی-آموزشی» بیش‌ترین نوع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده توسط دانشجویان در این شبکه‌ها بودند.
نتیجه‌گیری: اشتراک‌گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها حتی با هدف سرگرمی و وقت‌گذرانی می‌تواند منجر به دسترسی کاربران به اطلاعات با ارزشی در این شبکه‌ها شود. از این‌رو در صورت برنامه‌ریزی صحیح می‌توان از این بستر مناسب که در حال حاضر با کم‌ترین هزینه ممکن در اختیار اقشار مختلف جامعه به ویژه دانشجویان قرار دارد بهترین شکل ممکن به ویژه در محیط‌های آموزشی بهره جست.

کلیدواژه‌ها: رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات- شبکه‌های اجتماعی مجازی-دانشجویان- رویکرد کیفی- تحلیل مضمون

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

شیوه استناد به این مقاله

APA: Narmenji, S.M., Riahinina, N., Nowkarizi, M, Zerehsaz, M. (2020). Qualitative Study of Students' Information Sharing Behavior in Social Network Sites. *Human Information Interaction*. 7(1); 1-14 (Persian)

Vancouver: Narmenji S M, Riahinina N, Nowkarizi M, Zerehsaz M. Qualitative Study of Students' Information Sharing Behavior in Social Network Sites. *Human Information Interaction*. 2020; 7(1): 1-14 (Persian)

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

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1399.7.1.4.6]

Human Information Interaction. Vol. 7, No. 1 (Spring 2020):1-14
http://hii.khu.ac.ir
Original Article

Qualitative Study of Students' Information Sharing Behavior in Social Network Sites

Seyed Mahdi Narmenji: PhD Candidate in Knowledge and Information Science,KharazmiUniversity, Tehran, Iran
***Nosrat Riahinina:** Professor in Knowledge and Information Science, Kharazmi University, Tehran, Iran(Corresponding author) riahinia@khu.ac.ir
Mohsen Nowkarizi: Professor in Knowledge and Information Science, Ferdowsi University, Mashhad, Iran
Mohammad Zerehsaz: Assistant Professor in Knowledge and Information Science, KharazmiUniversity, Tehran, Iran

Received: 07/01/2020 Accepted: 20/02/2020

Abstract
Aim: The main purpose was to investigate the students' information sharing behavior in social network sites with a qualitative approach.
Methodology: An applied research with qualitative approach - A Thematic Analysis method was used. Population consisted of all the students at the Universities in South Khorasan Province affiliated with the Ministry of Science, Research and Technology who had a minimum of six months experience in using one of the social network sites such as: Telegram, Instagram or WhatsApp. A non-probability (non-random), and a snowball sampling procedure was used and 17 persons were interviewed. The semi-structured type of interview was incorporated.
Findings: Results showed that most students' information sharing was done on Telegram and Instagram, respectively. Eighteen primary codes were provided by students as motives for information sharing in social network sites. These primary codes were categorized into two main categories (personal and social motives) and seven subcategories. Among all the primary codes of the two main categories, the sub-category of "net-surfing and entertainment" had the highest occurrence. For the types of information shared on social network sites by student, 24 primary codes were obtained. These primary codes were categorized into eight sub-categories and two main categories (knowledge and entertaining information). Among the sub-categories identified, the most recurrently shared types of information were "literary-artistic information" and "scientific-educational information".
Conclusion: For surfing and entertainments' own good - information sharing on social network sites could lead to admittance of valuable information. If properly planned, it may function as a suitable platform (available to diverse strata of the society, especially the students, at the lowest possible cost) to attain the best possible practice especially in educational settings.
Keywords: Information Sharing Behavior, Social Network Sites, Students, Qualitative Approach, Thematic Analysis.

Conflicts of Interest: None
Funding: None.

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

How to cite this article

APA: Narmenji, S.M., Riahinina, N., Nowkarizi, M, Zerehsaz, M. (2020). Qualitative Study of Students' Information Sharing Behavior in Social Network Sites. *Human Information Interaction*. 7(1); 1-14 (Persian)

Vancouver: Narmenji S M, Riahinina N, Nowkarizi M, Zerehsaz M. Qualitative Study of Students' Information Sharing Behavior in Social Network Sites. *Human Information Interaction*. 2020; 7(1): 1-14 (Persian)

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

[DOR: 20.1001.1.24237418.1399.7.1.4.6]

مقدمه

شبکه‌های اجتماعی مجازی در سال‌های اخیر در کانون توجه کاربران اینترنت قرار گرفته و به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی بیش‌تر افراد تبدیل شده‌اند به گونه‌ای که تعداد افراد استفاده‌کننده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در سراسر جهان به سرعت در حال افزایش است. در ایران نیز شواهد حاکی از رشد فزاینده کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی است. برای نمونه نتایج نظرسنجی انجام شده توسط مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران «ایسپا» در خرداد ماه سال ۱۳۹۷ نشان داد که ۶۶ درصد ایرانیان حداقل عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی مجازی بودند (ایسپا، ۱۳۹۷). در این میان دانشجویان نیز از جمله کاربران عمده شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران محسوب می‌شوند و بررسی‌ها حاکی از آن است که اکثریت آن‌ها در این شبکه‌ها عضویت دارند (خلیلی، ۱۳۹۴؛ معینی‌کیا و دیگران، ۱۳۹۴).

افزون بر آن، نتایج پژوهش‌های انجام شده در داخل کشور نشان می‌دهد استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی و فرهنگی، و سبک زندگی آن‌ها تأثیرگذار است (صبوری خسروشاهی و آذرگون، ۱۳۹۲؛ صلواتیان و دولتخواه، ۱۳۹۶؛ عیدی‌زاده و بلوطکی، ۱۳۹۷). از این رو به نظر می‌رسد با توجه به رشد فزاینده استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان دانشجویان ایرانی و اثرات این شبکه‌ها بر جنبه‌های مختلف زندگی آن‌ها، بررسی رفتارهای مختلف دانشجویان در این شبکه‌ها از اهمیت خاصی برخوردار باشد. یکی از رفتارهای عمده کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی که در قلمرو علم اطلاعات و دانش‌شناسی قرار می‌گیرد، رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات است.

اشتراک‌گذاری اطلاعات مؤلفه مهمی از رفتار اطلاعاتی انسان است. در واقع فعالیت مکمل گرفتن اطلاعات همان اشتراک‌گذاری اطلاعات است. اگر شخص «الف» اطلاعات را از شخص «ب» بگیرد، می‌توان گفت که شخص «ب» اطلاعات را با شخص «الف» به اشتراک گذاشته است (فیدل، ۱۳۹۴). اشتراک‌گذاری اطلاعات فعالیتی ضروری در همه کارهای گروهی است و به پیوند دادن گروه‌ها و جوامع به یکدیگر کمک شایانی می‌کند (گیتونگا[1]، ۲۰۱۳). اطلاع‌یابی فراگردی است که طی آن فرد اطلاعاتی را که متناسب با دیدگاه‌های شخصی اوست، بازیابی می‌نماید (کولثاو[2]، ۱۹۹۱). اما اشتراک‌گذاری اطلاعات را می‌توان به عنوان عملی تعریف نمود که اطلاعات را برای دیگر اعضای جامعه که ممکن است به آن نیاز داشته باشند، فراهم می‌آورد (گاردونی[3] و دیگران، ۲۰۰۰). کالو[4] و دیگران (۲۰۱۲) نیز رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات را به منزله مبادله اطلاعات بین دو طرف تعریف می‌کنند که باعث می‌شود یک طرف به اطلاعات جمع‌آوری یا نگه‌داری شده توسط طرف دیگر دسترسی پیدا کند.

گرچه تعاریف ارائه شده از رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات بسیار ساده هستند ولی این به مفهوم ساده بودن اشتراک‌گذاری اطلاعات نیست. اشتراک‌گذاری اطلاعات موضوعی متغیر است و تحت تأثیر اثرات محیطی مختلفی قرار دارد. اطلاعات ممکن است در سطوح متفاوتی در فضاهای عمومی و خصوصی، زمینه‌های کاری و غیرکاری، توسط افرادی از رشته‌های مختلف و با تکیه بر محتوای مورد درخواست به اشتراک گذاشته شود. کیفیت و قابلیت اعتماد اطلاعات به اشتراک گذاشته شده، و پذیرش، درستی و تمایل به درخواست آن، همگی نیز متغیر هستند (رافائلی و رابن[5]، ۲۰۰۵)

افزون بر این، اشتراک‌گذاری اطلاعات پدیده پیچیده‌ای است که ابعاد بسیاری را شامل می‌شود (دو[6]، ۲۰۱۴). در بررسی اشتراک‌گذاری اطلاعات تنها نوع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده حائز اهمیت نیست، بلکه باید به زمان و چگونگی اطلاعات به اشتراک گذاشته شده نیز توجه کرد (لی[7] و دیگران، ۲۰۱۴). اشتراک‌گذاری اطلاعات هم‌چنین فراگردی یک طرفه نیست بلکه مبادله اطلاعات شاید شامل چندین فرد باشد که ممکن است برای هر یک مفید واقع شود (کنون و پری‌یولت[8]، ۱۹۹۹). از این‌رو رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات انسان را می‌توان از چهار جنبه مختلف مورد تجزیه و تحلیل قرار داد:

۱. موقعیت‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات: چه بافت اطلاعاتی منجر به اشتراک‌گذاری اطلاعات در رابطه با شرایط کاری و زندگی روزمره شده است؟
۲. انواع اشتراک‌گذاری یا عدم اشتراک‌گذاری اطلاعات: کدام نوع اشتراک‌گذاری اطلاعات به نمایش گذاشته شده است؟
۳. انگیزه اشتراک‌گذاری اطلاعات: چرا اطلاعات به اشتراک گذاشته شده است؟
۴. راهبردهای اشتراک‌گذاری اطلاعات: چگونه اطلاعات به اشتراک گذاشته شده است؟ (المِهمدی[9] و دیگران، ۲۰۱۴).

با توجه به فضای گسترده و پراکنده حاکم بر شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توان انتظار داشت که موضوع اشتراک‌گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها نسبت به دنیای واقعی قدری پیچیده‌تر باشد. بنابراین با توجه به موارد ذکر شده مشخص نیست که انگیزه دانشجویان از اشتراک‌گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها چیست؟

[1] Gitonga
[2] Kuhlthau
[3] Gardoni
[4] Calo

[5] Rafaeli & Raban
[6] Du
[7] Li
[8] Cannon & Perreault
[9] Almehmadi

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1399.7.1.4.6]

آن‌ها بیش‌تر چه نوع اطلاعاتی را در این شبکه‌ها به اشتراک می‌گذارند؟ از این‌رو پژوهش حاضر برای یافتن پاسخی مناسب برای این سؤال‌ها و سؤال‌های مشابه طراحی شد.

پیشینه پژوهش

انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی گناباد توسط داستانی و دیگران (۱۳۹۴) بررسی شد. یافته‌های پژوهش نشان داد انگیزه و هدف اصلی دانشجویان از عضویت در این شبکه‌ها ارتباط با دوستان قبلی و کنونی و همچنین سرگرمی بود.

نقش و کاربرد شبکه‌های اجتماعی مجازی عمومی در میان دانشجویان توسط کیان و دیگران (۱۳۹۴) بررسی شد. این پژوهش به روش پیمایشی انجام گرفت و جامعه آماری کلیه دانشجویان دوره کارشناسی ارشد دانشگاه خوارزمی تهران در سال تحصیلی ۱۳۹۲-۱۳۹۳ بودند. نتایج نشان داد که هدف اصلی اکثر دانشجویان در پیوستن به این شبکه‌ها، تفریح و سرگرمی بود.

انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط شِفر [1] (۲۰۰۸) مورد مطالعه قرار گرفت. این پژوهش به روش پیمایشی انجام شد و پرسشنامه برخط پژوهش برای کاربران سینگ[2] (یک شبکه اجتماعی مجازی آلمانی) ارسال گردید. در مجموع ۲۸۴ نفر پرسشنامه پژوهش را تکمیل نمودند. در این پژوهش انگیزه‌های کاربران جهت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در قالب چهار گروه طبقه‌بندی شد: مدیریت شبکه اجتماعی، ایجاد روابط جدید، برقراری تماس و سرگرمی.

انواع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در فیس‌بوک توسط راماسامی[3] و دیگران (۲۰۱۴) بررسی شد. این پژوهش به روش پیمایشی در بین ۳۱۴ نفر از دانشجویان دانشگاه فنی نانیانگ[4] کشور سنگاپور انجام شد. نتایج نشان داد که اطلاعات مربوط به سرگرمی شایع ترین نوع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده توسط کاربران بود.

ویژگی‌های رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات کاربران در فیس‌بوک توسط چیا[5] و دیگران (۲۰۱۵) مورد مطالعه قرار گرفت. در این پژوهش ۹۷۲ پست از ۲۰ کاربر فیس‌بوک که در محدوده سنی ۳۰ تا ۵۰ قرار داشتند در یک بازه زمانی دو ماهه به روش تحلیل محتوا بررسی شد. نتایج نشان داد به غیر از به روزرسانی‌های شخصی، موضوع پُست‌های فیس‌بوک، به ترتیب کاهش فراوانی عبارت بودند از: سرگرمی (به خصوص طنز و موسیقی)، غذا (به خصوص عکس‌ها و پیوند به وبگاه‌های مربوط به مواد غذایی)، درس زندگی و نقل قول، سلامت (به طور عمده نکات بهداشتی/شیوه زندگی و مشاوره در مورد مسائل بهداشت عمومی)، حیوانات خانگی و اخبار.

انگیزه اشتراک‌گذاری اطلاعات کاربران در رسانه‌های اجتماعی توسط گایسانی[6] و دیگران (۲۰۱۷) مورد بررسی قرار گرفت. جامعه پژوهش شامل کاربران اندونزیایی رسانه‌های اجتماعی با حداقل ۱۲ سال سن بود. این پژوهش به روش پیمایشی انجام و داده‌ها از طریق پرسشنامه برخط گردآوری شد. در مجموع ۲۵۵ نفر پرسشنامه پژوهش را تکمیل نمودند. رسانه‌های اجتماعی مورد بررسی در این پژوهش عبارت بودند از: شبکه‌های اجتماعی مجازی، میکروبلاگ‌ها، ویکی‌ها، وبلاگ‌ها و انجمن‌های برخط. در این پژوهش انگیزه اشتراک‌گذاری اطلاعات بر اساس نوع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده (شامل اطلاعات شخصی، حساس، سیاسی، گاه به گاه، و تجربه) در رسانه‌های اجتماعی بررسی شد. نتایج نشان داد انگیزه اصلی کاربران برای اشتراک‌گذاری اطلاعات شخصی در رسانه‌های اجتماعی بیش‌تر بر روابط با افراد دیگر متمرکز بود. اما انگیزه اصلی کاربران برای اشتراک‌گذاری اطلاعات حساس، سیاسی، گاه به گاه و تجارب در این رسانه‌ها، بیش‌تر مطرح کردن عقاید در محیط اینترنت بود.

به نظر می‌رسد در پژوهش‌های داخلی تنها انگیزه‌های کلی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد توجه قرار گرفته، و به انگیزه‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها به طور مجزا پرداخته نشده است. افزون بر این در داخل کشور تا کنون پژوهشی پیرامون انواع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در این شبکه صورت نگرفته است. اگر چه مباحث مذکور در پژوهش‌های انجام شده در خارج از کشور مورد بررسی قرار گرفته‌اند اما از آن‌جایی که تفاوت در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ممکن است پس زمینه فرهنگی داشته باشد (تیان، ۲۰۱۶). بنابراین نمی‌توان نتایج حاصل از پژوهش‌های انجام شده در خارج کشور را برای رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات کاربران ایرانی نیز مورد استفاده قرار داد.

سؤال‌های پژوهش

۱. دانشجویان چه نوع اطلاعاتی را در شبکه‌های اجتماعی مجازی به اشتراک می‌گذارند؟

۲. انگیزه دانشجویان از اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی چیست؟

روش پژوهش

[1] Schaefer
[2] Xing
[3] Ramaswami
[4] Nanyang Technological University
[5] CHia
[6] Ghaisani

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

[DOR: 20.1001.1.24237418.1399.7.1.4.6]

این پژوهش از نوع کاربردی است که با رویکرد کیفی به روش تحلیل مضمون[1] انجام شد. تحلیل مضمون یکی از روش‌های رایج و کارآمد در تحلیل محتوای کیفی است که برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی مورد استفاده قرار می‌گیرد (عابدی جعفری و دیگران، ۱۳۹۰). جامعه پژوهش شامل دانشجویان دانشگاه‌های زیر پوشش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در استان خراسان جنوبی بود که حداقل شش ماه تجربه استفاده از یکی از شبکه‌های اجتماعی مجازی تلگرام، اینستاگرام یا واتساپ را داشته‌اند.

در این پژوهش از رویکرد نمونه‌گیری غیراحتمالاتی (غیرتصادفی) و از نوع نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد. در این نوع نمونه‌گیری، پس از انتخاب فرد یا افرادی با ویژگی‌های خاص، از آن‌ها خواسته می‌شود سایر افرادی را که همان خصوصیات را دارند، معرفی نمایند (سفیری، ۱۳۸۷). از این‌رو در این پژوهش ابتدا در هر حوزه تحصیلی یک نفر از جامعه که علاقه‌مند به شرکت در مصاحبه بود انتخاب، و با وی مصاحبه شد، سپس از وی خواسته شد یک دانشجوی دیگر در همان حوزه تحصیلی که سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد نظر را حداقل به مدت شش ماه داشته باشد، معرفی نماید. بدین ترتیب کار انتخاب آزمودنی‌ها تا رسیدن به اشباع داده‌ها ادامه یافت. در این انتخاب تلاش شد تا تقریباً نسبت افراد نمونه از نظر متغیرهای جنسیت، حوزه تحصیلی و مقطع تحصیلی در مقایسه با کل جامعه رعایت شود.

در این پژوهش برای گردآوری داده‌های مورد نیاز، مصاحبه به عمل آمد. روش اجرای مصاحبه مورد استفاده از نوع نیمه ساختاریافته بود. به هنگام اجرای این مصاحبه، نخست به دانشجویان توضیحات کوتاهی در مورد هدف از انجام مصاحبه توسط پژوهشگر ارائه و به آن‌ها گفته شد به هنگام پاسخگویی به سؤال‌ها، در صورت مفهوم نبودن سؤال‌ها می‌توانستند از پژوهشگر در مورد پرسش‌ها توضیح بخواهند. مدت زمان انجام مصاحبه‌ها بین ۳۰ تا ۴۰ دقیقه متغیر بود. بدین ترتیب در مجموع با ۱۷ نفر مصاحبه انجام شد.

روایی در پژوهش کیفی به این پرسش مربوط می‌شود که آیا روش‌ها، رویکردها و فنون به یکدیگر مرتبط است و آن‌چه را که پژوهشگر می‌خواهد بیابد، می‌سنجد یا نه؟ (هومن، ۱۳۸۵). از این رو برای سنجش روایی ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی، راهنمای مصاحبه نیم‌ساختاریافته تهیه شده در اختیار تعدادی از استادان و صاحبنظران حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی قرار گرفت و بعد از دریافت نظرات آن‌ها، اصلاحات لازم در این راهنما صورت گرفت.

در پژوهش‌های کیفی با توجه به این‌که پژوهشگر خود ابزار اصلی پژوهش است، بنابراین پژوهش هرگز نمی‌تواند عیناً تکرار شود و همان نتایج را به‌دست دهد. اگرچه پژوهش می‌تواند توسط پژوهشگران دیگر تکرار شود ولی تکرار دقیق نتایج و یافته‌ها تقریباً غیرممکن است. بر این اساس، در پژوهش‌های کیفی به جای توجه به پایایی، بر کیفیت پژوهش تأکید می‌شود (هومن، ۱۳۸۵). یکی از راهبردهایی که برای اطمینان از کیفیت پژوهش در روش کیفی مورد استفاده قرار می‌گیرد روش «بررسی فردی به وسیله اعضا» است. این روش که یکی از راهبردهای مهم اعتمادپذیری است شامل فرایند آزمون فرضیه‌ها، داده‌ها، مقوله‌های مقدماتی، و تفسیر و تحلیل داده‌ها با مشارکت اعضای گروه‌های شرکت‌کننده است (هومن، ۱۳۸۵). مطابق این روش یافته‌های مصاحبه‌های انجام شده بعد از پیاده‌سازی در اختیار خود شرکت‌کنندگان (مصاحبه شوندگان) قرار گرفت تا نظرات خود را درباره صحت و دقت آن‌ها بیان نمایند. از این‌رو بر اساس نظرات مطرح شده از سوی مصاحبه‌شوندگان اصلاحات لازم در یافته‌ها انجام شد. به‌طورکلی، با توجه به آنچه گفته شد، ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش از روایی و پایایی برخوردار بود.

در پژوهش حاضر با استفاده از برنامه ضبط صدا، مصاحبه‌ها ضبط گردید. صحبت‌های ضبط شده بلافاصله بعد از انجام هر مصاحبه، ابتدا بر روی کاغذ پیاده و سپس در قالب نرم‌افزار ورد تایپ و ذخیره شدند. سپس متن مصاحبه‌ها چندین بار خوانده و مرور شدند به طوری که نسبت به داده‌های جمع‌آوری شده درک کلی حاصل شد. پس از آن در خصوص هر یک از موضوعات مورد بررسی –انگیزه‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی و انواع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در این شبکه‌ها– به طور جداگانه داده‌ها به واحدهای معنایی (کد) در قالب جملات مرتبط با معنای اصلی شکسته شدند. واحدهای معنایی نیز چندین بار مرور و سپس کدهای مناسب هر واحد معنایی (مقوله‌های فرعی) نوشته شدند. مقوله‌های فرعی نیز در زیر مقوله‌های کلی‌تر طبقه‌بندی شدند. در نهایت مقوله‌های اصلی، مقوله‌های فرعی و کدهای اولیه مورد بازبینی نهایی قرار گرفتند. در این پژوهش برای افزایش سرعت و دقت کار کلیه مراحل کدگذاری باز و محوری و تحلیل مقوله‌ها از نرم‌افزار مکس‌کیودا[2] نسخه ۱۰ استفاده شد.

یافته‌ها

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد در این پژوهش با ۱۷ نفر مصاحبه به عمل آمد که ۵ نفر از آن‌ها از حوزه علوم انسانی و از حوزه‌های علوم پایه، فنی مهندسی و کشاورزی هر کدام ۴ نفر برگزیده شده بودند. از نظر جنسیت ۱۰ نفر از مصاحبه‌شوندگان مرد

[1] thematic analysis

[2] MAXQDA

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

[DOR: 20.1001.1.24237418.1399.7.1.4.6]

و ۷ نفر زن بودند. به لحاظ مقطع تحصیلی ۴ نفر دانشجوی مقطع کاردانی، ۶ نفر دانشجوی مقطع کارشناسی، ۴ نفر دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد و ۳ نفر دانشجوی مقطع دکتری بودند.

بیش‌ترین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط دانشجویان جهت اشتراک‌گذاری اطلاعات در تلگرام صورت گرفته بود به طوری‌که هر ۱۷ نفر مصاحبه‌شونده از این شبکه اجتماعی مجازی جهت اشتراک‌گذاری اطلاعات استفاده کرده‌اند. پس از تلگرام بیش‌تر میزان استفاده جهت اشتراک‌گذاری اطلاعات به ترتیب مربوط به شبکه‌های اجتماعی مجازی اینستاگرام (۱۴ نفر)، واتساپ (۷ نفر)، ایمو (۶ نفر)، سروش (۲ نفر) و ایتا (۱ نفر) بود. در واقع می‌توان گفت دانشجویان بیش‌تر از شبکه‌های اجتماعی مجازی خارجی به ویژه تلگرام و اینستاگرام جهت اشتراک‌گذاری اطلاعات استفاده کرده‌اند و میزان استفاده آن‌ها از شبکه‌های اجتماعی مجازی داخلی در این زمینه بسیار اندک است.

پاسخ سؤال اول پژوهش: دانشجویان چه نوع اطلاعاتی را در شبکه‌های اجتماعی مجازی به اشتراک می‌گذارند؟

برای انواع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط دانشجویان ۴۱ کد اولیه به دست آمد که بعد از ادغام موارد تکراری و مشابه کدهای اولیه به ۲۴ عدد رسید. شایان ذکر است منظور از کدهای تکراری مواردی است که بیش از یک مصاحبه شونده به آن اشاره کرده است نه این‌که پژوهشگر چند بار آن را تکرار کرده باشد. سپس این کدها بر حسب میزان شباهت موضوعی و مفهومی در قالب ۸ مقوله فرعی دسته‌بندی شد. مقوله‌های فرعی به‌دست آمده جهت ارائه مطلوب‌تر در ذیل دو مقوله اصلی با عنوان «اطلاعات آگاهی‌رسان»، و «اطلاعات سرگرم‌کننده» قرار گرفت. در جدول ۱ عدد داخل پرانتز در کنار مقوله اصلی و فرعی نشان‌دهنده فراوانی یا وزن هر یک از آن‌ها است.

همان‌گونه که در جدول ۱ مشخص است، مقوله اصلی «اطلاعات آگاهی‌رسان» شامل پنج مقوله فرعی «اطلاعات اجتماعی-سیاسی»، «اطلاعات خبری»، «اطلاعات شغلی»، «اطلاعات علمی-آموزشی» و «اطلاعات مذهبی» بود. مقوله اصلی اطلاعات آگاهی‌رسان و زیرمجموعه آن در حقیقت بیانگر آن دسته از اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی است که بیش‌تر در آن هدف آگاهی‌رسانی به دیگر اعضای این شبکه‌ها مطرح بوده است.

در مجموع برای این مقوله اصلی ۲۱ کد به دست آمد. مقوله فرعی «اطلاعات علمی-آموزشی» با ۸ کد اولیه دارای بیش‌ترین فراوانی بود که حاکی از جایگاه مناسب مباحث علمی و آموزشی در بین اطلاعات به اشتراک گذاشته شده توسط دانشجویان در این شبکه‌هاست. برای نمونه یکی از مصاحبه‌شوندگان در این خصوص اظهار داشته بود که «چون جنبه آموزشی برام مهمه بیش‌تر مطالب علمی می‌ذارم» یا فردی دیگری گفته بود «بیش‌تر اطلاعات ورزشی‌ای که برای سلامتی مردم مفیدند را در این شبکه‌ها به اشتراک می‌گذارم». به نظر می‌رسد اطلاعات علمی-آموزشی به اشتراک گذاشته شده توسط دانشجویان چندان به مباحث درسی آن‌ها مرتبط نبوده و بیش‌تر پیرامون موضوعات مورد علاقه ایشان بوده است.

پس از مقوله فرعی «اطلاعات علمی-آموزشی» بیش‌ترین فراوانی مربوط به مقوله فرعی «اطلاعات خبری» بود. شاید بتوان گفت که بخشی قابل توجهی از اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در این شبکه‌ها توسط دانشجویان شامل اطلاعات خبری در زمینه‌های مختلف بوده است. برای مثال یکی از دانشجویان به این موضوع اشاره کرده بود که «بیش‌تر اخبار ورزشی» را در این شبکه‌ها به اشتراک گذاشته است. مقوله‌های فرعی «اطلاعات شغلی» و «اطلاعات مذهبی» نیز با ۲ کد اولیه کم‌ترین فراوانی را دارا بودند.

جدول ۱. کدها و مقوله‌های بدست آمده برای انواع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی

مقوله اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای اولیه	فراوانی کدها
اطلاعات آگاهی‌رسان (۲۱)	اطلاعات اجتماعی سیاسی (۴)	موضوعات اجتماعی	۱
		مباحث سیاسی	۳
	اطلاعات خبری (۵)	اخبار روز	۲
		اخبار سیاسی	۱
		اخبار ورزشی	۲
	اطلاعات شغلی (۲)	اطلاعات استخدامی	۱
		مباحث کاری	۱
	اطلاعات علمی- آموزشی (۸)	اطلاعات تاریخی	۱
		دانستنی‌ها	۲
		مباحث روان‌شناسی	۱
		مباحث ورزشی مرتبط با حوزه سلامت	۲
		مطالب علمی	۲

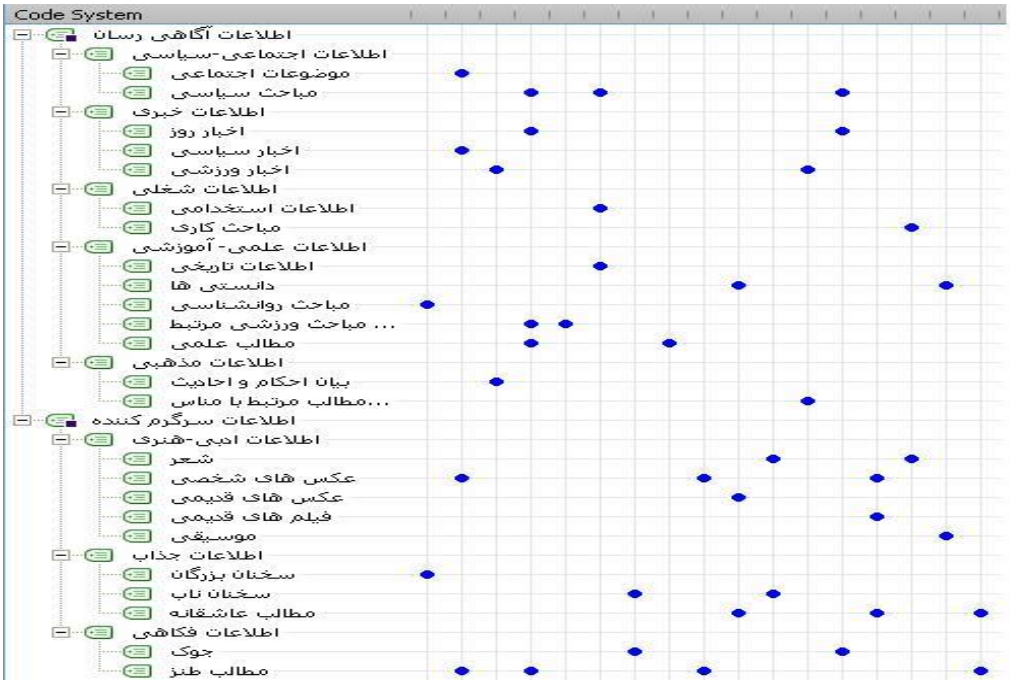
[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1399.7.1.4.6]

	اطلاعات مذهبی (۲)	بیان احکام و احادیث	۱
		مطالب مرتبط با مناسبت‌های مذهبی	۱
اطلاعات سرگرم‌کننده (۲۰)	اطلاعات ادبی-هنری (۸)	شعر	۲
		عکس‌های شخصی	۳
		عکس‌های قدیمی	۱
		فیلم‌های قدیمی	۱
		موسیقی	۱
	اطلاعات جذاب (۶)	سخنان بزرگان	۱
		سخنان ناب	۲
		مطالب عاشقانه	۳
	اطلاعات فکاهی (۶)	جوک	۲
		مطالب طنز	۴

مقوله اصلی «اطلاعات سرگرم‌کننده» شامل مقوله‌های فرعی «اطلاعات ادبی-هنری»، «اطلاعات جذاب» و «اطلاعات فکاهی» بود. این مقوله اصلی و زیرمجموعه آن بیانگر آن دسته از اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی است که به بیش‌تر جنبه سرگرمی داشته‌اند و در آن آگاهی‌رسانی به دیگر اعضای شبکه چندان مورد نظر نبوده است. در مجموع برای مقوله اصلی اطلاعات سرگرم‌کننده ۲۰ کد به دست آمد که نشان می‌دهد این نوع اطلاعات نیز به اندازه اطلاعات «آگاهی-رسان» در شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط دانشجویان به اشتراک گذاشته شده است.

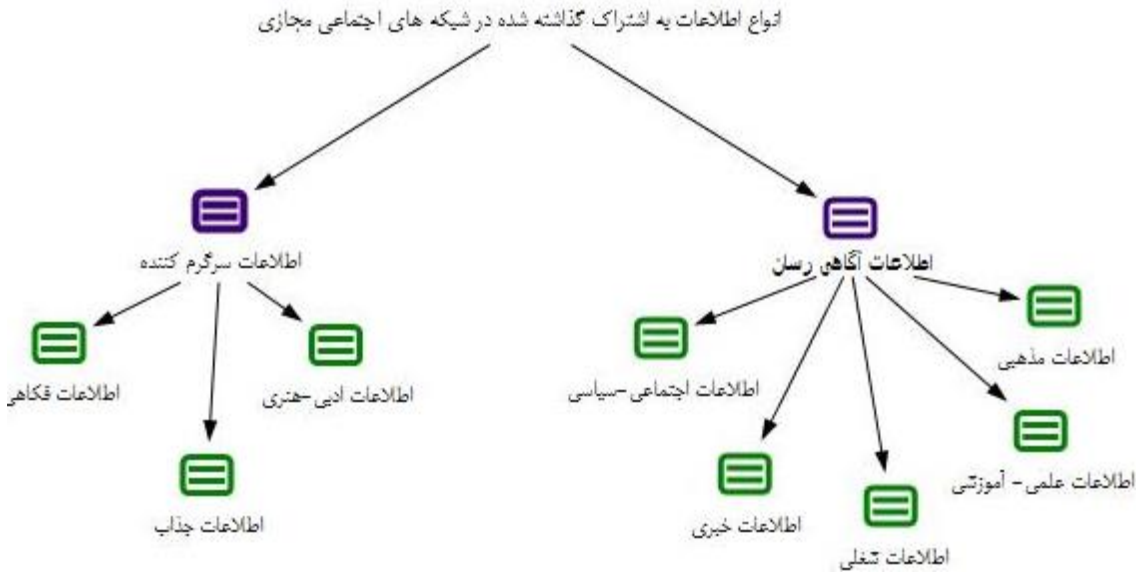
مقوله فرعی «اطلاعات ادبی-هنری» با ۸ کد اولیه دارای بیش‌ترین فراوانی بود. در این زمینه اشتراک‌گذاری عکس‌های شخصی یا قدیمی از جمله موارد مطرح شده توسط دانشجویان بود. برای نمونه یکی از دانشجویان در پاسخ به این سؤال گفته بود: «بیش‌تر فیلم‌های قدیمی و عکسای خودم ولی طوری که چهره‌ام مشخص نباشه را در این شبکه‌ها می‌ذارم» . افزون بر این اشتراک‌گذاری اشعار نیز از دیگر مباحث مورد علاقه دانشجویان بوده که در این مقوله فرعی قرار گرفته است. برای مثال مصاحبه-شونده‌ای در این خصوص چنین اظهار داشته بود: «بیش‌تر شعرهایی رو که دوس دارم در صفحه اینستاگرامم قرار می‌دم». در مجموع می‌توان گفت که «اطلاعات ادبی-هنری» در کنار «اطلاعات علمی-آموزشی» بیش‌ترین نوع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده توسط دانشجویان در این شبکه‌ها بوده است. هر کدام از مقوله‌های فرعی «اطلاعات جذاب» و «اطلاعات فکاهی» نیز دارای ۶ کد اولیه بودند. برای مثال در خصوص اطلاعات جذاب اشتراک‌گذاری «مطالب مفهومی مثل سخنان و مطالب ناب» یا «مطالب غمگین خصوصاً مطالب عاشقانه» از جمله موارد مطرح شده توسط مصاحبه‌شوندگان بود. در خصوص اطلاعات فکاهی نیز اشتراک‌گذاری «جوک» و «مطالب طنز» از جمله موضوعات مورد علاقه کاربران بوده است.



[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1399.7.1.4.6]

شکل ۱. نمایی از کدگذاری انواع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده توسط دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس نرم‌افزار مکس‌کیودا ۱۰

نمایی از کدگذاری انواع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس نرم‌افزار مکس‌کیودا ۱۰ نیز در شکل ۱ ارائه شده است. در شکل ۲ نقشه مفهومی به دست آمده برای انواع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط دانشجویان بر اساس خروجی نرم‌افزار مکس‌کیودا ارائه شده است.



شکل ۲. نقشه مفهومی انواع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده توسط دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس خروجی نرم‌افزار مکس‌کیودا ۱۰

پاسخ سؤال دوم پژوهش: انگیزه دانشجویان از اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی چیست؟

برای شناسایی انگیزه‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط دانشجویان در کدگذاری اولیه تعداد ۳۹ کد به‌دست آمد که بعد از اصلاح این کدها و حذف موارد تکراری و مشابه کدهای اولیه به ۱۸ عدد رسید. در مرحله بعد این کدها بر حسب میزان شباهت موضوعی و مفهومی در کنار یکدیگر قرار گرفتند و در قالب ۷ مقوله فرعی دسته بندی شدند. مقوله‌های فرعی به‌دست آمده نیز جهت ارائه مطلوب‌تر در ذیل دو مقوله اصلی تحت عنوان «انگیزه‌های شخصی»، و «انگیزه‌های اجتماعی» قرار گرفتند. در ادامه و در جدول ۲ مقوله‌بندی یاد شده به تفکیک ارائه شده است. در اینجا نیز عدد داخل پرانتز در کنار مقوله اصلی و فرعی فراوانی یا به عبارتی وزن هر یک از آن‌ها را نشان می‌دهد.

همان‌گونه که در جدول ۲ مشخص است، مقوله اصلی «انگیزه‌های اجتماعی» شامل مقوله‌های فرعی «آموزش»، «اطلاع‌رسانی» و «برقراری ارتباط با دیگران» است. هر یک از این مقوله‌ها خود از کدهای مختلفی تشکیل شده که بر اساس گفته‌های مصاحبه‌شوندگان استخراج شده‌اند. این مقوله اصلی و زیر مجموعه آن در حقیقت بیانگر آن دسته انگیزه‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی است که بیش‌تر جنبه غیرشخصی داشته و در ارتباط با دیگر افراد جامعه مطرح بوده است. در مجموع برای مقوله اصلی انگیزه‌های اجتماعی ۱۶ کد به دست آمد.

مقوله فرعی «برقراری ارتباط با دیگران» با ۷ کد اولیه بیش‌ترین فراوانی را داشت که بیانگر اهمیت بالای آن در میان سایر مقوله‌های فرعی بود. برقراری ارتباط با دیگران در این شبکه‌ها خود با اهداف متفاوتی نظیر اخذ نظر دیگران، تبادل اطلاعات با دیگران، داشتن رابطه با دیگران یا مورد تأیید واقع شدن (لایک گرفتن) صورت گرفته است. برای مثال مصاحبه‌شونده‌ای پیرامون این موضوع گفته بود: «می‌خوام ببینم افراد چه عکس‌العملی نسبت به برخی مطالب دارند و نظر دیگران را در خصوص این مطالب بیابم» یا فردی دیگری اظهار داشته بود: «از این طریق می‌خوام با دوستانم تبادل اطلاعات کنم». مقوله فرعی «برقراری ارتباط با دیگران» در مجموع کدهای اولیه هر دو مقوله اصلی نیز دارای بالاترین فراوانی پس از مقوله «سرگرمی و وقت‌گذرانی» بود.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1399.7.1.4.6]

جدول۲. کدها و مقوله‌های بدست آمده برای انگیزه اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی

مقوله اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای اولیه	فراوانی کدها
اجتماعی (۱۶)	آموزش (۵)	انتقال اطلاعات به دیگران	۴
		فرهنگ‌سازی	۱
	اطلاع‌رسانی (۴)	اطلاع‌رسانی پیرامون مسایل روز	۱
		بیان اخبار	۳
	برقراری ارتباط با دیگران (۷)	اخذ نظر دیگران	۳
		تبادل اطلاعات با دیگران	۱
		داشتن رابطه با دیگران	۲
		لایک گرفتن	۱
شخصی (۲۳)	بیان دیدگاه‌های شخصی (۳)	بیان افکار	۲
		طرح سلایق شخصی	۱
	سرگرمی و وقت‌گذرانی (۱۲)	تفریح کردن	۱
		سرگرم شدن	۸
		گذراندن وقت	۳
	کسب درآمد (۲)	انجام تبلیغات تجاری	۱
		معرفی خدمات جهت جذب مشتری	۱
	کسب شهرت (۶)	افزایش هواداران	۳
		جلب توجه دیگران	۲
		شاخ شدن	۱

مقوله فرعی «آموزش» تنها دارای ۵ کد بود که حاکی از کم‌رنگ بودن انگیزه‌های آموزشی در اشتراک‌گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها توسط دانشجویان است. به نظر می‌رسد این نوع آموزش بیش‌تر در قالب انتقال اطلاعات به دیگران صورت گرفته است برای مثال دانشجویی در این زمینه گفته بود: «خیلی کم مطلب می‌ذارم ولی بیشتر هدفم اینه که به دیگران اطلاعاتی رو بدم». البته بعضاً در اشتراک‌گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها با اهداف آموزشی موضوع فرهنگ‌سازی نیز مورد توجه بوده است به طوری یکی از مصاحبه‌شوندگان در این خصوص این‌گونه اظهار نظر کرده بود: «بعضی وقتا جهت فرهنگ‌سازی هم مطالبی میذارم». مقوله فرعی «اطلاع‌رسانی» نیز با ۴ کد اولیه دارای کم‌ترین فراوانی بود. اظهارات مصاحبه‌شوندگان نشان می‌دهد انگیزه اطلاع‌رسانی در این شبکه‌ها عمدتاً با هدف «بیان اخبار» بوده است.

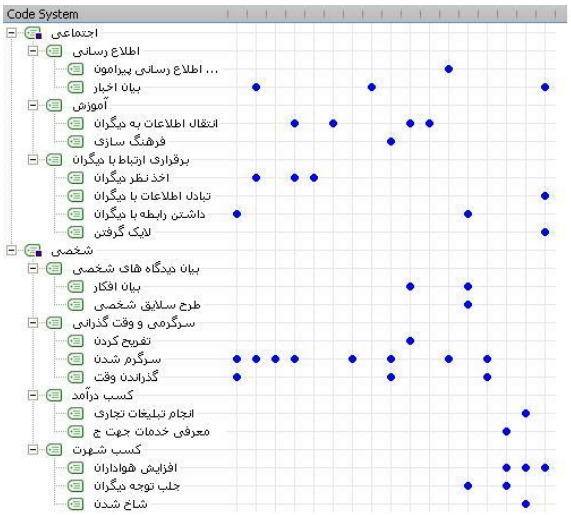
مقوله اصلی «انگیزه‌های شخصی» شامل مقوله‌های فرعی «بیان دیدگاه‌های شخصی»، «سرگرمی و وقت‌گذرانی»، «کسب درآمد» و «کسب شهرت» است. در مجموع برای مقوله اصلی انگیزه‌های شخصی ۲۳ کد به دست آمد که بیانگر اهمیت بیش‌تر این مقوله نسبت مقوله انگیزه‌های اجتماعی است. به بیانی دیگر، می‌توان گفت که اشتراک‌گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها بیش‌تر با انگیزه‌های شخصی صورت گرفته است. در این بین مقوله فرعی «سرگرمی و وقت‌گذرانی» با ۱۲ کد اولیه بیش‌ترین فراوانی را در میان مقوله‌های فرعی انگیزه‌های شخصی، و هم‌چنین کل کدهای اولیه هر دو مقوله اصلی مورد بررسی داشت. از این رو شاید بتوان گفت که سرگرمی و وقت‌گذرانی اصلی‌ترین دلیل اشتراک‌گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها توسط دانشجویان است. برای نمونه در پاسخ به این سؤال دو نفر از دانشجویان چنین پاسخ داده بودند: «از روی بیکاری مطلب می‌گذارم تا سرگرم بشم»، «چیزایی که برام جالب باشند رو جهت سرگرمی در این شبکه‌ها می‌ذارم».

کسب شهرت از دیگر انگیزه‌های اصلی دانشجویان جهت اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی بوده که در این مقوله قرار گرفته است. در این زمینه تلاش برای افزایش هواداران در این شبکه‌ها و نیز جلب توجه دیگران بیش‌تر از سوی مصاحبه‌شوندگان مطرح شده بود. برای نمونه دانشجویی انگیزه خود از اشتراک‌گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها را این‌گونه بیان کرده بود: «به خاطر این‌که تعداد فالوورهایم بالا برن». بیان دیدگاه‌های شخصی نیز گرچه چندان از سوی مصاحبه‌شوندگان به عنوان انگیزه اشتراک‌گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها مطرح نشده بود ولی با توجه به رایگان بودن استفاده از این شبکه‌ها، استفاده از این بستر به عنوان ابزاری جهت بیان افکار و سلایق شخصی محتمل به نظر می‌رسد. برای مثال مصاحبه‌شونده‌ای پیرامون انگیزه اشتراک‌گذاری اطلاعات خود در این شبکه‌ها گفته بود: «واسه این‌که افکار و سلایق شخصی‌ام را در این شبکه‌ها بیان کنم». مقوله «کسب درآمد» نیز با ۲ کد اولیه کم‌ترین فراوانی را دارا بود که نشان می‌دهد چندان انگیزه‌های اقتصادی در استفاده این شبکه‌ها توسط دانشجویان مطرح نبوده است.

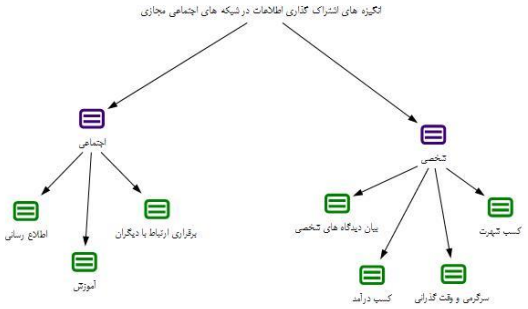
[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1399.7.1.4.6]

در شکل ۳ نمایی از کدگذاری انگیزه‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس نرم‌افزار مکس-کیودا ۱۰ نیز نشان داده شده است. در شکل ۴ نقشه مفهومی به دست آمده برای انگیزه‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط دانشجویان بر اساس خروجی نرم‌افزار مکس‌کیودا ۱۰ ترسیم شده است.



شکل ۳. نمایی از کدگذاری انگیزه‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات بر اساس نرم‌افزار مکس‌کیودا ۱۰



شکل ۴. نقشه مفهومی انگیزه‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط دانشجویان بر اساس خروجی نرم‌افزار مکس‌کیودا ۱۰

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که بیش‌ترین میزان اشتراک-گذاری اطلاعات توسط دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی در تلگرام و اینستاگرام صورت گرفته است. نتایج پژوهش‌های میرزایی و دیگران (۱۳۹۵) و یعقوبی و دیگران (۱۳۹۵) نیز بیانگر این بود که تلگرام پراستفاده‌ترین شبکه اجتماعی مجازی در میان دانشجویان بود و پس از آن بالاترین میزان استفاده به اینستاگرام اختصاص داشت. گرچه در زمان اجرای پژوهش، تلگرام فیلتر شده بود اما نتایج پژوهش حاضر بیانگر این بود که آمار استفاده از آن جهت اشتراک‌گذاری اطلاعات هم‌چنان بالا بود. نتایج نظرسنجی انجام شده توسط ایسپا در خردادماه ۱۳۹۷ نیز مؤید این موضوع بود به طوری‌که تلگرام با ۶۲٪ دارای بالاترین میزان استفاده در میان کاربران شبکه‌های مجازی در ایران را به خود اختصاص داد (ایسپا، ۱۳۹۷). به نظر می‌رسد ویژگی‌های منحصر به فرد تلگرام و اینستاگرام، و کاربرپسندی آن‌ها از جمله دلایل اصلی استفاده اکثر دانشجویان از این شبکه‌ها جهت اشتراک‌گذاری اطلاعات باشد. البته شاید اعتماد نسبی دانشجویان به این شبکه‌ها، با توجه به تجربه استفاده و نداشتن مشکل با آن‌ها، نیز در استفاده بیش‌تر از آن‌ها توسط کاربران ایرانی و به ویژه دانشجویان تا حدودی اثرگذار بوده است.

نتایج پژوهش‌های انجام شده در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران حاکی از این است که مهم‌ترین دلیل استفاده دانشجویان ایرانی از شبکه‌های اجتماعی مجازی سرگرمی است (خلیلی، ۱۳۹۴؛ داستانی و دیگران، ۱۳۹۴؛ کیان و دیگران، ۱۳۹۴). از این‌رو تا حد زیادی قابل انتظار بود که اشتراک‌گذاری این نوع اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی چشمگیر باشد. این موضوع با نتایج یافته‌های پژوهش‌های راماسامی و دیگران (۲۰۱۴) و چیا و دیگران (۲۰۱۵) نیز تقریباً مطابقت داشت. آن‌ها بیش‌ترین نوع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده توسط کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی را اطلاعات سرگرم‌کننده گزارش کرده بودند. اما نکته قابل توجه در این زمینه بالا بودن میزان اشتراک‌گذاری اطلاعات علمی-آموزشی در این شبکه‌ها توسط دانشجویان بود. مسأله‌ای که نشان می‌دهد گرچه سرگرمی دلیل اصلی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان دانشجویان ایرانی بوده، اما آن‌ها در حد مناسبی برای مراودات و مبادلات علمی و آموزشی نیز از این شبکه‌ها استفاده کرده‌اند. در همین راستا، نتایج پژوهش صراف‌زاده و علوی (۱۳۹۳) نیز نشان داد که دانشجویان دیدگاه مثبتی نسبت به استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای اهداف آموزشی و حرفه‌ای داشتند. بنابراین شاید بتوان گفت که امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی در زمینه آموزش، به ویژه آموزش غیرمستقیم،

نقش‌آفرین هستند هر چند به نظر می‌رسد این موضوع در کشور ما از سوی متولیان آموزش عالی به دلیل فیلتر بودن برخی از شبکه-های اجتماعی مجازی به ویژه تلگرام و بعضاً وجود برخی مشکلات زیرساختی جهت اتصال به این شبکه‌ها کم‌تر مورد توجه قرار گرفته و این آموزش بیش‌تر به صورت غیررسمی توسط برخی از استادان و دانشجویان انجام می‌شود.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1399.7.1.4.6]

در خصوص انگیزه‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی، شاید سرگرمی و وقت‌گذرانی را بتوان مهم‌ترین دلیل اشتراک‌گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها توسط دانشجویان دانست. این موضوع با نتایج به دست آمده برای سؤال دوم پژوهش مبنی بر چشمگیر بودن اشتراک‌گذاری اطلاعات سرگرم‌کننده در این شبکه‌ها مطابقت دارد. افزون بر این نتایج پژوهش حاضر با نتایج برخی از پژوهش‌های انجام شده در این حوزه مبنی بر اینکه انگیزه‌های اصلی استفاده از این شبکه‌ها سرگرمی (مرادی و دیگران، ۱۳۹۳؛ خلیلی، ۱۳۹۴؛ داستانی و دیگران، ۱۳۹۴؛ کیان و دیگران، ۱۳۹۴؛ تولایی و دیگران، ۱۳۹۶؛ شِفر، ۲۰۰۸) و برقراری ارتباط با دیگران (شهابی و بیات، ۱۳۹۱؛ مرادی و دیگران، ۱۳۹۳؛ داستانی و دیگران، ۱۳۹۴؛ معینی‌کیا و دیگران، ۱۳۹۴؛ تولایی و دیگران، ۱۳۹۶؛ جانسن[1] و دیگران، ۲۰۱۱؛ مازمن و اوزلوئل[2]، ۲۰۱۱) است، مطابقت داشت. شاید نبود یا کمبود برنامه‌ریزی در دانشگاه‌ها به منظور پر کردن اوقات فراغت دانشجویان از دلایل اصلی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی جهت سرگرمی و وقت‌گذرانی باشد. زیرا از یک سو محدودیت‌های اقتصادی که اکثر دانشجویان ایرانی با آن مواجه هستند، موجب شده است که امکان استفاده از برنامه‌های تفریحی در خارج دانشگاه به دلایل داشتن هزینه برای ایشان فراهم نباشد. از سوی دیگر، به دلیل دسترسی رایگان دانشجویان به اینترنت در اکثر دانشگاه‌ها، استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط ایشان با حداقل هزینه میسر شده است. افزون بر این در این شبکه‌ها برنامه‌ها و امکانات متنوعی تدارک دیده شده است که برای کاربران جوان به ویژه دانشجویان دارای جذابیت‌های بسیاری است و هر روز جذابیت‌های فضای مجازی برای آنان افزون می‌گردد. بنابراین به نظر می‌رسد این موارد در استفاده از این شبکه‌ها توسط دانشجویان و اشتراک‌گذاری اطلاعات در آن‌ها با هدف سرگرمی و وقت‌گذرانی تا حد زیادی تأثیرگذار بوده است.

به طور کلی اشتراک‌گذاری اطلاعات با هدف سرگرمی و وقت‌گذرانی در شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط دانشجویان را به خودی خود نمی‌توان خوب یا بد در نظر گرفت. مهم این است مشخص شود که اشتراک‌گذاری اطلاعات با هدف سرگرمی و وقت‌گذرانی چه آثاری را در زندگی فردی یا اجتماعی آن‌ها به دنبال داشته است. در صورتی که محتوای اطلاعات به اشتراک گذاشته در این شبکه‌ها توسط دانشجویان از کیفیت لازم برخوردار باشد، می‌توان انتظار داشت اشتراک‌گذاری این نوع اطلاعات حتی با هدف سرگرمی و وقت‌گذرانی موجب رشد فردی و اجتماعی دانشجویان گردد. اما از آن‌جایی که یافته‌های پژوهش نویدی (۱۳۹۴) نشان داد که چالش‌های کاربران در برخورد با اطلاعات منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی شامل مواردی از قبیل صحت و اعتبار مطالب منتشر شده، مطالب تکراری و اضافه بار اطلاعاتی است توجه به کیفیت به اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در این شبکه‌ها ضروری به نظر می‌رسد. زیرا اگر محتوای اطلاعات به اشتراک گذاشته در این شبکه‌ها سطحی باشد و با ارزش‌های علمی، فرهنگی، مذهبی و نظایر آن در جامعه مغایرت داشته باشد، ممکن است این امر آسیب‌های جدی را به دنبال داشته باشد و حتی منجر به افول هویت فردی و اجتماعی دانشجویان گردد.

یافته‌های پژوهش نشان داد که پس از سرگرمی و وقت‌گذرانی، عمده‌ترین انگیزه اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط دانشجویان برقراری ارتباط با دیگران بود. در پژوهش گایسانی[3] و دیگران (۲۰۱۷) نیز یکی از انگیزه‌های اصلی اشتراک‌گذاری اطلاعات کاربران در رسانه‌های اجتماعی داشتن رابطه با دیگران گزارش شده بود. شاید از جمله دلایل اصلی اشتراک‌گذاری اطلاعات با هدف برقراری ارتباط با دیگران در این شبکه‌ها سرعت، سهولت و کم هزینه بودن ارتباط از طریق این شبکه‌ها نسبت به دیگر رسانه‌های ارتباطی باشد. البته در دسترس بودن این شبکه‌ها از طریق تلفن همراه و رایانه‌های شخصی نیز ممکن است تا حدودی در این زمینه اثرگذار باشد. با وجود این ممکن است اشتراک‌گذاری اطلاعات با این انگیزه دارای اهداف فرعی نیز باشد به طوری که نتایج پژوهش حاضر نشان داد که بعضاً اهدافی نظیر اخذ نظر دیگران، تبادل اطلاعات با دیگران و مورد تأیید قرار گرفتن از سوی دیگران (لایک گرفتن) در این فراگرد ارتباطی دنبال می‌شود.

انگیزه اشتراک‌گذاری اطلاعات با هدف آموزش نیز گرچه چندان پررنگ نیست، اما با توجه به نتایج سؤال دوم پژوهش حاضر مبنی بر بالا بودن اطلاعات علمی-آموزشی در این شبکه‌ها، بررسی دقیق‌تر آن ضروری به نظر می‌رسد. شاید عواملی نظیر نگرانی‌های موجود پیرامون آسیب‌های اجتماعی این شبکه‌ها و نیز فیلتر بودن برخی از شبکه‌های محبوب، موجب شده است که امکان استفاده از آن‌ها در نظام آموزشی کشور به طور رسمی وجود نداشته باشد. شبکه‌های اجتماعی مجازی داخلی نیز به دلایل مختلفی از جمله مشکلات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و عدم اعتماد کاربران به این شبکه‌ها نیز نتوانسته جایگزین مناسبی برای شبکه‌های اجتماعی مجازی خارجی فیلتر شده باشند. این موضوع احتمالاً منجر به عدم تمایل دانشجویان به اشتراک‌گذاری این نوع اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی گردیده است. البته ممکن است اهداف آموزشی به نوعی در دل دیگر انگیزه‌های اشتراک-

[1] Jansen
[2] Mazman & Usluel
[3] Ghaisani

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1399.7.1.4.6]

گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها نیز نهفته باشد. نتایج پژوهش یعقوبی و دیگران (۱۳۹۵) نیز به نوعی مؤید این موضوع است زیرا نتایج پژوهش مذکور نشان داد که بیش‌ترین استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هدف کاربرد آموزشی در فراگرد ارتباط آن‌ها با همکلاسی‌هایشان رخ می‌دهد؛ به عبارتی می‌توان گفت که در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با انگیزه برقراری ارتباط با دیگران شاید اهداف آموزشی نیز مستتر باشد.

یافته‌های پژوهش حاضر مبنی بر اشتراک‌گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها با نیت کسب شهرت با نتایج پژوهش اوه و سین[1] (۲۰۱۵) مطابقت داشت و نتایج پژوهش پارک[2] و دیگران (۲۰۱۴) نیز نشان داد که جست‌وجوی شهرت قصد اشتراک‌گذاری اطلاعات را تقویت می‌کرد. به نظر می‌رسد از آن‌جایی که همه انسان‌ها همواره و از هر راهی به دنبال هفت مطلوب اجتماعی (کسب شهرت، ثروت، قدرت، جاه و مقام، حیثیت اجتماعی، محبوبیت، علم) خویش هستند و کسب شهرت یکی از آن‌هاست، و اکثر افراد در طول حیات خویش به دنبال ارضای این نیاز می‌باشند، تا حد زیادی قابل انتظار بود که یکی از انگیزه‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها توسط دانشجویان کسب شهرت باشد زیرا امروزه رسانه‌های ارتباطی از جمله ابزارهایی هستند که امکان کسب شهرت را برای کاربران فراهم می‌نمایند. رسانه‌های سنتی نظیر رادیو و تلویزیون تنها امکان کسب شهرت را در اختیار افراد خاصی قرار می‌دهند اما همان طور که پیش‌تر اشاره شد شبکه‌های اجتماعی مجازی یکی از ارزان‌ترین، سریع‌ترین و در دسترس‌ترین رسانه‌های ارتباطی هستند و عموم افراد از جمله دانشجویان به راحتی می‌توانند از این رسانه جهت ارضای این نیاز استفاده نمایند. بالا بودن شمار افرادی که تنها از طریق این شبکه‌ها در سطح جامعه معروف شده‌اند، شاهدی بر این مدعی است.

در مجموع به نظر می‌رسد که انگیزه‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها تا حدودی ریشه در نیازهای فرد دارد به طوری که یافته‌های پژوهش رسول‌زاده اقدم و دیگران (۱۳۹۱) نیز حاکی از آن بود که بین نیازهای عاطفی (سرگرمی و تفریح)، شناختی (کسب اخبار و اطلاعات)، اجتماعی و تمایل به استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود داشت. از این‌رو موضوع انگیزه‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی نیازمند بررسی‌های بیش‌تری است و لازم است این انگیزه‌ها از ابعاد مختلف روان‌شناختی و جامعه‌شناسی مورد بررسی قرار گیرد. البته از نقش افراد یا گروه‌هایی که بر رفتارهای دانشجویان اثرگذار هستند نظیر استادان، دوستان و والدین نیز نباید غافل شد. به نظر می‌رسد آن‌ها به منزله الگوهایی عملی، در ایجاد انگیزه‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند نقش‌آفرین باشند.

در مجموع گرچه سرگرمی و وقت‌گذرانی انگیزه اصلی اشتراک‌گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها توسط دانشجویان است اما از آن‌جایی که «اطلاعات علمی-آموزشی» در کنار «اطلاعات ادبی-هنری» بیش‌ترین نوع اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در این شبکه‌هاست شاید بتوان گفت که اشتراک‌گذاری اطلاعات در این شبکه‌ها حتی با هدف سرگرمی و وقت‌گذرانی می‌تواند منجر به دسترسی کاربران به اطلاعات با ارزشی در این شبکه‌ها شود. از این‌رو در صورت برنامه‌ریزی صحیح می‌توان از این بستر مناسب که در حال حاضر با کم‌ترین هزینه ممکن در اختیار اقشار مختلف جامعه به ویژه دانشجویان قرار دارد بهترین شکل ممکن به ویژه در محیط‌های آموزشی بهره جست. این موضوع علاوه بر این‌که رشد فردی و اجتماعی ایشان را به دنبال خواهد شد، منجر به آثار مثبتی در سطح جامعه نیز خواهد گردید.

تعارض منافع

گزارش نشده است.

منبع حمایت کننده

گزارش نشده است.

[1] Oh. & Syn
[2] Park

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

[DOR: 20.1001.1.24237418.1399.7.1.4.6]

References

Abedi Ja'fari, H., Taslimi, M., Faghihi, A., Sheikhzade, M. (2011). Thematic analysis and thematic networks: A simple and efficient method for exploring patterns embedded in qualitative data municipalities). Strategic Management Thought, 5(2), 151-198. (Persian)

Almehmadi, F., Hepworth M., Maynard S. (2014). A framework for understanding information sharing: An exploration of the information sharing experiences of female academics in Saudi Arabia. In Proceedings of ISIC, the Information Behaviour Conference, Leeds, 2-5 September, 2014. Retrieved May 22, 2018 from http://InformationR.net/ir/19-4/isic/isic01.html.

Calo K.M., Cenci K., Fillottrani, P., Estevez E. (2012). Information sharing – benefits. Journal of Computer Science and Technology, 12 (2), 49-55.

Cannon, J.P.J., Perreault, W.D. (1999). Buyer-seller relationships in business markets. Journal of Marketing Research, 36(4), 439–460.

Chia, J., Geow, J.C.L., Khoo, C.S.G. (2015). Characteristics of information shared on facebook: An exploratory study. In proceedings of the 6th international conference on Asia-Pacific library and information education and practice, manila, philippines, October 28-30, 2015. Quezon city: University of the Philippines, School of Library and Information Studies. Retrieved May 8, 2018, from http://www.ntu.edu.sg/home/assgkhoo/papers/Chia,%20Geow%20&%20Khoo.A-IEP2015.pdf.

Dastani M., Keramati, J., Poorfatemi, A., Ekrami, A. (2015). The reasons and motives of virtual social networks among students of Gonabad University of Medical Sciences. Caspian Journal of Scientometrics, 2 (2) 24-27. (Persian)

Du, J. (2014). The information journey of marketing professionals: Incorporating work task-driven information seeking, information judgments, information use, and information sharing. Journal of the Association for Information Science and Technology, 65(9),1850–1869.

Eydi Zade, R., Ahmadi Blotaki, H. (2018). The relationship between the usage of what's app and telegram social networks and life style social sciences' students in science and research branch. Journal Sociology Studies, 11(38), 43-60. (Persian)

Fidel, R. (2015). Human information interaction: An Ecological Approach to Information Behavior. Translated by Farideh Osareh and et al. Tehran: ketabdar. (Persian)

Gardoni, M., Spadoni, M., Vernadat, F. (2000). Harnessing non-structured information and knowledge and know-how capitalisation in integrated engineering: Case study at aerospatiale matra. Concurrent Engineering, 8(4), 281–296.

Ghaisani, A.P., Handayani, P.W., Munajat, Q. (2017). Users' motivation in sharing information on social media. Procedia Computer Science, 124, 530–535.

Gitonga, M.M.A. (2013). Information sharing among humanitarian organizations in Kenya. M.A. thesis. University of Nairobi. Retrieved September 8, 2018, from http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/60627/Information%20sharing%20among%20humanitarian%20organizations%20in%20Kenya.pdf?sequence=3.

Hooman, H. A. (2006). Practical guide to qualitative research. Tehran: Organization for the Study and Development of Humanities Textbooks for Universities (SAMT). (Persian)

Ispa (2019). Iranian users' interest in using social networks. Retrieved 10 February, 2018 from http://ispa.ir/Default/Details/fa/1953. (Persian)

Jansen, B.J., Sobel, K., Cook, G. (2011). Classifying ecommerce information sharing behaviour by youths on social networking sites. Information Science, 37 (2), 120-136.

Khalili, L. (2015) Use of social networks by university students. Human Information Interact, 2 (1), 59-73. (Persian)

Kian, M., Ya'ghoubi Malal, N., Riyaheeniya, N. (2015). Analysis of the role and use of virtual social networks among university students. Technology of Instruction and Learning, 1(3), 69-88. (Persian)

Kuhlthau, C.C. (1991). Inside the search process: Information seeking from the user's perspective. Journal of the American Society for Information Science, 42(5), 361–371.

Li, Y., Ye, F., Sheu, C. (2014). Social capital, information sharing and performance. International Journal of Operations & Production Management, 34 (11),1440 – 1462.

Mazman, G., Usluel, Y.K. (2011). Gender differences in using social networks. Turkish Online Journal of Educational Technology, 10 (2), 133-139.

Mirzaei, M., Rahimi, S., Moradi, M. (2016). A Survey on the Roll of Social Networks on Scientific Exchanges (Case study: Master's students of Razi University). Library and Information Sciences, 19(1), 108-130. (Persian)

Moeini Kia, M., Zahed Babelan, A., Aryani, E., Khaleghkhah, A. (2016). Reviewing the goals and motivation of students in applying virtual social networks (A case study of post-graduate students of Tehran universities, Allameh Tabatabai, Shahid Beheshti and Mohaqeq Ardebili). Rasaneh, 26(4), 105-130. (Persian)

Moradi, S., Rajabpour, M., Kian Hereditary, f., Hajlou, N., Radbakhsh, N. (2014). Motivational factors in using virtual social networks. Culture in the Islamic University, 4(10), 95-118. (Persian)

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

[DOR: 20.1001.1.24237418.1399.7.1.4.6]

Navidi, F. (2015). The role of online social networks in users' everyday-life information seeking. Human Information Interact, 2 (1), 50-58. (Persian)

Oh, S., Syn, S.Y. (2015). Motivations for sharing information and social support in social media: A comparative analysis of Facebook, Twitter, Delicious, YouTube, and Flickr. Journal of the Association for Information Science and Technology, 66 (10), 2045-2060.

Park, H.P, Gu, B., Leung, A.C.M., Konana, P. (2014). An investigation of information sharing and seeking behaviors in online investment communities. Computers in Human Behavior, 31, 1–12.

Rafaeli, S., Raban, D.R. (2005). Information sharing online: A research challenge. International Journal of Knowledge and Learning, 1(1/2), 62–79.

Rafique, G.M. (2017). Personal information sharing behavior of university Students via online social networks. Library Philosophy and Practice (e-journal). Retrieved May 26, 2018, from http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1454.

Ramaswami, C., Murugathasan, M., Narayanasamy, P., Khoo, C. S. G. (2014). A survey of information sharing on Facebook. In Proceedings of ISIC, the Information Behaviour Conference, Leeds, 2-5 September, 2014: Part 1. Retrieved 3 February, 2018 from http://InformationR.net/ir/19-4/isic/isicsp8.html.

Rasoulzadeh Aghdam, S., Adlipour, S., Zeinivand, Y. (2012). Study of Iranian young users' attitudes towards virtual social networks. Journal Sociology Studies, 5(16), 49-64. (Persian)

Sabouri Khosrowshahi, H. , Azargoon, N. (2013). the Impact of virtual Social Networks (Facebook) on social identity. Media Studies, 8 (21), 1-20. (Persian)

Safiri, K. (2008). Qualitative research methods. Tehran: Payam Puya. (Persian)

Salavatian, S., Dolatkhah, M. (2017). The Impact of mobile social networks on cultural identity of students. Interdisciplinary Studies in Media and Culture, 7(13), 67-84. (Persian)

Sarafzadeh, M., Alavi, S. (2014). The State of online social networking among library and information sciences students. Human Information Interact, 1 (1), 44-56. (Persian)

Schaefer, C. (2008). Motivations and usage patterns on social network sites. In ECIS 2008 Proceedings, 143. Retrieved May 19, 2018, from https://aisel.aisnet.org/ecis2008/143.

Shahabi, M., Bayat, G. (2013). Purposes and motivations of social networks' members (A study on youth from Tehran). Culture-Communication Studies, 13(20), 61-86. (Persian)

Tavalaee, R., Sabaghi, Z., Nezafati, N. (2017). Identify and analyze the opportunities and threats of social networks for shahid Beheshti University students. Journal of Iran Cultural, 10(3), 153-175. (Persian)

Tian, X. (2016). Network domains in social networking sites: expectations, meanings, and social capital. Information, Communication & Society, 19 (2), 188-202.

Yaghoubi, J., Najaflu, P., Mohammadi, V. (2018). Application of Social Networks in Educational and Research Activities of Agricultural Students in University of Zanjan. Journal of Agricultural Education Administration Research, 9(43), 17-29. (Persian)

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

[DOR: 20.1001.1.24237418.1399.7.1.4.6]