



بررسی انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی در میان دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی*

شهلا لطفی¹

(صفحات 73-89)

چکیده

هدف: دانشجویان به واسطه داشتن سواد رسانه‌ای بهتر جزء گروه‌هایی هستند که از شبکه‌های اجتماعی بیشتر استفاده می‌نمایند و این امر فرصت بی‌نظیری را برای پیگیری انگیزه‌های به کارگیری این رسانه توسط آنان فراهم آورده است. از این رو پژوهش حاضر با هدف شناسایی انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی انجام گرفته است.

روش پژوهش: این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش کار، پیمایشی است. جامعه مورد مطالعه این پژوهش دانشجویان مشغول به تحصیل علم اطلاعات و دانش‌شناسی (N=1000) شهر کرمانشاه است که بر اساس جدول مورگان، (N=180) نفر از طریق طریق نمونه‌گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان داد که از دیدگاه دانشجویان کسب اطلاعات و اخبار با میانگین 4.07 در اولویت اول متغیر جستجوی اطلاعات، پیدا کردن دوست جدید با میانگین 4.43 در اولویت اول متغیر حفظ روابط، کمک در پیدا کردن محتوای سرگرم‌کننده از جمله نوشته‌ها و تصاویر ویدئویی با میانگین 4.54 در اولویت اول متغیر سرگرمی و وقت‌گذرانی، اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی با میانگین 4.63 در اولویت اول متغیر فعالیت‌های علمی و پژوهشی، پرکردن تنهایی و خلاء عاطفی با میانگین 4.47 در اولویت اول متغیر وضعیت فردی قرار دارند.

نتیجه‌گیری: استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین دانشجویان بسیار رایج بود. مجموع نتایج نشان می‌دهد که انگیزه دانشجویان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مختلف است. نتایج این پژوهش می‌تواند در بررسی نیازها و شرایط دانشجویان و توجه به آن‌ها در بهره‌گیری هر چه بهتر از این شبکه‌ها مؤثر باشد.

کلیدواژه: شبکه‌های اجتماعی، انگیزه، دانشجویان، کرمانشاه، علم اطلاعات و دانش‌شناسی

*. تاریخ ارسال مقاله: 1396/04/01؛ تاریخ پذیرش مقاله: 1396/06/13.

1. کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه الزهرا (س)

shahla.lotfei@gmail.com

مقدمه و بیان مساله

امروزه تحت تأثیر رسانه‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی، در عصر جدیدی از روابط انسانی به سر می‌بریم. عصری که در آن شکل‌گیری شبکه‌های گوناگون اجتماعی آنلاین، شیوه‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی نوینی به عرصه گسترده ارتباطات اجتماعی معرفی کرده است (میرمحمدصادقی، 1391). ظهور فضای سایبر و امکاناتی که فناوری‌های اطلاعاتی به همراه آورده‌اند، امیدها، آرزوها و کابوس‌هایی را به دنبال داشته است. در این دوران، استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، روزه‌روز محبوبیت بیشتری پیدا می‌کند. شبکه اجتماعی، مجموعه‌ای از سرویس‌های مبتنی بر وب است و این امکان را برای اشخاص فراهم می‌آورد تا در محیط مجازی توصیفات عمومی یا خصوصی برای خود ایجاد کنند یا با دیگر اعضای شبکه ارتباط برقرار نمایند، منابع خود را با آن‌ها به اشتراک بگذارند و از میان توصیفات عمومی دیگر افراد، برای یافتن اتصالات جدید جستجو کنند. همچنین شبکه‌های اجتماعی به افراد اجازه می‌دهند در یک سیستم مشخص و معین پروفایل شخصی خود را داشته باشند، خود را به دیگران معرفی کنند، اطلاعاتشان را به اشتراک بگذارند و با دیگران ارتباط برقرار کنند. از این طریق افراد می‌توانند ارتباطشان با دیگران را حفظ کرده و همچنین ارتباط‌های اجتماعی جدیدی را شکل دهند (بوید و الیسون، 2007).

هم‌اکنون سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، بعد از پرتال‌های بزرگی مانند یاهو، یا موتورهای جستجویی مانند گوگل، تبدیل به پراستفاده‌ترین خدمات اینترنتی شده‌اند. به تعبیر مانوئل‌کاستلز¹ فناوری‌های نوین اطلاعات، نقاط دور عالم را در شبکه‌های جهانی به همدیگر پیوند می‌دهند، ارتباطات رایانه‌ای مجموعه‌ای از جوامع مجازی را به وجود می‌آورند که در نتیجه آن، همه ساختارها و فرایندهای مادی و معنوی بشر دگرگون می‌شوند (نورمحمدی، 1390). چنان‌که نتایج یک نظرسنجی در 24 کشور جهان (2010) نشان می‌دهد در سراسر جهان به‌طور متوسط از هر 10 نفر کاربر اینترنت، 6 نفر از شبکه‌های اجتماعی بازدید می‌کنند (اقتصاد ایران، 1391). در این راستا استقبال کاربران ایرانی نیز از شبکه‌های اجتماعی روند قابل توجه و تأملی را در پیش داشته است؛ اما در اینجا این سؤال مطرح است که پیوستن دانشجویان به شبکه‌های اجتماعی به چه دلیل و انگیزه‌هایی صورت می‌پذیرد. مسئله اصلی اینجاست که با توجه به اینکه کاربرد شبکه‌های اجتماعی، در میان دانشجویان و محیط‌های دانشجویی در حال افزایش پیش‌رونده‌ای است اما در کشور ما تاکنون پژوهش‌های اندکی در خصوص انگیزه‌های گرایش کاربران به شبکه‌های اجتماعی صورت گرفته است و توجه چندانی به نیازهای ارتباطی آن‌ها در پیوستن به رسانه‌های اجتماعی نشده است. از سوی دیگر دانستن این که چرا دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند برای مجامع علمی به‌شدت اهمیت دارد. چون هم تعداد کاربران و استفاده‌کنندگان آن رو به ازدیاد است و هم‌زمانی که در هر بار استفاده، صرف می‌شود زیاد است. بی‌شک انگیزه این میزان استقبال قابل تأمل و بررسی است.

ضرورت پژوهش

عضویت افراد در شبکه‌های اجتماعی و استفاده از برنامه‌های موجود در این شبکه‌ها نشان‌دهنده علائق و سلائیق آنان در زمینه‌های متنوع است. در این میان با توجه به اینکه میزان عضویت در شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر از افزایش قابل ملاحظه‌ای

1Manuel Castells

برخوردار بوده است و نمی توان از عضویت قشر جوان جامعه به ویژه دانشجویان در این شبکه ها غافل شد لذا این پژوهش به شناسایی دلایل و انگیزه استفاده دانشجویان علم اطلاعات و دانش شناسی شهر کرمانشاه از شبکه های اجتماعی پرداخته است و نتایج حاصل از آن، می تواند دید و شناخت بهتری نسبت به این شبکه ها ایجاد کند و بستر مناسب تری را برای بهره گیری بهتر از این شبکه ها فراهم کند.

هدف تحقیق

امروزه شبکه های اجتماعی عضو جدایی ناپذیر جامعه بشری شده و به دلیل امکاناتی که در اختیار کاربرانشان قرار می دهند از محبوبیت بالایی برخوردار بوده و مدام مورد استفاده قرار می گیرند (موریس¹ و دیگران، 2010).

انگیزه ها و اهدافی که دانشجویان را به پیوستن به این شبکه ها ترغیب می کند و موجب استفاده از آن می شود تا حد زیادی بر ما پوشیده است. در این پژوهش سعی شده تا گامی در جهت شناخت هرچه بهتر این موارد برداشته و درکی تا حد امکان جامع از آن حاصل کند. شناسایی انگیزه های دانشجویان در استفاده از شبکه های اجتماعی می تواند بینشی عمیق از این شبکه ها و استفاده این قشر جامعه برای ما فراهم کند، بنابراین نتایج حاصل در بهبود کارایی و استفاده بهینه دانشجویان کمک خواهد کرد. هدف اصلی این پژوهش، شناسایی انگیزه های استفاده از شبکه های اجتماعی توسط دانشجویان علم اطلاعات و دانش شناسی است.

پیشینه ی پژوهش

برخی تحقیقات پیرامون شبکه های اجتماعی به نیازهای کاربران و تنوع آنها توجه نموده و مبتنی بر رویکرد پژوهشی استفاده و رضایتمندی، انگیزه ها و نیازهای اعضا را طبقه بندی نموده اند. به عنوان مثال پژوهشگران در مقاله ای با عنوان «شناخت و استفاده از شبکه های

¹ Morris

اجتماعی توسط دانشجویان دانشگاه کالیکوت¹ توسط هنیفه وسومپتا² (2010) به این نتیجه رسیدند که اکثریت قریب به اتفاق دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی آگاه هستند و از آن‌ها برای برقراری روابط دوستانه استفاده می‌کنند. همچنین دانشجویان نشان دادند که نداشتن امنیت و حریم خصوصی مهم‌ترین نگرانی شبکه‌های اجتماعی است چراکه بیش‌تر آن‌ها عکس و نام واقعی خود را استفاده می‌کنند.

دو پژوهشگر آمریکایی لنهارت³ و مادن⁴ (2007) نیز در تحقیق پیرامون علل گرایش کاربران به شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایالات متحده، نتیجه گرفتند که 55 درصد نوجوانان پروفایل‌های شبکه‌ای دارند و صفحات جوانان در این شبکه‌ها شامل خودگشودگی قابل مشاهده، ساده، صمیمانه و تعامل‌هایی است که رفتار آنان را به تصویر می‌کشد. یافته‌های آنان تأیید می‌کند که 91 درصد کاربران شبکه‌ی اجتماعی، از این شبکه‌ها برای حفظ روابط با دوستان کنونی استفاده می‌کنند که با آن‌ها رفت‌وآمد مکرر دارند و 82 درصد به دنبال حفظ روابط با کسانی هستند که با آن‌ها رفت‌وآمد ندارند، ضمن اینکه 72 درصد آنان از این شبکه‌ها برای ایجاد و پیگیری طرح‌های اجتماعی بهره می‌گیرند.

اتیو کلیوس⁵ (2012) با رویکرد کیفی کمی، تحقیقی در خصوص 400 نفر از دانشجویان پنج دانشگاه قبرس با هدف بررسی دلایل استفاده دانشجویان از فناوری‌های مبتنی بر وب انجام داد یافته‌ها حاکی از آن بود که به‌طور کلی، دانشجویان اینترنت را برای مقاصد مختلفی در فعالیت‌های روزانه خود به کار می‌گیرند. به نظر می‌رسد که دانشجویان از بحث و به اشتراک گذاشتن علایق و سلیقه‌های مشابه و تبادل اطلاعات با دیگران منافع خاصی را برای مقاصد آموزشی داشته باشند. یافته‌های این مطالعه بیان می‌دارد که تقریباً اکثر دانشجویان یعنی 87 درصد از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و از این میان 82 درصد عضو فیس‌بوک هستند.

1 Calicut

2 Haneefa and Sumitha

3 Lenhart

4 Madden

5 Eteokleous

تایفنی¹، پمپک²، یرمالیوا³، ساندرا⁴ (2008) در پژوهش خود اعلام کردند که 0/85 دانشجویان و دانش آموزان دبیرستانی برای ارتباط با دوستان و همکلاسی‌های خود از فیس‌بوک استفاده می‌کنند، البته آن‌ها گزارش کرده‌اند که حدود 0/9 آن‌ها برای دوست‌یابی‌های جدید یا ارتباط با والدین نیز از این شبکه استفاده می‌کنند.

پارک و همکاران⁵ (2009) در پژوهشی به بررسی انگیزه‌ها و نیازهای دانش‌آموزانی پرداختند که از بازدید کنندگان دائمی شبکه فیس‌بوک هستند. بررسی نشان داد که مشارکت و فعالیت در فیس‌بوک برای ارضای چهار نیاز اساسی بود: اجتماعی بودن، تفنن و سرگرمی، شناخت خویش و کسب اطلاعات. تنوع این نیازها به ویژگی‌های همچون جنس، شهر و زادگاه و مدت تحصیل آن‌ها بستگی داشته و تجزیه و تحلیل بین نیاز کاربران و فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی آن‌ها نشان داد که کسب اطلاعات از طریق استفاده‌های تفریحی و تفننی به فعالیت‌های سیاسی و اجتماعی می‌انجامد. همچنین این تحقیق نشان می‌دهد که پتانسیل شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک سرگرمی، ابزار قدرتمندی برای توجیه علاقه جوانان به تجمع‌های دوستانه و درگیر کردن نسل جوان به عنوان مشارکت کنندگان فعال در جامعه است. اکی، اومیکو و اووده⁶ (2014) در یک مطالعه پیمایشی با هدف بررسی استفاده از شبکه‌های اجتماعی در میان دانشجویان کارشناسی دانشگاه نوسوکا در نیجریه به این نتیجه رسیدند که تمامی دانشجویان از شبکه اجتماعی، غالباً برای تعامل با دوستان، ارتباط با همکلاسی‌ها به منظور مطالعه آنلاین و بحث درباره مسائل جدی ملی و تماشای فیلم استفاده می‌کنند.

پمپک و همکاران⁷ (2009) در تحقیق خود در زمینه بررسی تجربیات دانشجویان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مشخص کردند که ارتباط با دوستان قدیمی که در حال حاضر در دسترس نبوده‌اند، مهم‌ترین دلیل استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی بوده است.

1Tiffany

2Pempek

3Yermolayeva

4Sandra

5 Park et al

6 Eke, Omekwu & Odoh

7Pempek

حمد¹ (2013) در پژوهش خود تحت عنوان «درک و استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین دانشجویان» که در کویت اجرا شد، نشان داد که دانشجویان بیشتر برای اهداف تفریح و سرگرمی از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و نداشتن تجربه در استفاده از این شبکه‌ها یکی از اصلی‌ترین دلایل این امر است. همچنین دانشجویان برای آگاهی از کیفیت اطلاعات موجود در شبکه‌های اجتماعی نیاز به آموزش دارند. ضرورت شناساندن حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی به دانشجویان، یکی دیگر از یافته‌های این تحقیق است. بر اساس مطالعه مرادی و دیگران (1393)، شبکه‌های اجتماعی به انگیزه‌های گوناگون مورد استفاده قرار می‌گیرد، مهم‌ترین دلیل جذب مخاطب به شبکه‌های اجتماعی خود افشاگری است، دومین انگیزه استفاده، بهبود وضعیت فردی است. انگیزه‌های دیگر به ترتیب شامل: غوطه‌ور شدن در رسانه، جستجوی اطلاعات، وقت‌گذرانی، حفظ روابط و سرگرمی است.

داستانی و دیگران (1394) پژوهشی تحت عنوان دلایل و انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی گناباد انجام داده‌اند و نتایج پژوهش نشان داده که انگیزه و هدف اصلی دانشجویان از عضویت در این شبکه‌ها ارتباط با دوستان قبلی و کنونی و همچنین سرگرمی بوده است.

شهابی و بیات (1391) در پژوهش خود تحت عنوان «اهداف و انگیزه‌های عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی» به این نتیجه رسیدند که اکثر کاربران به منظور تسهیل روابط فعلی و احیای ارتباطات دوستانه قبلی به آن روی آورده‌اند و فضای مجازی را سیاسی نمی‌دانند همچنین تمایل جوانان برای برقراری ارتباط با افراد غیر ایرانی از دیگر انگیزه‌های پیوستن به شبکه‌های اجتماعی است.

جوادی‌نیا و همکاران (1392) هم در پژوهش خود با هدف تعیین الگوی استفاده از شبکه‌های اجتماعی به دلایل استفاده از این شبکه‌ها پرداخته‌اند و نتایج نشان داد که دلایل استفاده از شبکه‌های اجتماعی به ترتیب اهمیت، برای ارتباط با دوستان قدیمی، ارتباط با

1Hamade

دوستان کنونی، سرگرمی، پیدا کردن دوستان جدید، استفاده از تجربیات دیگران، آموزش و به اشتراک گذاری تصاویر بود.

بسیاری از مطالعات گذشته که به بررسی انگیزه‌های افراد برای عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداخته‌اند، نشان می‌دهد که اغلب این مطالعات به شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده، دلایل استفاده از شبکه‌های اجتماعی و میزان استفاده از این شبکه‌ها اشاره داشتند. این شبکه‌ها همه نیازهای کاربران را که قبلاً به طور پراکنده با پست الکترونیکی، وبسایت‌های خبری، وبلاگ‌ها، اتاق‌های گفتگو و غیره برآورده می‌شد را تأمین می‌کنند. افراد برای سرگرمی، نیازهای اطلاعاتی، معاشرتی، کنجکاوی، رهایی، تعامل اجتماعی و گذران وقت در این فضا حضور می‌یابند. درواقع نیازهای بین فردی، تماس اجتماعی، هویت شخصی و نیازهای راهنمایی یا اطلاعاتی خود را مرتفع می‌کنند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی و به روش پیمایشی انجام گرفته است. جامعه‌ی آماری این پژوهش دانشجویان مشغول به تحصیل علم اطلاعات و دانش‌شناسی شهر کرمانشاه است. نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده با استفاده از جدول مورگان انجام شده، بر این اساس تعداد نمونه برای انجام این پژوهش 180 نفر تعیین گردید. در این پژوهش از ابزار پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. برای طراحی سؤالات این پرسشنامه از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده گردیده است که یکی از رایج‌ترین مقیاس‌های اندازه‌گیری به شمار می‌رود. به‌طوری‌که طیف گزاره‌ها خیلی موافقم با شاخص امتیاز 5 و خیلی مخالفم با شاخص امتیاز 1 مشخص می‌شود. سؤالات پرسشنامه با توجه به بررسی متون، پیشینه‌ها و هدف این پژوهش صورت‌بندی و در 5 متغیر طراحی شده‌اند. شاخص‌ها به ترتیب مربوط به جستجوی اطلاعات، حفظ روابط، سرگرمی و وقت‌گذرانی، فعالیت‌های علمی و پژوهشی و وضعیت فردی است که هر کدام از این شاخص‌ها دربرگیرنده‌ی چندین انگیزه است.

برای تعیین روایی پرسشنامه، از روش محتوایی استفاده شده است، لذا تعداد مشخصی از پرسشنامه در اختیار اساتید و خبرگان حوزه فناوری اطلاعات و علم اطلاعات و دانش‌شناسی قرار گرفت که پس از جمع‌آوری نقطه نظرات آنان پرسشنامه نهایی تعیین گردید. برای تعیین پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده و مقدار آن 0/88 به دست آمد که نشان‌دهنده مقدار قابل قبول پایایی است. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها و جمع‌آوری داده‌ها، اطلاعات به دست آمده با استفاده از نرم‌افزار اس پی اس نسخه 20 تحلیل و همچنین برای آگاهی از میزان و اهمیت انگیزه‌ها، از آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی شاخص‌های برانگیزاننده‌ی استفاده از شبکه‌های اجتماعی استفاده شده است.

یافته‌ها

در این بخش ابتدا اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخگویان ذکر شده است و سپس به انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی از دیدگاه دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی در قالب پنج متغیر که متشکل از 22 شاخص است، پرداخته شده است.

اطلاعات جمعیت شناختی پاسخگویان

با توجه به پاسخنامه‌های عودت داده شده، از مجموع 180 نفر پاسخگو 80 درصد خانم بودند؛ در مورد متغیر سن، بیشترین درصد فراوانی متعلق به گروه سنی 20-25 سال (67 درصد) است. همچنین در مورد سطح تحصیلات پاسخگویان نیز بیشترین آمار به مقطع کارشناسی تعلق دارد. دانشجویان ورودی 1394 بیشترین پاسخگویان (45 درصد) بودند.

پرسش اول: شاخص‌های برانگیزاننده‌ی متغیر جستجوی اطلاعات مؤثر در استفاده از

شبکه‌های اجتماعی کدام‌اند؟

دسترسی آسان به اخبار و تحلیل‌های مستقل در شبکه‌های اجتماعی، حجم و سرعت بالای گردش و تبادل اطلاعات در جامعه‌ی جهانی را افزایش داده‌اند. نگاهی به شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد اشخاص حقیقی و حقوقی دارای صفحه هستند و کاربران

بسته به نیاز و تمایلاتشان جهت پیگیری اطلاع از اخبار و برنامه‌های غیررسمی، رویدادهای اجتماعی، فرهنگی، ورزشی، هنری و غیره از این شبکه‌ها بهره می‌گیرند. با توجه به نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن، شاخص کسب اطلاعات و اخبار دارای بالاترین رتبه شاخص برانگیزاننده‌ی متغیر جستجوی اطلاعات در استفاده از شبکه‌های اجتماعی بوده و سایر گویه‌ها به ترتیب رتبه عبارت‌اند از: جستجوی شغل و کسب‌وکار، آموزش، دنبال کردن فناوری‌های نوین و استفاده از تجربیات سایرین (جدول 1).

جدول 1. میانگین و آزمون فریدمن انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مربوط به متغیر جستجوی اطلاعات

شاخص‌ها	نمونه	میانگین	آزمون فریدمن
کسب اطلاعات و اخبار	180	4.07	3.71
جستجوی شغل و کسب‌وکار	180	3.90	3.46
استفاده از تجربیات سایرین	180	3.47	2.34
دنبال کردن فناوری‌های نوین	180	3.53	2.49
آموزش	180	3.70	3.00

پرسش دوم: شاخص‌های برانگیزاننده‌ی متغیر حفظ روابط مؤثر در استفاده از شبکه‌های اجتماعی کدام‌اند؟

روابط شبکه‌ای برای بسیاری از دانشجویان حکم تداوم، تحکیم و تکمیل فعالیت‌ها و روابط واقعی را دارد. مضاف بر این، دانشجویان شرکت‌کننده در این بررسی پیدا کردن دوست جدید و احیای ارتباطات قدیمی را از مهم‌ترین انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی بیان کردند. بدین معنی که با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، علی‌رغم فاصله‌ی فیزیکی با دوستان دوران دبستان و دانشگاه، محدودیت‌ها و مشغله‌های شغلی، تحصیلی و حتی خانوادگی، لذت نزدیکی عاطفی طرفین همچنان مستدام خواهد بود. همچنین دانشجویان، شبکه‌های اجتماعی را عرصه‌ای مناسب برای کشف دوستان جدید، ایجاد و گسترش تعامل اجتماعی با افرادی کاملاً ناآشنا می‌بینند. با توجه به نتایج آزمون رتبه‌بندی

فریدمن، شاخص پیدا کردن دوست جدید دارای بالاترین رتبه شاخص برانگیزاننده‌ی متغیر حفظ روابط در استفاده از شبکه‌های اجتماعی است (جدول 2).

جدول 2. میانگین و آزمون فریدمن انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مربوط به متغیر حفظ روابط

شاخص‌ها	نمونه	میانگین	آزمون فریدمن
ارتباط با دوستان قبلی و کنونی	180	3.80	3.63
پیدا کردن دوست جدید	180	4.43	4.51
پیشنهاد دوستان و عضویت آن‌ها	180	3.46	2.71
تقویت و توسعه‌ی ارتباطات اجتماعی	180	3.62	3.39
ایجاد فرصت یکسان برای گفتگوی افراد با همدیگر	180	3.60	3.03
عدم وجود مانع و خط قرمزی برای گفتگو درباره موضوعات مورد علاقه	180	4.10	3.73

پرسش سوم: شاخص‌های برانگیزاننده‌ی متغیر سرگرمی و وقت‌گذرانی مؤثر در استفاده از شبکه‌های اجتماعی کدام‌اند؟

ظهور اینترنت و توسعه‌ی رسانه‌های مبتنی بر آن رسانه‌ای شدن فراغت و عرصه‌ی سرگرمی را به دنبال داشته است. به گونه‌ای که مطابق اظهار نظر دانشجویان شرکت‌کننده در این پژوهش بخش عمده‌ای از اوقات فراغت آن‌ها به حضور در شبکه‌های اجتماعی اختصاص می‌یابد. درواقع دانشجویان با حضور در این شبکه‌ها، اوقات فراغت خود را به جستجو و اشتراک‌گذاری عکس‌ها و کلیپ‌ها می‌گذرانند و تجربه‌ی فراغتی مشترک و لذت بخشی را در کنار فعالیت‌های روزمره‌ی خود دنبال می‌کنند. با توجه به نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن، شاخص کمک در پیدا کردن محتوای سرگرم‌کننده از جمله نوشته‌ها و تصاویر ویدئویی دارای بالاترین رتبه شاخص برانگیزاننده‌ی متغیر سرگرمی و وقت‌گذرانی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی بوده و سایر گویه‌ها به ترتیب رتبه عبارت‌اند از: بررسی به اشتراک گذاشتن آلبوم‌های عکس/ ویدیو (خودم، مخاطب و اشخاص ثالث) و کمک به گذران اوقات در جریان عادی روز (جدول 3).

جدول 3. میانگین و آزمون فریدمن انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مربوط به متغیر سرگرمی و وقت‌گذرانی

آزمون فریدمن	میانگین	نمونه	شاخص‌ها
1.64	3.46	180	کمک به گذران اوقات در جریان عادی روز
2.40	4.54	180	کمک در پیدا کردن محتوای سرگرم‌کننده از جمله نوشته‌ها و تصاویر ویدئویی
1.96	3.87	180	بررسی و به اشتراک گذاشتن آلبوم‌های عکس/ویدئو (خودم، مخاطب و اشخاص ثالث) قسمتی از زندگی من است

پرسش چهارم: شاخص‌های برانگیزاننده‌ی متغیر فعالیت‌های علمی و پژوهشی مؤثر در استفاده از شبکه‌های اجتماعی کدام‌اند؟

پیشرفت‌های گسترده و سریع در فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث شد که دانشجویان با یادگیری مهارت‌های رایانه و اینترنت از محدودیت‌های جامعه‌ی سنتی فاصله گرفته و بسیاری خواسته‌های ذهنی خود از جمله تولیدکننده و تأثیرگذار بودن را در بستر شبکه‌های اجتماعی تحقق‌یافته ببینند. این احساس توانمندی با توسل به شبکه‌های اجتماعی و تولید محتواهای صوتی، تصویری و توزیع آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی روزبه‌روز تقویت می‌شود و لذت و رضایت همراهی با دستاوردهای جامعه‌ی جهانی این طیف را ترغیب به پویایی بیشتر می‌نماید. با توجه به نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن، شاخص اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی دارای بالاترین رتبه شاخص برانگیزاننده‌ی متغیر فعالیت‌های علمی و پژوهشی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی بوده و سایر گویه‌ها به ترتیب رتبه عبارت‌اند از: شاخص کسب و تبادل اطلاعات، شاخص اشتراک نظر و ایده و شاخص مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی (جدول 4).

جدول 4. میانگین و آزمون فریدمن انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مربوط به متغیر فعالیت‌های علمی و پژوهشی

شاخص‌ها	نمونه	میانگین	آزمون فریدمن
کسب و تبادل اطلاعات	180	4.49	2.77
اشتراک نظر و ایده	180	4.43	2.70
اطلاع‌رسانی و اطلاع‌رسانی	180	4.63	2.88
مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی	180	3.60	1.65

پرسش پنجم: شاخص‌های برانگیزاننده‌ی متغیر وضعیت فردی مؤثر در استفاده از شبکه‌های اجتماعی کدام‌اند؟

فضای شبکه‌های اجتماعی امکان پردازش شخصیت در کنار توانایی ایجاد ارتباطات دلخواه، نیاز به دیده شدن، مورد تأیید و توجه قرار گرفتن را برای دانشجویانی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند فراهم می‌سازد. به عبارتی در فضای شبکه‌های اجتماعی با حذف موانعی که گاه در ابراز نظر رودررو دیده می‌شود، دانشجویان فارغ از هرگونه فشار یا کنترل بیرونی می‌توانند خود واقعی یا خود دلخواهشان را بنمایانند. با توجه به نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن، شاخص پرکردن تنهایی و خلاء عاطفی دارای بالاترین رتبه شاخص برانگیزاننده‌ی متغیر وضعیت فردی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی است (جدول 5).

جدول 5. میانگین و آزمون فریدمن انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مربوط به متغیر وضعیت فردی

شاخص‌ها	نمونه	میانگین	آزمون فریدمن
پرکردن تنهایی و خلاء عاطفی	180	4.47	3.01
برای بهبود جایگاه شخص دردنيا يعنى بودند در بطن تحولات	180	4.13	2.51
فراهم آوردن فرصت خودابرازی برای شخص	180	3.54	1.99
ایجاد تغییرات فکری_ذهنی در فرد با حضور در فضای شبکه‌های اجتماعی و ارتباط با افراد مختلف	180	3.86	2.49

نتیجه‌گیری

شبکه اجتماعی، سایت یا مجموعه‌ای است که به کاربرانی که تمایل به اشتراک‌گذاری علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت خود با دیگران دارند، این امکان را می‌دهد. شبکه‌های اجتماعی در عین حال فضایی برای پیدا کردن دوستان جدید هستند به افراد این امکان را می‌دهند که با دوستان قدیمی خود نیز ارتباط برقرار کنند. همچنین مکان‌هایی برای تبادل نظر هستند که در آن‌ها افراد عقاید و نظرهای خود را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند. با توجه به اینکه شبکه‌های اجتماعی، موضوع مورد علاقه بسیاری از دانشجویان و پژوهشگران است و عمر چندانی هم از آن نمی‌گذرد، کاربرد این شبکه‌های نوظهور در طیف وسیعی از روابط، از روابط شخصی گرفته تا روابط جهانی، این پدیده را تبدیل به یک سوژه تمام‌عیار در پژوهش‌های اجتماعی و رسانه‌ای کرده است. دانشجویان با انگیزه‌های گوناگونی از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند. درواقع یکی از عوامل محبوبیت شبکه‌های اجتماعی این است که به طیف وسیعی از خواسته‌ها، اهداف و انگیزه‌های افراد و گروه‌ها پاسخ می‌دهد و به آن‌ها امکان تعامل و تبادل اطلاعات می‌دهد. این پژوهش با هدف شناسایی انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی انجام گرفته است.

نتایج این پژوهش حاکی از آن است که متغیرهای جستجوی اطلاعات، حفظ روابط، سرگرمی و وقت‌گذرانی، فعالیت‌های علمی و پژوهشی و وضعیت فردی به‌عنوان مهم‌ترین انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط دانشجویان هستند که در ذیل به توضیح و تفسیر آن‌ها پرداخته خواهد شد:

انگیزه‌های استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مربوط به متغیر جستجوی اطلاعات، شاخص‌های کسب اطلاعات و اخبار، جستجوی شغل و کسب‌وکار، آموزش، دنبال کردن فناوری‌های نوین و استفاده از تجربیات سایرین است که با نتایج پژوهش جوادنی و همکاران (1392) همسو است.

انگیزه‌های استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مربوط به متغیر حفظ روابط،

پیدا کردن دوست جدید، ارتباط با دوستان قبلی و کنونی، پیشنهاد دوستان و عضویت آن‌ها، تقویت و توسعه‌ی ارتباطات اجتماعی، ایجاد فرصت یکسان برای گفتگوی افراد با همدیگر و عدم وجود مانع و خط قرمزی برای گفتگو درباره موضوعات مورد علاقه است که پیدا کردن دوست و ارتباط با دوستان قدیمی از جمله انگیزه‌هایی بود که اکی، اومیکو و اوده (2014)، پمپک و همکاران (2009) و داستانی (1394) و شهابی و بیات (1391) به آن اشاره کرده‌اند و همان‌طور که مشاهده می‌شود نتایج این تحقیق مؤید این نظر است.

انگیزه‌های استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مربوط به متغیر سرگرمی و وقت‌گذرانی، کمک در پیدا کردن محتوای سرگرم‌کننده از جمله نوشته‌ها و تصاویر ویدئویی، کمک به گذران اوقات در جریان عادی روز و بررسی و به اشتراک گذاشتن آلبوم‌های عکس/ویدیو است که با نتایج حمد (2013) و جوادی نیا و همکاران (1391) همسو است.

انگیزه‌های استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مربوط به متغیر فعالیت‌های علمی و پژوهشی، اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی، کسب و تبادل اطلاعات، اشتراک نظر و ایده و مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی است. مرادی (1394) و اتیو کلیوس (2012) و پارک و همکاران (2009) نیز کسب و جستجوی اطلاعات و به اشتراک گذاری را از جمله انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی ذکر کرده بودند.

انگیزه‌های استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مربوط به متغیر وضعیت فردی، پرکردن تنهایی و خلاء عاطفی، بهبود جایگاه شخص در دنیا یعنی بودن در بطن تحولات، ایجاد تغییرات فکری _ ذهنی در فرد با حضور در فضای شبکه‌های اجتماعی و ارتباط با افراد مختلف و فراهم آوردن فرصت خودابرازی برای شخص است که با نتایج پارک و همکاران (2009) همسو است.

در انتها خاطرنشان می‌شود که نتایج دیگر تحقیقات همچون تایفنی، پمپک، یرمالیوا، ساندر (2008) و لهارت و مادن (2007) و هنیفه و سومپتا (2010) با یافته‌های این پژوهش هم‌جهت است که در آن‌ها نیز هر یک از این انگیزه‌ها به‌نوعی عامل استفاده از شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شدند.

پیشنهادهای برخاسته از پژوهش

با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای زیر باهدف بهبود استفاده‌ی هرچه بهتر از شبکه‌های اجتماعی توسط دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه‌ها، کتابخانه‌ها و سایر مؤسسات ارائه می‌شود:

1. دانشجویان می‌توانند شبکه‌ای را ایجاد کرده و از همکلاسی‌های خود دعوت کنند تا به این شبکه بپیوندند و به طرح مباحث کلاسی یا علمی بپردازند.
2. دانشگاه‌ها، کتابخانه‌ها و سایر مؤسساتی که درگیر مباحث اطلاعاتی هستند نیز با توجه به علاقه‌ای که این شبکه‌ها در بین دانشجویان ایجاد کرده‌اند، می‌توانند با ایجاد شبکه‌های شخصی، به این شبکه‌ها پیوسته و رسالت خویش را که همانا اشاعه‌ی هر چه بیشتر دانش است به بهترین نحو انجام دهند.
3. توصیه می‌شود برای شناخت بهتر و استفاده‌ی بهتر دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی، تصمیم‌هایی اتخاذ شود تا دانشجویان از بند استفاده به قصد سرگرمی و تفریح رهایی یابند و با کارکردهای دیگر آن، نظیر قابلیت‌های تجاری و آموزشی آشنایی یابند.
4. طراحی شبکه‌ای داخلی که با اهداف کشور ایران همخوانی داشته و مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی و مرتفع کردن نیازهای دانشجویان موجود باشد، ضروری است.

منابع

1. بی‌نا، (1391). صفر و یک تا بی‌نهایت. اقتصاد ایران، ماهنامه اقتصادی و مالی بین‌الملل، سال پانزدهم، شماره 161، 27 تیرماه.
2. جوادی‌نیا، ع؛ عرفانیان، م؛ عابدینی، م؛ عسکری، م؛ عباسی، ع؛ بیجاری، ب (1392). الگوی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی بیرجند. فصلنامه علمی و پژوهشی طب و ترکیه. 22(2)، 39-44.
3. داستانی، م؛ کرامتی، ج؛ پورفاطمی، ع؛ اکرامی، ع (1394). دلایل و انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی گناباد. مجله علم سنجی کاسپین. سال 2، شماره 2، صص 24-27.
4. شهابی، م؛ بیات، ق (1391). اهداف و انگیزه‌ها عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی. فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، سال سیزدهم، ش 20.
5. مرادی، ش؛ رجب‌پور، م؛ کیان‌ارثی، ف؛ حاجلو، ن؛ رادبخش، ن (1393). انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی. فرهنگ در دانشگاه اسلامی. دوره 4، شماره 10، صص 95-118.
6. میرمحمدصادقی، م (1391). تحلیل شبکه‌های اجتماعی با Nodexl. تهران: کیان.
7. نور محمدی، م (1390). نقش شبکه‌های مجازی در انقلاب تونس. نشریه علمی ترویجی وسایل ارتباط جمعی رسانه، 22، (4 و 3).
8. Boyd DM, Ellison NB (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship. Engineering Management Review, IEEE 2010; 38(3): 16-31. Available at: <http://ieeexplore.ieee.org/xpl/articleDetails.jsp?reload=true&arnumber=5559139>.
9. Eke Miss, H. N. Obiora, C. & Odoh Miss, J. N. (2014). The Use of Social Networking Sites among the Undergraduate Students of University of Nigeria, Nsukka. Library Philosophy and practice (eJournal). paper 1195. Retrieved 2016, march 5, from <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1195>.
10. Eteokleous, N. (2012). Facebook- A social Networking Tool for Educational Purposes Developing Special Interest Groups. ICICTE 2012 Proceedings. From: <http://www.pewinternet.org/Reports/2011/Why-Americans-Use-Social-Media/Main-report.aspx>.
11. Hamade, Samir N. (2013). Perception and use of social networking sites among university students. Library, Vol. 62 No. 6/7, pp. 388-397.
12. Haneefa K. Mohamed; Sumitha E (2011). Perception and Use of Social Networking Sites by the Students of Calicut University. Journal of Library & Information Technology, Vol. 31, No. 4, July 2011, pp. 295-301.
13. Lenhart, Amanda. & Madden, Mary, (2007). "Teens, Privacy & Online Social Networks. Pew Internet & American Life Project". Washington, DC. Available: http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Privacy_SNS_Report_Final.pdf
14. Morris, Meredith Ringel; Teevan, Jaime; Panovich, Katrina. What do people ask their social networks, and why? A survey study of status message Q & A behaviour. CHI 2010, April 10-15, 2010, Atlanta, Georgia, USA.
15. Park, N. Kee, K. & Valenzuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. CyberPsychology & Behavior, 12(6), 729-733.
16. Pempek T, Yermolayeva Y, Calvert S (2009). College students social networking experiences on Facebook. J Appl Dev Psychol. 30(3): 227-238.
17. Tiffany, A, Pempek, Yevdokiya. Yermolayeva, A. & Calvert, Sandra L. (2008). College students' social networking experiences on facebook. Journal of Applied Developmental Psychology. 30, 227-238.

DOI: 10.22091/stim.2017.2223.1149

استناد به این مقاله:

لطفی، شهلا (1396)، بررسی انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی در میان دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی. علوم و فنون مدیریت اطلاعات، 3(1)، 73-89.

