

عوامل مؤثر بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی دانشجو معلمان دانشگاه فرهنگیان

بتول سبزه^۱، رسول صادقی^۲

تاریخ ارسال: ۹۹/۰۶/۱۰، تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۰/۰۳

چکیده

استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران به طور محسوسی افزایش یافته و ابعاد مختلف زندگی اجتماعی را تحت تأثیر قرار داده است. هدف از این مقاله، بررسی میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و عوامل مؤثر بر آن در میان دانشجو معلمان دانشگاه فرهنگیان است. داده‌ها با استفاده از پیمایش تحت وب و به شیوه نمونه‌گیری چندمرحله‌ای با تعداد نمونه ۹۰۰ نفر در سال ۱۳۹۸ گردآوری شد. نتایج نشان داد شبکه‌های اجتماعی تلگرام، واتس‌آپ و اینستاگرام از جمله پرطرفدارترین شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین پاسخگویان می‌باشند. اکثریت آنها با استفاده از تلفن همراه و دیتای گوشی شخصی در این شبکه‌های مجازی حضور پیدا می‌کنند. حدود نیمی از پاسخگویان بین دو تا چهار ساعت در شبانه‌روز زمان خود را صرف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌کنند. نتایج رگرسیون چندگانه و تحلیل مسیر نشان داد که مهمترین متغیرهای تأثیرگذار بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، به ترتیب، گرایش، نگرش، و اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشند.

واژه‌های کلیدی: فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، اعتماد، جنسیت، دانشجو معلمان.

* مقاله فوق مستخرج از طرح پژوهشی با عنوان «بررسی میزان گرایش و اختصاص وقت دانشجو معلمان به شبکه‌های اجتماعی» است که با حمایت مالی دانشگاه فرهنگیان در سال ۱۳۹۸ انجام شده است.

۱. استادیار گروه علوم تربیتی دانشگاه فرهنگیان تهران (نویسنده مسئول)؛ b.sabzeh@cfu.ac.ir

۲. دانشیار جمعیت‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران؛ rassadeghi@ut.ac.ir

در جامعه اطلاعاتی امروز، استفاده گسترده از فناوری‌های جدید، جزو مولفه‌های انکارناپذیر زندگی محسوب می‌شود و افراد ناچار هستند برای انجام اموری نظیر کسب اطلاعات موردنیاز، برقراری ارتباط و غیره از رسانه‌های مختلف استفاده نمایند. در سال‌های اخیر، در بین رسانه‌های ارتباطی و اطلاعاتی، شبکه‌های اجتماعی مجازی^۱ گسترش زیادی یافته است و مورد توجه اقشار مختلف جامعه قرار گرفته است، به نحوی که تعداد زیادی از افراد هر جامعه، عضو شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند و به طور مداوم و روزانه از آن‌ها به دلایل مختلفی استفاده می‌کنند. بوید^۲ (۲۰۰۶) معتقد است شبکه‌های اجتماعی مجازی با داشتن قابلیت اداره هویت شخصی و تعاملات توسط خود کاربران، باعث جذب و متمایز شدن این شبکه‌ها از سایر فناوری‌های ارتباطی شده است (قاضی‌نوری و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۲). قابلیت‌ها و کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی از قبیل ایجاد پروفایل شخصی، ایجاد گروه در حوزه‌های خاص، تبادل پیام‌های فردی و گروهی، ارتباط با دوستان و آشنایان، کاوش در مقوله‌های مشخص، مناظره رسانه‌ای، تولید محتوای ویدئویی، فهرست‌بندی علایق، نیازها و بازدیدها، ایجاد وبلاگ شخصی یا حرفه‌ای و غیره باعث افزایش محبوبیت و میزان استفاده از آن‌ها شده است (خانیکی و بابایی، ۱۳۹۰: ۸۵).

استفاده مداوم از شبکه‌های اجتماعی مجازی، می‌تواند تمامی ابعاد زندگی و جنبه‌های مختلف روانی، عاطفی و اجتماعی افراد کاربر را تحت تاثیر قرار دهد (بودروز و جوانوک،^۳ ۲۰۱۶). شبکه‌های اجتماعی مجازی، ابعاد مختلف سبک زندگی جوانان در دوران معاصر را دستخوش دگرگونی‌های اساسی کرده‌اند. استفاده از این شبکه‌ها، در واقع، مصرف توأمان زمان، فضا و محتوای نمادین است که هر سه از بنیان‌های سبک زندگی در عصر کنونی‌اند. از این‌رو، سبک زندگی جوانانی که به صورت روزمره درگیر فرایند تولید و مصرف مجازی هستند، در معرض دگرگونی‌های قابل توجهی قرار می‌گیرد؛ تولید و مصرف مجازی در شبکه‌ها، با کاستن از تولید و مصرف فرهنگی غیرمجازی نظیر مطالعه کتاب، روزنامه، تماشای تئاتر و بازدید از موزه‌ها و حتی فعالیت‌های هنری، سبک زندگی کاربران را به صورت مستقیم متأثر می‌سازد (فاضلی، ۱۳۸۶؛ ذکایی و حسنی ۱۳۹۶). حضور و عضویت در این شبکه‌ها به میزان قابل توجهی جنبه‌های مختلف زندگی، سبک و کیفیت زندگی (عبدی‌زاده و احمدی بلوطکی، ۱۳۹۶)، هویت

1. Social networks
2. Boyd
3. Bodroza & Jovanovic

اجتماعی (احمدپور و قادرزاده، ۱۳۸۹؛ علوی و همکاران، ۱۳۸۷؛ مهدی‌زاده و عنبرین، ۱۳۸۸)، رفتارهای فراغتی (کفاشی و پیرجلیلی، ۱۳۹۴؛ صادقی فسائی و عرفان منش، ۱۳۹۷)، و روابط خانوادگی (صادقی فسائی و عرفان منش، ۱۳۹۷) را تحت‌تاثیر قرار داده‌اند. از این‌رو، گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی سبب ایجاد تهدیدها و فرصت‌های متعددی در ابعاد مختلف زندگی انسان‌ها گشته‌اند که در صورت آگاهی و استفاده صحیح می‌توانند به عنوان یک فرصت تلقی شوند و در غیر این صورت به عنوان یک تهدید به شمار خواهند آمد.

شبکه‌های اجتماعی مجازی به اشکال مختلفی دسته‌بندی شده‌اند. در یک طبقه‌بندی، شبکه‌های اجتماعی مجازی براساس سایت‌محوری یا کاربرمحوری دسته‌بندی شده‌اند. همچنین، دو معیار معاشرت‌پذیری شبکه‌ای (یا همان ارتباطات شبکه‌ای و انواع فعالیت‌های مبتنی بر فراغت) و غنی‌بودن رسانه (یا همان چندرسانه‌ای بودن و تنوع در اشکال محتوا) مبنای شکل‌گیری و دسته‌بندی انواع شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک^۱، لینکداین^۲، توئیتر^۳، یوتیوب^۴ و غیره گردیده است (Kaplan and Halin, ۲۰۱۰). به نقل از ذکایی و حسنی، (۱۳۹۵: ۱۱). با ظهور تلفن‌های هوشمند همراه، شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک، اقدام به راه‌اندازی نرم‌افزارهای ارتباط اجتماعی بر پایه اینترنت همراه نمودند که امروزه گسترش زیادی یافته و انواع مختلفی دارند. واتس‌آپ^۵، تلگرام^۶، لاین^۷، اینستاگرام^۸ و غیره از جمله محبوب‌ترین آنها هستند.

امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی، به طور جدی به فضاهاى آموزشى و آکادمیک نظیر موسسات آموزشی و دانشگاه‌ها در کشور نیز ورود پیدا کرده‌اند و به طور گسترده‌ای توسط اساتید و دانشجویان مورد استفاده قرار می‌گیرند. چنانچه امروزه شاهد هستیم، اساتید و دانشجویان نیز همانند سایر کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی علاوه بر دلایل عمومی پیوستن به شبکه‌های اجتماعی مجازی، نظیر سرگرمی و تفریح، دنبال کردن علایق مشترک، ارتباط با دوستان و آشنایان و غیره؛ به این دلیل جذب شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌شوند که از منابع و امکانات آنها برای دستیابی به اطلاعات و انجام مبادلات علمی بهره‌گیرند (بروفی، ۲۰۰۶). چنانچه در

1. Facebook
2. LinkedIn
3. Twitter
4. Youtube
5. WhatsApp
6. Telegram
7. Line
8. Instagram

تحقیقات بدست آمده است، درگیر شدن بیشتر دانشجویان با درس، افزایش انگیزه‌های یادگیری، ارائه منابع درسی شخصی شده و رشد مهارت‌های کارگروهی و مشارکتی، صرف هزینه کم برای دسترسی به اطلاعات، اشتراک نظرات و ایده‌ها با دیگران به راحتی و سهولت و همچنین ابزاری برای ارتباط و پیوند در حوزه‌های مختلف، از جمله دلایل گرایش و اختصاص وقت آنها به استفاده از شبکه‌های اجتماعی ذکر شده است (خلیلی، ۱۳۹۴: ۶۱). بنابراین، امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان ابزارهای اجتماعی یادگیری، فرصت‌هایی ارزشمند برای یادگیری موضوعات مختلف در بستری اجتماعی و از طریق ایجاد فضای یادگیری آنلاین بوجود آورده (علی‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۴۷) و توانسته‌اند میزان یادگیری دانشجو معلمان، تعاملات و همچنین کلیه فرایند آموزشی و پژوهشی را تحت‌تاثیر قرار دهند.

از اینرو، با توجه به روند توسعه شبکه‌های اجتماعی مجازی در دانشگاه‌ها و همچنین توجه روزافزون جامعه علمی به این ابزار قدرتمند تعاملی، به دست آوردن اطلاعات صحیح و دقیق درخصوص میزان استفاده دانشجو معلمان از شبکه‌های اجتماعی مجازی، در امر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری و در جهت پیشبرد اهداف آموزشی سطوح خرد و کلان، از اهمیت بسزایی برخوردار است. در این راستا، این مقاله به دنبال پاسخ به این سوال است؛ دانشجومعلم‌ان به چه میزان و از کدامیک از انواع شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند و همچنین عوامل موثر بر میزان استفاده از آن کدامند؟.

پیشینه تحقیق

در خصوص استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی تحقیقات مختلفی در داخل و خارج از کشور صورت گرفته است که در اینجا به چند مورد از آنها به اختصار اشاره می‌شود. جها، چیتنیس و چیتنیس^۱ (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی میزان صرف وقت دانشجویان دوره کارشناسی و کارشناسی‌ارشد در شبکه‌های مختلف مجازی، تعداد دوستان (واقعی و مجازی) در شبکه‌های اجتماعی، نوع گرایش و دلایل استفاده آنها از شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداخته است. نتایج این مطالعه نشان داد که اکثر کاربران حضور چشمگیری در شبکه اجتماعی فیس‌بوک نسبت به سایر شبکه‌ها دارند. در الگوی رفتاری استفاده از شبکه‌های مجازی توسط دانشجویان دوره کارشناسی با دانشجویان کارشناسی‌ارشد تفاوت معناداری وجود دارد. دلیل

استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی، فقط گپ زدن با دوستان نیست، بلکه آنها به منظور برقراری ارتباط، شبکه‌سازی و استفاده حرفه‌ای در آنها عضو شده‌اند.

ناگوتی، سینگ و والر^۱ (۲۰۱۹)، در تحقیقی با عنوان تفاوت‌های جنسیتی در انگیزه‌های استفاده از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی نشاد دادند که مصرف‌کنندگان یا کاربران زن، بیشتر از مصرف‌کنندگان مرد از فیس‌بوک برای جستجوی اطلاعات استفاده می‌کنند. آنها اغلب برای تحقیق و یادگیری چیزهای جدید و بحث در مورد محصولات و برندهای مختلف و همچنین بخاطر سهولت و راحتی در به دست آوردن اطلاعات درباره چیزهای موردنیاز از فیس‌بوک استفاده می‌کنند. گونزالس، گاسکو و لوپیس^۲ (۲۰۱۹) در تحقیقی به بررسی نظر دانشجویان درباره شبکه‌های اجتماعی آنلاین پرداخته و نتایج بدست آمده حاکی از نگرش مثبت دانشجویان به شبکه‌های اجتماعی بوده است. در واقع دانشجویان جنبه‌های مثبت شبکه‌های اجتماعی را بیشتر از جنبه‌های منفی آن ارزیابی کرده‌اند.

مطالعه انام اقبال، اسدعلی، و کانوال اقبال^۳ (۲۰۱۷) در خصوص کاربرد و تاثیر رسانه‌های اجتماعی بر دانشجویان دانشگاه سارگودا پاکستان نشان داد با وجود این که رسانه‌های اجتماعی یادگیری، کارایی، مهارت و سطح آگاهی دانشجویان را بهبود بخشیده‌اند، اما تأثیرات منفی بر آنها نیز داشته‌اند. همچنین اختلاف معنی‌داری بین دو جنس در این عوامل وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که تفاوت معناداری بین گروه‌های سنی و استفاده از رسانه‌های اجتماعی وجود دارد.

کولاندیراج^۴ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی دانشجویان دختر و پسر به این نتایج دست یافت که شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی دانشجویان تأثیرات قابل ملاحظه‌ای دارند. شبکه‌های مجازی بر نوع تفریح، تغذیه، ورزش و انتخاب موسیقی دانشجویان مورد بررسی تأثیرگذار است. همچنین در این تأثیرات میان دانشجویان زن و مرد تفاوتی وجود نداشته است. بیشترین استفاده دانشجویان از این شبکه‌ها، شامل پیام‌رسانی، ارسال عکس و فیلم و مواردی از این قبیل بوده است. شایان ذکر است نوع استفاده از شبکه‌های مجازی نیز بر سبک زندگی کاربران اثرگذار بوده است به طوری که استفاده

1. Noguti, Singh, & Waller
2. Gonzalez, Gasco, & Llopis
3. Anam Iqbal, Asad Ali, Kanwal Iqbal
4. Kulandairaj

تفریحی از این شبکه‌ها با اثرات نامطلوب بر سبک زندگی همراه بوده است، اما استفاده صرفاً ارتباطی از شبکه‌های یادشده تأثیری بر سبک زندگی دانشجویان نداشته است.

کالپیدو و همکاران^۱ (۲۰۱۱)، در مطالعه خود اظهار داشتند که بین رسانه‌های اجتماعی و نمرات دانشجویان رابطه وجود دارد. دانشجویانی که وقت خود را در رسانه‌های اجتماعی صرف می‌کنند، نسبت به سایر دانشجویان که وقت کمتری را صرف رسانه‌های اجتماعی می‌کنند، نمرات پایین‌تری کسب می‌کنند. کیرشنر و کارپینسکی^۲ (۲۰۱۰) نیز در پژوهشی با عنوان فیس‌بوک و عملکرد دانشگاهی نشان داده‌اند که کاربران فیس‌بوک، معدل کمتری نسبت به سایر دانشجویان دارند و همچنین در طول هفته، ساعات کمتری را درس می‌خوانند.

رحیمی و صبوری خسروشاهی (۱۳۹۷) در تحقیق خود درباره کارکردهای شبکه‌های اجتماعی نشان دادند زنان بیش از مردان به موضوعات فرهنگی، هنری و سلامت علاقه‌مند هستند و در مقابل مردان نیز همچون آنچه از گذشته معروف مانده، بیشتر علاقه‌مند به موضوعات سیاسی، اقتصادی، تاریخی و ورزشی هستند. هرچه بر سطوح تحصیلی افزوده می‌شود از میزان استفاده از مطالب سرگرمی و هنری و جوک کاسته شده و همچنین با افزایش سطوح تحصیلی استفاده از موضوعات تاریخی سیاسی و تجاری افزایش می‌یابد. مجردین بیش از متاهلین علاقه‌مند و پیگیر موضوعات فرهنگی، هنری و سرگرمی هستند و در مقابل متاهلین بیشتر علاقه‌مند موضوعات اقتصادی، سیاسی و سلامت هستند.

حیدریان (۱۳۹۶) در تحقیق خود در خصوص رابطه بین میزان و نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی، بلوغ زودرس، احساس تنهایی، ارتباط با جنس مخالف و عملکرد تحصیلی نشان داد که بین میزان و نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با احساس تنهایی، ارتباط با جنس مخالف و بلوغ زودرس در دختران رابطه معناداری وجود دارد. خرابی ماسوله (۱۳۹۵) در تحقیق خود با عنوان بررسی میزان و نوع استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی نشان داد که بین میزان برقراری ارتباط و دوستی پایدار و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد. همچنین بین اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان شبکه‌های اجتماعی و میزان استفاده از آن رابطه وجود دارد. خلیلی (۱۳۹۴) نیز در مطالعه خود نشان داده است که مهمترین دلیل استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین دانشجویان، سرگرمی است و بین میزان استفاده از شبکه‌های

1. Kalpidou et al

2. Kirschner & Karpinski

اجتماعی، معدل، تعداد دوستان، ویژگی‌های اطلاعاتی شبکه‌های اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

کاظمی، صولتی و طالب‌دوست (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای با عنوان میزان و نحوه استفاده دانشجویان دانشگاه فرهنگیان از شبکه‌های اجتماعی مجازی در شهر مشهد نشان دادند که رایگان بودن شبکه‌های اجتماعی باعث ماندگاری آنها در این شبکه‌ها می‌شود و هدف عمده استفاده از شبکه‌های اجتماعی، به‌ترتیب اولویت، پرکردن اوقات فراغت، تبادل اطلاعات، برقراری ارتباط با دیگران، و پیشنهاد عضویت دوستان بوده است. خدایاری و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان و عوامل مؤثر بر آن نشان دادند که بین متغیرهایی چون تنوع و گستردگی، میزان اعتماد، اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان، جنسیت و رشته تحصیلی دانشجویان و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.

از این‌رو، مطالعات انجام شده همگی دال بر اهمیت، کاربرد و گستردگی روزافزون شبکه‌های اجتماعی مجازی در سطح دانشگاه و در بین دانشجویان می‌باشند. نتایج این تحقیقات تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی را در جنبه‌های مختلف زندگی دانشجویان نشان داده‌اند. آنچه در این تحقیق مدنظر قرار گرفته است، میزان و نوع استفاده دانشجومعلمان دانشگاه فرهنگیان و عوامل مؤثر بر آن است که نقش کلیدی در نظام آموزشی و تربیتی کشور را برعهده خواهند گرفت.

چارچوب نظری

نظریه گرایش آیزن و فیش باین

نظریه گرایش آیزن و فیش باین (۱۹۸۰) به تبیین اثرگذاری گرایش بر رفتار می‌پردازد. در قالب این الگوی تبیین رفتار، ابتدا باید به آمادگی و یا گرایش، و بروز رفتار و یا انجام عمل توجه نمود؛ زیرا گرایش و آمادگی برای رفتار، مقدم بر خود رفتار و عمل است. به نظر آن‌ها، رفتار در پی زنجیره‌ای از عوامل به وجود می‌آید. حلقه ماقبل بروز رفتار، قصد و نیت برای انجام یک رفتار است. نیت نیز تابع دو متغیر «گرایش به رفتار» و «هنجار ذهنی» است. گرایش به رفتار یک متغیر فردی و شخصی است و متغیر هنجار ذهنی بیانگر نفوذ و فشار اجتماعی است که شخص آن را برای انجام دادن کاری احساس و ادراک می‌کند.

هریک از متغیرهای گرایش به رفتار و هنجار ذهنی نیز تحت تأثیر متغیرهای دیگری هستند. متغیر «گرایش به رفتار» تحت تأثیر دو متغیر «انتظار فایده» و «ارزیابی فایده» است. متغیر

«هنجار ذهنی» تحت تأثیر دو متغیر «انتظار دیگران»، به ویژه افراد مهم و نیز انگیزه «پی روی از انتظارات دیگران» است. بنابراین، اقدام به کنش باتوجه به نظریه «فیش باین - آیزن» وابسته به دومقوله است: گرایش به آن موضوع؛ همچنین هنجار ذهنی؛ یعنی می‌توان گفت: میزان و نوع استفاده افراد از شبکه‌های مجازی را تحت تأثیر گرایش آن‌ها است که آن نیز تحت تأثیر ویژگی‌های فردی، هنجارها و ارزش‌های پیرموان فرد قرار دارد.

علاوه بر نظریه گرایش آیزن و فیش باین، نظریه‌های ارتباط جمعی برای فهم رسانه‌های اجتماعی مطرح شده است که شامل؛ نظریه استفاده و خشنودی، نظریه برجسته‌سازی، نظریه قاب‌بندی، نظریه کاشت و نظریه مارپیچ (شلدون، ۱۳۹۶). در این میان، نظریه استفاده و خشنودی، و نظریه کاشت به عنوان مبانی نظری پژوهش توضیح داده می‌شود.

نظریه استفاده و خشنودی^۱

بلامر و کاتز^۲ (۱۹۴۷) با ارائه نظریه استفاده و خشنودی، این موضوع را مطرح کردند که مخاطبان، کم و بیش به صورت فعال به دنبال محتواهایی هستند که بیشترین خشنودی را برای آنان فراهم می‌کند. درجه خشنودی افراد، به نیازها و علائق آنان بستگی دارد. افراد هر قدر بیشتر احساس کنند که محتوای واقعی، نیاز آنان را برآورده می‌کنند، احتمال این‌که آن محتوا را انتخاب کنند، بیشتر است. از اینرو، بستگی به نیازها و علائق، افراد به دنبال شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند، که بیشترین رضایت و خشنودی از آنها داشته باشند (ویندال و همکاران، ۱۳۸۷). بر این اساس، مخاطبان مسئول انتخاب رسانه برای برآوردن خواسته‌ها و نیازهای آنها برای رسیدن به رضایت هستند. مک کوئیل^۳ و همکاران (۱۹۷۲) و سانگوان معتقدند اجتماعات مجازی به واسطه رفع نیازهای کاربران عامل عضویت آنها در شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند. از نظر مک کوئیل و همکاران (۱۹۷۲) کژروی، روابط شخصی، هویت بخشی و نظارت و نیاز به اطلاعات از نیازهای مرتبط با شبکه‌های اجتماعی هستند. آنها معتقدند با توجه به اینکه برقراری روابط اجتماعی و گروهی در سنین نوجوانی و جوانی از اهمیت خاصی برخوردار است، بنابراین گروه‌های همسالان که در ساعاتی از شبانه‌روز در فضای ورزشی، کاری، تفریحی و یا آموزشی از جمله دانشگاه با هم وقت می‌گذرانند، در ایجاد الگوی رفتاری همدیگر تأثیرگذار هستند. به

1. Uses and gratifications theory (UGT)

2. Blamr and Katz

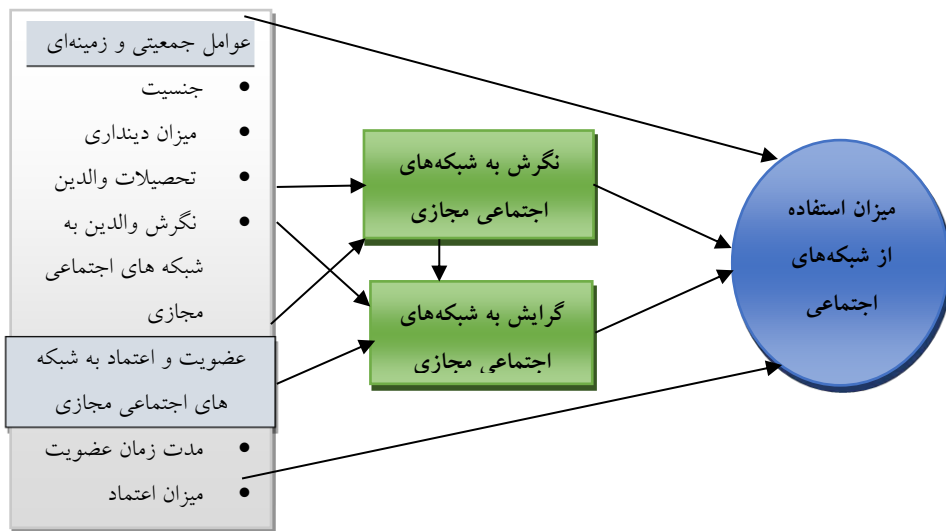
3. McQuail

عبارت دیگر عده زیادی از دانشجویان فارغ از جنسیت، قومیت، نژاد، پایگاه اقتصادی و غیره تحت تاثیر فشار گروه دوستان و با هدف همنوایی و همکاری گروهی در شبکه‌های اجتماعی مجازی ورود و عضویت پیدا می‌کنند. بر اساس این نظریه، تعامل کاربران در رسانه‌های اجتماعی، اغلب به واسطه کاربرد و استفاده‌هایی که از آنها می‌برند، قابل توضیح است و نیازهای کاربران عامل اصلی عضویت و میزان استفاده آن‌ها از شبکه‌های اجتماعی مجازی محسوب می‌گردند (مک کوئیل و همکاران ۱۹۷۲: ۱۴۰). سانگوان نیز به نیازهای شناختی، عاطفی، انسجام بخش شخصی، انسجام بخش اجتماعی، و نیازهای رفع تنش به عنوان مهمترین نیازها و عوامل گرایش افراد به عضویت در شبکه‌های اجتماعی اشاره می‌کند (شهابی و بیات، ۱۳۹۱؛ افشانی و همکاران ۱۳۹۷). از منظر روان‌شناسی اجتماعی، نیاز به ارتباط، نیاز به پیوند با دیگران، نیاز به مورد تایید قرار گرفتن، حس رقابت، نیاز به قدرت، نوع دوستی و غیره از جمله انگیزه‌ها و عواملی هستند که به نوعی باعث شکل‌گیری فعالیت‌های اجتماعی، از جمله حضور در شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌گردند (محسنی تبری و همکاران، ۱۳۸۵). موری^۱ (۱۹۸۳) نیز با مواردی نظیر پیوندجویی، خویشتن‌یابی، دنباله‌روی، سلطه‌گری، نمایش، مهرورزی، پیشرفت و غیره را از جمله نیازهایی معرفی کرد که بر رفتارهای اجتماعی افراد تاثیرگذار است.

نظریه کاشت^۲

نظریه کاشت که توسط جرج گربرنر^۳ توسعه پیدا کرده است بر کنش متقابل میان رسانه و مخاطبات و تاثیری که رسانه بر مخاطبان می‌گذارد، می‌پردازد. فرض اساسی این نظریه این است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد. به این صورت که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه‌ای خاص باعث ایجاد نگرش و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه می‌شود. بنابراین، داعیه این نظریه این است که استفاده از رسانه با متغیرهای دیگر در تعامل قرار می‌گیرد، به شیوه‌ای که مواجهه با رسانه‌ای خاص، بر برخی از افراد و گروه‌ها اثر قوی خواهد داشت و بر برخی تأثیری نخواهد گذاشت (افشانی و همکاران ۱۳۹۷).

1. Murray
2. Cultivation Theory
3. Gerbner



نمودار ۱. مدل تحلیلی پژوهش

از اینرو، بر اساس نظریه گرایش آیزن و فیش باین، میزان استفاده افراد از شبکه‌های اجتماعی مجازی تحت تأثیر نگرش (فرضیه ۱) و میزان گرایش افراد به شبکه‌های اجتماعی مجازی (فرضیه ۲)، و همچنین متغیرهای زمینه‌ای و فشارهای اجتماعی نظیر جنسیت (فرضیه ۳) و میزان دینداری (فرضیه ۴)، تحصیلات والدین (فرضیه ۵) و نوع نگرش والدین به شبکه‌های اجتماعی مجازی (فرضیه ۶) است. بر اساس نظریه استفاده و خشنودی، نیز اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را افزایش می‌دهد (فرضیه ۷). همچنین، بر اساس نظریه کاشت، مدت زمان عضویت افراد در شبکه‌های مجازی بر گرایش آنها به شبکه‌های مجازی اثرگذار است و هر چه مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی افزایش یابد، میزان گرایش و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش می‌یابد (فرضیه ۸).

روش تحقیق و داده‌ها

روش تحقیق مطالعه، کمی و پیمایش است و داده‌ها با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته در سال ۱۳۹۸ به شیوه مجازی (تحت وب) در میان دانشجو معلمان گردآوری شده است. برای نمونه گیری از روش چندمرحله‌ای (احتمالی و خوشه‌ای) استفاده شد؛ در سال ۱۳۹۸، تعداد ۴۷۱۶۳ دانشجو در ۹۷ پردیس و مرکز آموزشی در ۳۱ استان کشور مشغول به تحصیل بودند. با

توجه به اینکه امکان بررسی همه استان‌ها وجود نداشت ابتدا بر اساس پهنه بندی توسعه ای، استان‌ها در پنج خوشه قرار گرفتند و بر این اساس، استان‌های تهران، فارس، خراسان رضوی، کرمان و آذربایجان غربی انتخاب شدند و در هر استان نیز دو پردیس یا مرکز آموزشی (دخترانه و پسرانه) مستقر در مرکز استان انتخاب شدند. تعداد دانشجومعلمانی این استان‌ها ۱۵۱۲۸ نفر بود که به عنوان جامعه آماری تحقیق محسوب شدند.

تعداد نمونه با استفاده از نرم افزار محاسبه نمونه و در نظر گرفتن معیار ضریب اطمینان ۹۹ درصد و خطای ۵ درصد برابر با ۶۳۸ نفر تعیین شد. با در نظر گرفتن ضریب ۰.۱ برای اندازه طرح تعداد نمونه ۸۹۳ تعیین شد که بر مبنای ریزش احتمالی ۹۰۰ نفر تعیین گردید. حدود ۱۰۰۰ پرسشنامه تکمیل گردید اما با کنار گذاشتن پرسشنامه‌های مخدوش و ناتمام، اطلاعات مربوط به ۹۰۰ نفر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. توزیع تعداد نمونه در هرکدام از مراکز شهری بر اساس تعداد دانشجومعلمانی انجام شد.

همانطور که اشاره شد ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود که شامل پنج بخش بود؛ بخش اول شامل ۱۲ گویه درباره نگرش به شبکه‌های اجتماعی است (جدول ۱)؛ بخش دوم شامل ۳۶ گویه درباره گرایش به شبکه‌های اجتماعی است (جدول ۱)؛ بخش سوم شامل ۲ سؤال درباره مدت زمان و اعتماد به شبکه‌های اجتماعی است؛ بخش چهارم شامل ۹ سؤال درباره میزان و نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی است و در نهایت بخش پنجم شامل ۲۰ سؤال درباره ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخگویان است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آزمون‌های آماری توصیفی و استنباطی (نظیر رگرسیون چندمتغیره و تحلیل مسیر) استفاده شده است.

جدول ۱- تعریف نظری و عملیاتی متغیرهای نگرش و گرایش به شبکه‌های اجتماعی

متغیر	تعریف نظری	تعریف عملیاتی	مقدار آلفای کرونباخ
نگرش به شبکه‌های اجتماعی مجازی	نگرش عبارتست از ترکیبی از باورها و هیجان‌هایی که شخص را پیشاپیش آماده می‌کند تا به دیگران، اشیا و گروه‌های مختلف به شیوه مثبت یا منفی نگاه کند	۱۲ گویه: ۱. شبکه‌های اجتماعی، راه بسیار خوبی برای در تماس بودن افراد با یکدیگر هستند ۲. شبکه‌های اجتماعی اجازهٔ اتصال و ارتباط افراد با علایق و سلیقه مشابه را می‌دهند ۳. شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در ایجاد روابط	۰/۷۲۸

مقدار آلفای کرونباخ	تعریف عملیاتی	تعریف نظری	متغیر
	<p>اجتماعی دارد</p> <p>۴. برای افراد مهم است در شبکه‌های اجتماعی درباره خودشان و فعالیت هایشان بنویسند</p> <p>۵. شبکه‌های اجتماعی، مکان‌های مناسبی برای اشتراک دانش هستند</p> <p>۶. مطالب موجود در شبکه‌های اجتماعی در روزآمدسازی دانش مؤثر است</p> <p>۷. شبکه‌های اجتماعی مکانی قابل اعتماد برای اشتراک دانش هستند</p> <p>۸. استنادات علمی منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی معتبر است</p> <p>۹. وجود شبکه‌های اجتماعی جهت توسعه علمی لازم و ضروری است</p> <p>۱۰. در استفاده از شبکه‌های اجتماعی باید نگران حریم خصوصی بود (-)</p> <p>۱۱. صحت و اعتبار منابع و مطالب در شبکه‌های اجتماعی مورد تردید است (-)</p> <p>۱۲. استفاده از شبکه‌های اجتماعی اتلاف وقت است (-)</p>	<p>(هوکسما و همکاران، ۱۳۸۵)</p>	
۰/۹۳۴	<p>۳۶ گویه:</p> <p>۱. استفاده از شبکه‌های اجتماعی برایم لذت‌بخش و سرگرم‌کننده است</p> <p>۲. خواندن صفحات شبکه‌های اجتماعی، روزانه، وقت زیادی از من می‌گیرد</p> <p>۳. من به فناوریهای روز مانند گوشی موبایل، اینترنت و غیره، وابسته هستم</p> <p>۴. زمانی که نمی‌توانم به شبکه‌های اجتماعی دسترسی داشته باشم، ناراحت می‌شوم</p> <p>۵. بسیاری از فعالیت‌های روزانه‌ام را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارم</p> <p>۶. وقتی در شبکه‌های اجتماعی نیستم، احساس می‌کنم از دوستانم قطع ارتباط کرده‌ام</p>	<p>گرایش‌ها دربرگیرنده‌ی فکر، احساس و نحوه دل‌خواه رفتار نسبت به موضوع گرایش هستند، ولی آنچه در تعیین رفتار دخالت دارند عبارتند از: تمایل فرد به انجام آن رفتار، هنجارهای اجتماعی، عادت-های پیامدهای مورد انتظار رفتار، تجارب پیشین و تأثیر انتظار در موقعیت‌های قبلی است (کریمی، ۱۳۹۶).</p>	<p>گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی</p>

مقدار آلفای کروناخ	تعریف عملیاتی	تعریف نظری	متغیر
	<p>۷. ترجیح میدهم عمدتاً از طریق شبکه‌های اجتماعی با دیگران ارتباط برقرار کنم</p> <p>۸. مطالب علمی را از شبکه‌های اجتماعی کسب می‌کنم</p> <p>۹. تمایل دارم یافته‌های علمی و تجربیات ارزشمند خود را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارم</p> <p>۱۰. علاقه‌مند به استفاده از تجربیات و دانش دیگران از طریق شبکه‌های اجتماعی هستم</p> <p>۱۱. از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنم برای اینکه دوستان بیشتری پیدا کنم</p> <p>۱۲. از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنم برای اینکه بین مردم بیشتر شناخته شوم</p> <p>۱۳. از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنم برای اینکه مردم اطلاعات بیشتری در مورد من داشته باشند</p> <p>۱۴. از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنم برای اینکه رابطه‌ای دوستانه و عاشقانه داشته باشم</p> <p>۱۵. از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنم برای اینکه اطلاعاتی درباره علایق خاص خودم به دیگران بدهم</p> <p>۱۶. شبکه‌های اجتماعی فرصت خود ابرازی را برایم فراهم می‌کند</p> <p>۱۷. در شبکه‌های اجتماعی می‌توانم خصوصیات و علایق خودم را عنوان کنم</p> <p>۱۸. از مردم انتظار دارم به خاطر اضافه کردن عکس‌های جدیدم در شبکه‌های اجتماعی مرا دوست بدارند</p> <p>۱۹. بررسی آلبوم‌های عکس / ویدیو خودم / مخاطبم و اشخاص ثالث در شبکه‌های اجتماعی بخشی از زندگی من است</p> <p>۲۰. من آلبوم‌های تصویری / ویدیویی را در شبکه‌های اجتماعی اگر به روز باشند دائماً چک می‌کنم</p> <p>۲۱. از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنم برای اینکه برای اینکه آلبوم عکس / ویدیوی بعضی از افراد خاص را پیدا کنم</p>		

مقدار آلفای کرونباخ	تعریف عملیاتی	تعریف نظری	متغیر
	<p>۲۲. شبکه‌های اجتماعی به من احساس تعلق به یک گروه می‌دهد</p> <p>۲۳. شبکه‌های اجتماعی به گذران اوقات در جریان عادی روز کمک می‌کند</p> <p>۲۴. شبکه‌های اجتماعی برایم وقت گذرانی فراهم می‌کند</p> <p>۲۵. وقتی کار بهتری برای انجام دادن ندارم شبکه‌های اجتماعی به گذران وقت کمک می‌کند</p> <p>۲۶. بدون اینکه متوجه شوم وقت زیادی را برای چک کردن آلبوم‌های عکس و ویدئو در شبکه‌های اجتماعی سپری می‌کنم</p> <p>۲۷. شبکه‌های اجتماعی چیزهای زیادی را که می‌خواهم ببینم در اختیارم می‌گذارد</p> <p>۲۸. شبکه‌های اجتماعی درباره مسائل مختلفی برایم اطلاعات فراهم می‌کند</p> <p>۲۹. از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنم برای اینکه فناوریهای نوین را دنبال کنم</p> <p>۳۰. از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنم برای اینکه عکس یا آلبومهای ویدئویی جدید آرامش دهنده را بیابم</p> <p>۳۱. از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنم برای اینکه توسط دیگران حمایت اجتماعی یا عاطفی شوم</p> <p>۳۲. از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنم برای اینکه انتظارات بهتری پیرامون آینده داشته باشم</p> <p>۳۳. از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنم برای برقراری ارتباط با افرادی که میشناسم</p> <p>۳۴. شبکه‌های اجتماعی باعث می‌شود که با اعضای خانواده و دوستانم دور هم جمع شویم</p> <p>۳۵. شبکه‌های اجتماعی سرگرمم می‌کنند</p> <p>۳۶. شبکه‌های اجتماعی برایم لحظات خوشی را رقم می‌زنند</p>		

یافته‌ها

در این بخش از مقاله ابتدا به ارائه توصیف متغیرهای جمعیتی-زمینه‌ای و سپس متغیرهای مرتبط با شبکه‌های اجتماعی مجازی (نوع و میزان استفاده)، پرداخته و در نهایت، نتایج تحلیل چندمتغیره از عوامل موثر بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ارائه می‌شود.

توصیف ویژگی‌های جمعیتی نمونه

همان‌طور که در جدول ۲ نشان داده شده است ۶۴ درصد نمونه مورد بررسی را دختران و ۳۶ درصد را پسران تشکیل دادند. میانگین سنی دانشجویان مورد بررسی ۲۰/۴ سال بوده و اکثر آنها، حدود ۸۶ درصد، در زمان بررسی مجرد بوده‌اند. ۹۵ درصد از پاسخگویان دانشجوی مقطع کارشناسی، ۳ درصد کاردانی و ۲ درصد کارشناسی ارشد بوده‌اند. بررسی ترکیب قومی دانشجویان نشان داد ۵۷ درصد از آنها، فارس زبان، ۲۳ درصد ترک زبان، لرها و کردها نیز با ۶/۵ و ۵ درصد، شمالی‌ها با ۳ درصد گروه قومی نمونه مورد مطالعه را تشکیل داده‌اند. خاستگاه ۸۳ درصد از پاسخگویان شهر و فقط ۱۷ درصد روستا بوده است. بیشتر پاسخگویان یعنی در حدود ۳۳ درصد در تهران تحصیل می‌کردند. بعد از تهران، شهرهای مشهد و شیراز هر کدام با ۲۲ درصد، ارومیه و کرمان با ۱۱ درصد محل تحصیل پاسخگویان بوده‌اند.

جدول ۲- ویژگی‌های جمعیتی نمونه مورد بررسی، ۱۳۹۸

درصد	تعداد		
۶۳/۶	۵۷۲	مرد	جنسیت
۳۶/۴	۳۲۸	زن	
۳۴/۰	۳۰۶	سال ۱۹-۱۸	سن
۴۹/۸	۴۴۸	سال ۲۱-۲۰	
۱۶/۲	۱۴۶	بالای ۲۲ سال	
۸۵/۹	۷۷۳	مجرد	وضعیت تاهل
۱۴/۱	۱۲۷	متاهل	
۵۶/۸	۵۱۱	فارس	قومیت
۲۳/۶	۲۱۲	ترک	
۶/۳	۵۷	لر	
۴/۷	۴۲	کرد	

درصد	تعداد		
۲/۴	۲۱	گیلک و مازنی	
۶/۳	۵۷	سایر	
۸۲/۷	۷۴۴	شهر	خاستگاه شهری یا روستایی
۱۷/۳	۱۵۶	روستا	
۲/۹	۲۶	کاردانی	مقطع تحصیلی
۹۴/۸	۸۵۳	کارشناسی	
۲/۳	۲۱	کارشناسی ارشد	
۳۳/۳	۳۰۰	تهران	شهر محل تحصیل
۲۲/۲	۲۰۰	مشهد	
۱۱/۱	۱۰۰	کرمان	
۲۲/۲	۲۰۰	شیراز	
۱۱/۱	۱۰۰	ارومیه	

عضویت و دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مجازی

بر اساس اطلاعات جدول ۳ حدود ۸۴ درصد از پاسخگویان از تلگرام، ۸۳ درصد از واتساپ و ۶۳ درصد از اینستاگرام استفاده می‌کنند. در مقایسه، ۱۴ درصد از ایمو، ۹ درصد از توئیتر، ۵ درصد از فیس‌بوک و فقط ۲ درصد پاسخگویان از لینکدین استفاده می‌کنند. همچنین نتایج نشان داد بیشتر پاسخگویان (۶۳ درصد) به وسیله دیتای گوشی شخصی به اینترنت متصل می‌شدند، ۲۱ درصد با مودم شخصی، ۱۳ درصد با وای‌فای دانشگاه، ۲ درصد از دیتای گوشی دوستان و کمتر از ۱ درصد از کافی‌نت برای اتصال به اینترنت استفاده کرده‌اند. حدود دوسوم پاسخگویان از تلفن همراه برای حضور در شبکه‌های اجتماعی مجازی و ۱۵ درصد از لپ‌تاپ استفاده می‌کردند. علاوه بر اینها، نتایج نشان داد بیشتر پاسخگویان (۵۷ درصد) شب‌ها بین ساعت ۱۹ تا ۲۴، حدود ۲۴ درصد پاسخگویان عصرها (۱۶ تا ۱۹)، ۹ درصد صبح‌ها (ساعت ۶ تا ۱۲)، ۷ درصد ظهرها (ساعت ۱۲ تا ۱۶) و فقط ۴ درصد نیمه شب‌ها (ساعت ۱ تا ۶) از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کردند.

در ارتباط با مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی نتایج نشان داد یک سوم پاسخگویان (۳۳ درصد) بین ۱ تا ۳ سال، ۳۰ درصد بین ۳ تا ۵ سال، ۲۲ درصد ۵ سال و بیشتر و در مقابل تعداد کمی از پاسخگویان (حدود ۷ درصد) کمتر از ۶ ماه و ۷ درصد مابقی نیز بین ۶ تا ۱۲ ماه در شبکه‌های اجتماعی مجازی عضویت داشتند.

جدول ۳- وضعیت عضویت و دسترسی پاسخگویان به شبکه‌های اجتماعی مجازی

درصد	تعداد	
شبکه‌های اجتماعی عضو (تعداد پاسخ معتبر= ۸۸۶)		
۸۴/۲	۷۴۶	تلگرام
۸۲/۸	۷۳۴	واتساپ
۶۸/۳	۶۰۵	اینستاگرام
۱۳/۹	۱۲۳	ایمو
۸/۷	۷۷	توییتر
۵/۱	۴۵	فیسبوک
۱/۹	۱۷	لینکدین
نحوه اتصال به اینترنت و دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مجازی (تعداد پاسخ معتبر= ۸۸۸)		
۶۳/۰	۵۵۹	دینای گوشی شخصی
۲۱/۴	۱۹۰	مودم شخصی
۱۳/۰	۱۱۵	وای فای دانشگاه
۱/۸	۱۶	دینای گوشی دوستان
۰/۸	۷	کافی نت
ابزار مورد استفاده شما برای حضور در شبکه‌های اجتماعی مجازی (تعداد پاسخ معتبر= ۸۹۰)		
۷۶/۲	۶۷۸	تلفن همراه
۱۴/۵	۱۲۹	لپ تاب
۶/۴	۵۷	رایانه/کامپیوتر
۲/۷	۲۴	تبلت
زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی (تعداد پاسخ معتبر= ۸۹۰)		
۹/۰	۸۰	صبح (ساعت ۶ تا ۱۲)
۶/۷	۶۰	ظهر (ساعت ۱۲ تا ۱۶)
۲۳/۷	۲۱۱	عصر (ساعت ۱۶ تا ۱۹)
۵۶/۹	۵۰۶	شب (ساعت ۱۹ تا ۲۴)
۳/۷	۳۳	نیمه شب (ساعت ۱ تا ۶)
مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی (تعداد پاسخ معتبر= ۹۰۰)		
۷/۱	۶۴	کمتر از ۶ ماه
۷/۰	۶۳	۶ ماه تا ۱ سال
۳۳/۴	۳۰۱	۱ تا ۳ سال
۳۰/۴	۲۷۴	۳ تا ۵ سال
۲۲/۰	۱۹۸	۵ سال و بیشتر

میزان اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی

در خصوص اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی نتایج جدول ۴ نشان داد حدود نیمی از پاسخگویان (۴۷ درصد) تا حدودی، ۲۳ درصد کم، ۱۸ درصد خیلی کم و ۷ درصد اصلاً به این شبکه‌ها اعتماد نداشتند. در مقابل علی‌رغم استفاده زیاد از این شبکه‌ها، فقط ۶ درصد اعتماد زیادی به شبکه‌های اجتماعی مجازی داشتند.

جدول ۴- میزان اعتماد پاسخگویان به شبکه‌های اجتماعی مجازی

میزان اعتماد به شبکه‌های اجتماعی	تعداد	درصد
اصلاً	۵۹	۶/۶
خیلی کم	۱۵۹	۱۷/۷
کم	۲۱۱	۲۳/۴
تا حدودی	۴۱۸	۴۶/۴
زیاد	۵۳	۵/۹
تعداد نمونه	۹۰۰	۱۰۰/۰

دلایل استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

بر اساس اطلاعات جدول ۵ حدود یک چهارم پاسخگویان (۲۳ درصد) از شبکه‌های مجازی در سبک اوقات فراغت و گذران وقت، ۱۶ درصد سبک موسیقی، ۱۰ درصد در سبک ورزش، ۹ درصد در سبک دکوراسیون منزل و ۹ درصد دیگر هم در سبک خرید، ۷ درصد در سبک زندگی سالم و بهداشتی از شبکه‌های مجازی الگوبرداری کرده‌اند. حدود ۶ درصد در سبک پوشش درصد، ۵ درصد سبک آرایش و خودآرایی، و درصد کمی از پاسخگویان (۳ درصد) برای سبک مراسم ازدواج از شبکه‌های اجتماعی الگو برداری کرده‌اند.

علاوه بر این، مهمترین دلایل استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بدین صورت بوده است؛ بیشتر پاسخگویان (۷۷ درصد)، ارتباط با نزدیکان و دوستان را مطرح کرده‌اند. ۶۷ درصد دریافت و ارسال اطلاعات و اخبار، ۵۷ درصد جستجوی مطالب مورد نیاز، ۳۵ درصد تبادل علمی، ۳۴ درصد ارتقای دانش عمومی، ۲۸ درصد پیدا کردن دوستان قدیمی و ۱۸.۵ درصد تشکیل شبکه‌های آنلاین را به‌عنوان دلایل استفاده از شبکه‌های مجازی عنوان کرده‌اند. در مقابل، ۱۰ درصد

جهت بازی‌های آنلاین، ۸ درصد پر کردن خلا تنهایی و درصد کمی (۳ درصد) رابطه با جنس مخالف از شبکه‌های مجازی استفاده کرده‌اند.

جدول ۵- کاربرد و انگیزه استفاده پاسخگویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی

درصد	تعداد	
ابعاد الگوبرداری شده از شبکه‌های اجتماعی (تعداد پاسخ معتبر = ۸۷۰)		
۲۳/۰	۲۰۰	سبک اوقات فراغت و گذران وقت
۱۶/۲	۱۴۱	سبک موسیقی
۹/۹	۸۶	سبک ورزش
۹/۱	۷۹	سبک دکوراسیون منزل
۸/۹	۷۷	سبک خرید
۷/۴	۶۴	سبک زندگی سالم و بهداشتی
۶/۲	۵۴	سبک تعذیه
۵/۸	۵۰	سبک پوشش
۵/۵	۴۸	سبک آرایش و خودآرایی
۳/۳	۲۹	سبک مراسم ازدواج
۱/۶	۱۴	مدگرایی
۳/۱	۲۷	سایر
مهمترین دلایل استفاده از شبکه‌های اجتماعی (تعداد پاسخ معتبر = ۸۹۰)		
۷۷/۰	۶۸۵	ارتباط با نزدیکان و دوستان
۶۶/۶	۵۹۳	دریافت و ارسال اطلاعات و اخبار
۵۷/۱	۵۰۸	جستجوی مطالب مورد نیاز
۳۴/۸	۳۱۰	تبادل علمی (با اساتید و محققان)
۳۴/۳	۳۰۵	ارتقای دانش عمومی
۳۲/۰	۲۸۵	ارتقای دانش تخصصی
۲۸/۰	۲۴۹	پیدا کردن دوستان قدیمی
۱۸/۵	۱۶۵	تشکیل گروه‌ها و شبکه‌های آنلاین
۱۰/۶	۹۴	بازی‌های آنلاین
۸/۲	۷۳	پر کردن خلا تنهایی
۲/۷	۲۴	رابطه با جنس مخالف
۲/۴	۲۱	سایر دلایل

میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

در خصوص میزان استفاده پاسخگویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی نتایج جدول ۶ نشان می‌دهد که حدود نیمی از پاسخگویان (۴۵ درصد) بین دو تا چهار ساعت در شبانه‌روز زمان خود را در شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌گذرانند، ۴۰ درصد کمتر از دو ساعت و در نهایت ۱۶ درصد بیشتر از چهار ساعت در شبانه‌روز در شبکه‌های اجتماعی مجازی حضور دارند.

جدول ۶- توزیع میزان استفاده پاسخگویان از شبکه‌های مجازی در طول شبانه‌روز

مدت زمان استفاده از شبکه‌های مجازی	تعداد	درصد
کمتر از نیم ساعت	۳۰	۳/۳
نیم تا یک ساعت	۱۱۱	۱۲/۳
یک تا دو ساعت	۲۱۱	۲۳/۴
دو تا سه ساعت	۲۲۳	۲۴/۸
سه تا چهار ساعت	۱۸۳	۲۰/۳
چهار تا پنج ساعت	۶۸	۷/۶
پنج ساعت و بیشتر	۷۴	۸/۲
تعداد نمونه	۹۰۰	۰.۱۰۰

نتایج تحلیل چندمتغیره

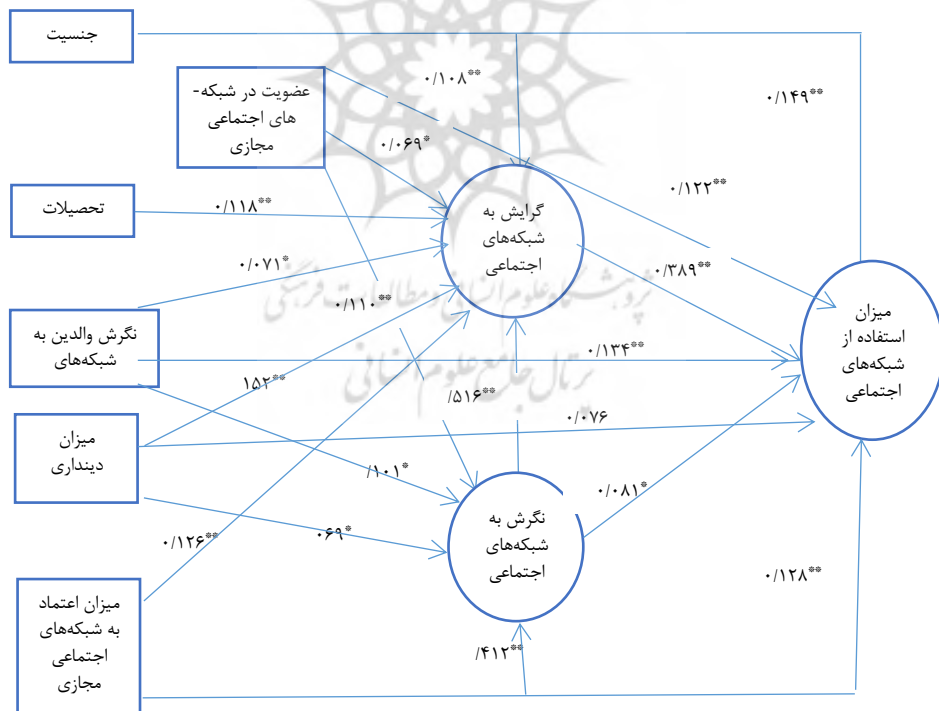
در جدول ۷ با استفاده از ضرایب رگرسیونی و مدل تحلیل مسیر، مکانیزم اثرگذاری متغیرهای مستقل بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مشخص شده است. بر این اساس، در میان ۸ متغیر مستقل مورد بررسی، اثرگذاری میزان تحصیلات والدین ضعیف‌ترین بوده است. در مقابل، مهم‌ترین متغیر تأثیرگذار بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی بوده است و در مرتبه بعدی نگرش به شبکه‌های اجتماعی مجازی است. پس از آن و در مرتبه سوم، اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی قرار دارد. نمودار ۲ مسیر اثرگذاری متغیرها را نشان می‌دهد.

جدول ۷. ارزیابی تأثیرات مستقیم، غیرمستقیم، و کلی عوامل موثر بر میزان استفاده از

شبکه‌های اجتماعی مجازی

رتبه اثر	تأثیر کل	تأثیرات غیرمستقیم	تأثیر مستقیم	متغیر مستقل
۱	۰/۳۸۳	-	۰/۳۸۹**	گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی
۲	۰/۲۸۲	۰/۲۰۱	۰/۰۸۱*	نگرش به شبکه‌های اجتماعی مجازی
۳	۰/۲۱۱	۰/۰۸۳	۰/۱۲۸**	اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی
۴	۰/۱۹۱	۰/۰۴۲	۰/۱۴۹**	جنسیت (مرجع زن)
۵	۰/۱۸۹	۰/۰۵۵	۰/۱۳۴**	نگرش والدین به شبکه‌های اجتماعی مجازی
۶	۰/۱۵۸	۰/۰۳۶	۰/۱۲۲**	مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی
۷	-۰/۱۴۳	-۰/۰۶۵	-۰/۰۷۸*	میزان دینداری
۸	۰/۰۶۲	۰/۰۴۶	۰/۰۱۶	میزان تحصیلات والدین

نکته: * معنادار در سطح ۰.۰۵ درصد و ** معنادار در سطح ۰/۰۱ درصد



بحث و نتیجه گیری

شبکه‌های اجتماعی، به دلیل کارکردها و تعاملات گسترده خود، مورد توجه شمار زیادی از دانشگاهیان، از جمله دانشجومعلم‌ان قرار گرفته و کاربران زیادی را جذب خود کرده است. بنابراین تحقیق حاضر به مطالعه میزان و نوع استفاده دانشجومعلم‌ان از شبکه‌های اجتماعی مجازی و عوامل موثر بر آن پرداخته است. یافته‌های بدست آمده از تحقیق نشان داد که شبکه‌های اجتماعی تلگرام، واتس‌آپ و اینستاگرام از جمله پرطرفدارترین شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجومعلم‌ان هستند. اکثریت آنها با استفاده از تلفن همراه خود و با استفاده از دیتای گوشی شخصی در این شبکه‌های مجازی حضور پیدا می‌کنند و ساعات بعداز ظهر و شب پیک حضور آنها در شبکه‌های اجتماعی مجازی است. همچنین بیشترین میزان استفاده دانشجومعلم‌ان از شبکه‌های اجتماعی مجازی، بین دو تا چهار ساعت در طول شبانه‌روز بوده است. بنابراین، شبکه‌های اجتماعی مجازی نظیر تلگرام، واتس‌آپ و اینستاگرام به دلیل امکانات، قابلیت‌ها و دسترسی آسان مورد استفاده اکثر دانشجویان قرار گرفته است. تعداد زیادی از گروه‌های دوستان، گروه‌های علمی، فرهنگی، هنری و حتی سرگرمی باعث شده تا دانشجومعلم‌ان به‌عنوان کاربران ثابت این شبکه‌ها باشند. آنها علاوه بر این که در طول روز به دلیل پیگیری موضوعات علمی و درسی و همچنین ارتباط با اساتید و همکلاسی‌های خود از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند، در ساعات استراحت نیز به طور قابل توجهی در شبکه‌های اجتماعی مجازی مختلف حضور دارند. آگاهی و توجه از این موضوع، زاویه جدیدی به موضوع بهره‌گیری از قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی، در راستای مرتفع نمودن نیازهای مختلف دانشجومعلم‌ان و همچنین جهت دادن به خواسته‌ها و نیازهای فراغتی آنان می‌گشاید. اهمیت این موضوع و برنامه‌ریزی در این زمینه، زمانی ضروری به نظر می‌رسد که بحث اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی مطرح می‌شود. نتایج به دست آمده، در خصوص میزان اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی نشان داد که اکثر دانشجومعلم‌ان علی‌رغم استفاده و حضور زیاد در شبکه‌های اجتماعی مجازی، به میزان کمی به این شبکه‌ها اعتماد دارند. عدم اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند به زعم لی و لی^۱ (۲۰۱۰) ناشی از تنش‌های موجود بین ارزش‌های پذیرفته شده توسط فرد و جامعه اطلاعاتی مجازی باشد که می‌بایست برنامه‌هایی در جهت رسیدن به تعادل پویا در این زمینه اتخاذ و اجراء گردد.

همچنین یافته‌های بدست آمده در خصوص دلایل استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در نزد دانشجویان به ترتیب اولویت، شامل ارتباط با نزدیکان و دوستان، دریافت و ارسال اطلاعات و اخبار، جستجوی مطالب موردنیاز، تبادل علمی، ارتقای دانش عمومی، پیداکردن دوستان قدیمی، تشکیل شبکه‌های آنلاین، بازی‌های آنلاین، پر کردن خلاء تنهایی بوده است. نتایج بدست آمده در این زمینه، همسو با نتایج اکثر تحقیقات صورت گرفته درباره شبکه‌های اجتماعی مجازی است که نشان می‌دهد که دانشجویان نیز همانند سایر کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی، در جنبه‌های مختلف زندگی از قبیل: سبک و کیفیت زندگی (عبدی‌زاده و احمدی بلوطکی، ۱۳۹۶)، هویت اجتماعی (احمدپور و قادرزاده، ۱۳۸۹؛ علوی و همکاران، ۱۳۸۷؛ مهدی‌زاده و عنبرین، ۱۳۸۸)، نحوه گذراندن اوقات فراغت (کفاشی و پیرجلیلی، ۱۳۹۴؛ صادقی فسائی و عرفان منش، ۱۳۹۷)، ذائقه موسیقایی، و روابط خانوادگی (صادقی فسائی و عرفان منش، ۱۳۹۷) انتخاب پوشاک، نوع پوشش، شیوه بیان، رفتار سیاسی و غیره تحت تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی قرار گرفته‌اند.

علاوه بر اینها، آزمون عوامل موثر بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی نشان داد که دانشجویان معلمانی که نگرش مثبت و گرایش بیشتری به شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند، زمان بیشتری را صرف استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. نتایج بدست آمده با مطالعات جها و همکاران (۲۰۱۹)، کالپیدو و همکاران (۲۰۱۱)، رحیمی و صبوری خسروشاهی (۱۳۹۷)، و خدایاری و همکاران (۱۳۹۴) همسو می‌باشد. از اینرو، دانشجویان معلمانی که نگرش مثبت و گرایش زیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند، در عمل نیز زمان بیشتری را صرف شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌کنند. مطابق با نظریه «استفاده و رضایت‌مندی» درجه خشنودی و گرایش افراد نسبت به شبکه‌های اجتماعی مجازی براساس نیازها و علایق آنان مشخص می‌شود و هرچقدر افراد بیشتر احساس کنند که محتوای شبکه‌های اجتماعی مجازی، نیازهای آنان را برآورده می‌کند، آنها زمان بیشتری را به آن اختصاص می‌دهند و دفعات بیشتری در طول شبانه‌روز به آنها مراجعه می‌کنند.

همچنین، نتایج بدست آمده نشان داد افرادی که مدت زمان بیشتری عضویت در شبکه‌های اجتماعی دارند، زمان بیشتری را صرف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌کنند. از این‌رو، با افزایش مدت زمان عضویت افراد در شبکه‌های اجتماعی مجازی، گذران وقت در شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش می‌یابد. سوچیتا و همکاران (۲۰۱۹)، افشانی و همکاران (۱۳۹۶)،

تولایی و همکاران (۱۳۹۶)، خرابایی ماسوله (۱۳۹۵)، فرقانی و مهاجری (۱۳۹۶)، دارابی و مجیدی قهرودی (۱۳۹۶) نیز در تحقیقات خود، هم‌راستا با نتایج این تحقیق نشان داده‌اند. از اینرو، حضور طولانی مدت در شبکه‌های اجتماعی، باعث ایجاد وابستگی و شکل‌گیری عادات در کاربران می‌گردد و آنها طبق عادات به طور منظم و پررنگ‌تر زمان بیشتری را به شبکه‌های اجتماعی مجازی اختصاص می‌دهند.

نتایج بررسی نشان داد میزان اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی با زمان صرف شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه مثبت و معناداری دارد. دانشجوی معلمانی که میزان اعتماد بیشتری به شبکه‌های اجتماعی دارند، زمان بیشتری را صرف شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌کنند. تحقیقات دوی و یامین^۱ (۲۰۱۵)، گانزالز، گاسکو و لیوپس^۲ (۲۰۱۹)، هنیفه و سومپتا^۳ (۲۰۱۱)، افشانی و همکاران (۱۳۹۶)، رحیمی و صبوری خسروشاهی (۱۳۹۷)، خدایاری و همکاران (۱۳۹۳)، فلاحتی شهاب‌الدینی (۱۳۹۴)، و کاظمی و همکاران (۱۳۹۴) هم‌راستا با نتایج این تحقیق نشان داده‌اند که میزان اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی، بر میزان استفاده آنها از این شبکه‌ها تاثیرگذار است. از جمله عواملی که می‌توانند سبب افزایش اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجو معلمان شوند، حضور دوستان و آشنایان، احساس همنوایی با آنان، تبادل اطلاعات و همچنین حضور افراد معتمد دانشجویان، نظیر اساتید و اندیشمندان حوزه‌های مختلف، در این شبکه‌ها است.

یافته‌های تحقیق نشان داد که بین جنسیت و میزان اختصاص وقت به شبکه‌های اجتماعی مجازی، رابطه معنادار وجود دارد. به عبارت دیگر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی دانشجو معلمان پسر بیشتر از دانشجو معلمان دختر بوده است. نتایج مطالعه دارابی (۱۳۹۶)، خدایاری و همکاران (۱۳۹۳)، مرادی و همکاران (۱۳۹۳) و سایر مطالعات نیز بر وجود تفاوت معنادار بین زنان و مردان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی اشاره کرده‌اند.

همچنین یافته‌های تحقیق نشان داد، هر چه میزان دینداری دانشجو معلمان افزایش پیدا می‌کند، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی کاهش می‌یابد. دانشجو معلمانی که سطح دینداری بالاتری دارند در مقایسه با دانشجو معلمانی که سطح دینداری پایین‌تری دارند، زمان کمتری را صرف شبکه‌های اجتماعی مجازی کرده‌اند. این یافته همسو با نتایج تحقیقات فلاحتی شهاب

1. Devi and Yamin

2. Gonzalez, Gasco, & Llopis

3. Hanifa and Sumpta

الدینی (۱۳۹۴)، احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹)، علوی و همکاران (۱۳۸۹)، و مهدی‌زاده و عنبرین (۱۳۸۸) بوده است.

بطور کلی، امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان ابزارهای اجتماعی یادگیری، فرصت‌هایی ارزشمند برای یادگیری موضوعات مختلف در بستری اجتماعی و از طریق ایجاد فضای یادگیری آنلاین بوجود آورده‌اند (علی‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۴۷) که توانسته است میزان یادگیری دانشجو معلم، محیط دانشگاه، تعاملات و همچنین کلیه فرایند آموزشی و پژوهشی را تحت تاثیر قرار دهند. همچنین توجه و آگاهی از این موضوع که خود دانشجویان به عنوان معلمان نسل آینده، به چه میزان و به چه نحوی از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند، برای مجامع علمی و تصمیم‌گیرندگان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. به عبارت دیگر، با توجه به روند توسعه شبکه‌های اجتماعی مجازی در دانشگاه‌ها و همچنین توجه روزافزون دانشجو معلم و جامعه علمی به این ابزار قدرتمند تعاملی، اطلاعات صحیح و دقیق در خصوص میزان و نوع استفاده دانشجو معلم از شبکه‌های اجتماعی مجازی، سبب تسهیل در امر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در راستای رسیدن به اهداف آموزشی خرد و کلان خواهد شد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

احمدپور مریم و قادرزاده امید. ۱۳۸۹. تعامل در فضای سایبر و تاثیر آن بر هویت دینی جوانان (تحلیلی درباره نتایج یک پیمایش در دانشگاه کردستان). **پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه**. دوره ۱، شماره ۵. صص ۷۵-۹۹، پاییز و زمستان.

افشانی، سیدعلیرضا، پارسامهر، مهربان و کریمیان، کبری. ۱۳۹۷. عوامل مؤثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد مطالعه، دانش آموزان دختر دبیرستانهای شهرکرد، **فصلنامه علوم اجتماعی**، سال ۲۷، شماره ۸۰. صص 209-237. بهار .

افشانی، سیدعلیرضا، مهربان پارسا مهر، کبری کریمیان (۱۳۹۷). عوامل مؤثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی: مورد مطالعه دانش آموزان دختر دبیرستان‌های شهرکرد، **فصلنامه علوم اجتماعی**، شماره ۸۰، صص ۲۳۷-۲۰۹.

پاینده، محبوبه. ۱۳۹۳. بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه پیام نور کوهپایه). **کنفرانس بین المللی علوم رفتاری و مطالعات اجتماعی**. نمایه شده در سولیکا به نشانی:

https://www.civilica.com/Paper-IBSCONF01-IBSCONF01_197.html

حیدریان، خاطره . ۱۳۹۶. رابطه بین میزان و نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی، بلوغ زودرس، احساس تنهایی، ارتباط با جنس مخالف و عملکرد تحصیلی در دانش آموزان دختر متوسطه اول شهرستان آبدانان، **پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم تربیتی**، به راهنمایی دکتر اسماعیل سعدی پور، دانشگاه علامه طباطبایی.

خرابی ماسوله، ساره . ۱۳۹۵. بررسی میزان و نوع استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی: مطالعه موردی: دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب . **پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی**، به راهنمایی دکتر سید وحید عقیلی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، مهرماه.

خانیکی، هادی و بابائی، محمود. ۱۳۹۰. فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی. **فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات جامعه اطلاعاتی**. دوره اول، شماره ۱، صص ۷۱-۹۶.

خدایاری، کلثوم؛ دانشور حسینی، فاطمه و سعیدی حمیده. ۱۳۹۳. میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد مشهد). **فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی**، سال بیست و یکم، شماره ۱. صص ۱۶۷-۱۹۲، بهار.

خلیلی، لیلا. ۱۳۹۴. استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی. **نشریه تعامل انسان و اطلاعات**. جلد دوم. شماره ۱. صص ۶۰-۷۳.

دارایی، محمد. ۱۳۹۶. بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در تمایل دانشجویان به تغییر سبک زندگی. **پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات و مطالعات رسانه**، به راهنمایی دکتر نسیم مجیدی قهرودی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.

ذکایی، محمدسعید و حسینی، محمدحسین. ۱۳۹۵. شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی جوانان: فراتحلیل پژوهش‌های پیشین. **فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی**. سال ششم. شماره بیست و دوم. صص ۲۵-۷. بهار.

ذکایی، محمدسعید و محمدحسین حسینی (۱۳۹۶). شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی جوانان: فراتحلیل پژوهش‌های پیشین، **فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی**، شماره ۲۲، صص ۲۵-۷.

رحیمی، حمید. ۱۳۹۷. بررسی کارکردهای شبکه‌های اجتماعی در میان شهروندان تهرانی مورد مطالعه شبکه اجتماعی تلگرام. **پایان نامه کارشناسی ارشد**. به راهنمایی دکتر حبیب صبوری خسرو شاهی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق. قیامدشت

شلدون، پابیکا (۱۳۹۶). **رسانه‌های اجتماعی: اصول و کاربردها**، ترجمه حسین حسینی، نشر ثانیه. شولتز، دوان و شولتز، سیدنی آلن. ۱۳۹۸. نظریه‌های شخصیت. ترجمه یحیی سید محمدی. تهران: ویرایش

شهبابی، محمود و بیات قدسی (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی مجازی و کاربران جوان: از تداوم زندگی واقعی تا تجربه جهان وطنی، **فصلنامه مجلس و راهبرد**، شماره ۶۹.

صادقی فسائی، سهیلا و عرفان منش، ایمان. ۱۳۹۷. تفاوت‌های جنسیتی در ادغام اجتماعی فناوری‌های جدید با اوقات فراغت نوجوانان: ترجیح یا تحمیل؟ **زن در فرهنگ و هنر**، دوره ۱۰، شماره یک، صص ۱۲۳-۱۱۵. بهار.

عبدی زاده، رضا و احمدی بلوطکی، حاجی محمد. ۱۳۹۷. مطالعه رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی واتس آپ و تلگرام با سبک زندگی دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران، **نشریه مطالعات جامعه‌شناسی**، سال دهم، شماره سی و هشتم، صص ۴۳-۶۰. بهار.

علی‌آبادی، خدیجه، رجیبان ده زیره، مریم، درتاج، فریبا. ۱۳۹۶. بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و راهبرد خودتنظیمی در دانش‌آموزان. **دوماهنامه راهبردهای آموزش در علوم پزشکی**، صص ۳۵۷-۳۴۵، آذر و دی ماه.

فاضلی، محمد (۱۳۸۶). تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی، **فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران**، دوره ۱، صص ۱۷۵-۱۹۸.

فرقانی، محمدمهدی و بدیعی، بهار. ۱۳۹۵. فرایند اهلی سازی تکنولوژی رسانه ای: تجربه زیسته جوانان ایرانی در پذیرش تلفن همراه هوشمند، **فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین**، سال اول، شماره ۴، صص ۱۳۳-۱۷۸، زمستان.

قاضی نوری، سید سروش، رضایی نیک، نفیسه و روشنی سعید. ۱۳۹۳. بررسی الزامات، چالش‌ها و قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی کنش گران مدیریت فناوری و نوآوری ایران، **فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران**، دوره هفتم، شماره ۲، صص ۴۹-۷۳، تابستان.

کفاشی، محید و پیرجلیلی، زهرا. ۱۳۹۴. گذراندن اوقات فراغت زنان در فضای مجازی (شهر تهران). **ویژه نامه زن و جامعه**. صص ۱۲۳-۱۰۵، زمستان.

مک کوئیل، دنیس. ۱۳۸۳. «ارتباطات جمعی و فرهنگ». ترجمه سعید مهدوی کنی. **فصلنامه رسانه**، سال پانزدهم، شماره چهارم (۶۰). صص ۱۳۱-۱۶۰.

ویندال، سون، بنو سیگنایزر، و جین اولسون (۱۳۸۷). **کاربرد نظریه‌های ارتباطات**، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات جامعه شناسان.

Ahmadpour, Maryam, & Ghaderzadeh, Omid. (2011). Interaction in the cybersp ACE and ITS effect on the youthsreligious (an anlysis of the result of a survey carried out in the university of Kurdistan). *Youths, culture and and society research*, - (5), 75-99. SID. <https://sid.ir/paper/144776/fa>. (In Persian)

Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Aliabadi, Khadija, Rajabian Deh Zireh, Maryam, Dartaj, Fariba. ۲۰۱۶. Investigating the relationship between the amount of use of virtual social networks and self-regulation strategy in students. *Bimonthly Education Strategies in Medical Sciences*, pp. ۳۵۷-۳۴۵/fa. (In Persian)

Anam Iqbal, A. A. , & Iqbal, K. (2017). Factor Analysis Of Effects Of Social Media On Youth: A Case Study Of University Of Sargodha. *Academic Research International Vol. 8 (3)* , 22-31.

Bodroža, B. , & Jovanović, T. (2016). Validation of the new scale for measuring behaviors of Facebook users: Psycho-Social Aspects of Facebook Use (PSAFU). *Computers in Human Behavior*,54, 425-435.

Boyd, D. M. , & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer mediated Communication*, 13 (1), 210-230.

Brophy, P. (2006). *Measuring library performance: principles and techniques*. Facet publishing.

- Darabi, Mohammad. ۲۰۱۶. Examining the role of social networks in students' desire to change their lifestyle. Master's thesis in the field of communication sciences and media studies, Islamic Azad University Tehran Branch. Iran/fa. (In Persian)
- Eydi Zade, Reza, & Ahmadi Blotaki, Haji Mohammad. (۲۰۱۸) 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 OF SOCIOLOGY STUDIES**, ۳۸(۱۰), -۴۳ ۶۰. SID. <https://sid.ir/paper/۲۲۲۷۴۹/fa>. (In Persian)
- Fazli, Mohammad. (2008). An image of the cultural lifestyle of the student community. **Iranian Cultural Research**, ۱) ۱), ۱۹۸-۱۷۵. SID. <https://sid.ir/paper/۴۵۰۴۲۲/fa>. (In Persian)
- Forghani, Mohammad Mahdi, & Badiee, Bahar. ۲۰۱۶. The Process of domestication of media technology: The lived experience of Iranian Youth in using smartphones. **New media studies**, ۴) ۱), ۱۷۸-۱۳۳. SID. <https://sid.ir/paper/۲۶۴۶۴۲/fa>. (In Persian)
- Gonzalez, R. , Gasco, J. , & Llopis, J. (2019). University students and online social networks: Effects and typology. *Journal of Business Research*, 101, 707-714.
- Heydarian, Khatere. ۲۰۱۶. The relationship between the amount and manner of using social networks, precocious puberty, feelings of loneliness, relationship with the opposite sex and academic performance in female students of the first secondary school in Abdanan city, master's thesis in the field of educational sciences, Allameh Tabatabaei University, Iran/fa. (In Persian)
- Jha, S. , Chitnis, A. , & Chitnis, R. (2019). Understanding Behavior Pattern of College Students Towards Social Networking Sites in India. *Indian Journal of Computer Science*, 4 (1), 26-34.
- Kalpidou, M. , Costin, D. , & Morris, J. (2011). The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, 14 (4), 183-189.
- Kafashi, Majid, & Pirjalili, Zahra. ۲۰۱۷. Spare time of women in cyber space (Tehran, ۲۰۱۵ *Sociology of women (Journal of woman and society)*, ۷ (supplements), ۱۲۳-۱۰۵. SID. <https://sid.ir/paper/۱۶۹۰۰۴/fa>. (In Persian)
- Kaplan A. M. and M. Haenlein, "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media," *Bus. Horizons*, vol. 53, no. 1, pp. 59-68, 2010. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karimian, Kobra; Parsamehr, Mehraban & Afshani Seyed Alireza (2018). Investigate psychological and social factors affecting trends of high school adolescent's girl in Shahrekord toward social network. **Social Sciences**, 25 (80), 209-237. doi: 10.22054/qjss.2018.17060.1430/fa. (In Persian)

- Kharabi Masuleh, Sare ۲۰۱۵. Examining the amount and type of students' use of social networks: case study: postgraduate students of Islamic Azad University, South Tehran branch. Master's thesis in the field of social communication sciences, Islamic Azad University, South Tehran branch, Iran/fa. (In Persian)
- Khaniki, Hadi and Babaei, Mahmoud. ۲۰۱۰. Cyber space and social networks. **Quarterly Journal of the Iranian Association for Information Society Studies**. First period, N۱, ۹۶-۷۱. /fa. (In Persian)
- Khodayari, Kulthum; Daneshvar Hosseini, Fatemeh and Saidi Hamideh. ۲۰۱۳. The amount and type of use of virtual social networks (a case study of Mashhad Azad University students). **Communication Research**, Year ۲۱, Number ۱. pp. ۱۹۲-۱۶۷/fa
- Khalili, Leilla. (۲۰۱۵). USE OF SOCIAL NETWORKS BY UNIVERSITY STUDENTS. **Human Information Intraction**, ۱) ۲), ۷۳-۵۹. SID. <https://sid.ir/paper/۲۶۰۳۳۳/fa>. (In Persian)
- Kirschner, P. A. , & Karpinski, A. C. (2010). Facebook® and academic performance. *Computers in human behavior*, 26 (6), 1237-1245.
- Kulandairaj, J. (2014). Impact of SocialMedia on the Life Style of Youth. *International Journal of Technical Research and Applications*, 2 (8), 22-28.
- Lee, J. & Lee, H. (2010) "The Computer-Mediated Communication Network: Exploring the Linkage between the Online Community and Social Capital. " *New Media & Society*, 12 (5): 711-727.
- McQuail, Dennis. ۲۰۱۳. "Mass Communication and Culture". Translated by Saeed Mahdavi Keni. *Media Quarterly*, ۱۵th year, ۴th issue (۶۰). pp. ۱۶۰-۱۳۱.
- McQuail, D. (1972). The television audience: A revised perspective. *Sociology of mass communications*, 135-165.
- Noguti, V. , Singh, S. , & Waller, D. S. (2019). Gender differences in motivations to use social networking sites. In *Gender economics: Breakthroughs in research and practice* (pp. 676-691). IGI Global.
- Paul, J. A. , Baker, H. M. , & Cochran, J. D. (2012). Effect of online social networking on student academic performance. *Computers in Human Behavior*, 28 (6), 2117-2127.
- Payandeh, Mahbobeh, ۲۰۱۳, investigation of social factors affecting the degree of tendency towards social networks (case study of Payamnoor Kohpayeh University students), **International Conference on Behavioral Sciences and Social Studies Tehran**. https://www.civilica.com/Paper-IBSCONF01-IBSCONF01_197.html/fa (In Persian)
- Qazi Nouri, Seyed Soroush, Rezaei Nik, Nafisa and Roshni Saeed. ۲۰۱۳. Examining the requirements, challenges and capabilities of social networks of technology and innovation management actors in Iran, *Iranian Cultural Research Quarterly*, ۷th volume, number ۲, pp. ۴۹-۷۳, summer. (In Persian)

- Rahimi, Hamid ۲۰۱۷. Examining the functions of social networks among Tehrani citizens studied in the Telegram social network. Master's thesis. Islamic Azad University, Tehran East Branch. Qiamadasht/fa. (In Persian)
- Rathakrishnan, B. , Wani, M. A. , Yahaya, S. A. B. A. , Singh, S. , Manish, B. S. M. R. K. , & Verma, K. (2019). Factors of Social Networking Towards the Development of Self-Esteem, Social Skills and Learning Behavior Among Adolescents. *people*, 15 (41), 32-70.
- Sadeghi Fasai, Soheila and Irfan Menesh, Iman. 2017. Gender differences in the social integration of new technologies with teenagers' free time: preference or imposition? **Women in Culture and Art**, Volume 10, Number One, pp. 123-115, spring. (In Persian)
- Schultz, Duane and Schultz, Sidney Allen. ۲۰۱۸. Theories of personality. The pity of Yahya Seyyed Mohammadi. Tehran: Ed
- Shahabi, Mahmood, & Bayat, Ghodsi. ۲۰۱۲. Virtual social networks and young users, from continuity in real life to cosmopolitan experience. **Majlis & rahbord**, ۶۹ (۱۹), ۱۸۰-۱۵۱. SID. <https://sid.ir/paper/۲۲۴۷۲۸/en>. (In Persian)
- Sheldon, Pavika (۲۰۱۶). Social media: principles and applications, translated by Hossein Hosni, published by Saniya
- Windall, Son, Beno Signizer, and Jane Olson (۲۰۰۷). Application of communication theories, translated by Alireza Dehghan.
- Zokaei, Mohammad Saeed, & Hasani, Mohammad Hossein. (۲۰۱۷). Social networking virtual world and youth lifestyle: Meta-analysis of literature review. **The socio cultural strategy journal**, ۲۲ (۶), ۲۵-۷. SID. <https://sid.ir/paper/۲۴۳۶۲۹/fa> . (In Persian)