

واکاوی نقش و کاربرد شبکه‌های اجتماعی مجازی برای دانشجویان

مرجان کیان^۱
نیما یعقوبی ملال^۲
نصرت ریاحی نیا^۳

فناوری آموزش و یادگیری
سال اول، شماره ۳، تابستان ۹۴

تاریخ دریافت: ۹۴/۱/۱۹
تاریخ پذیرش: ۹۴/۴/۲۳

چکیده

هدف این پژوهش بررسی نحوه شناخت، درک و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی عمومی در بین دانشجویان دوره کارشناسی ارشد است. روش پژوهش توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری کلیه دانشجویان دوره کارشناسی ارشد دانشگاه خوارزمی تهران در سال تحصیلی ۹۳-۹۲ است که به شیوه نمونه‌گیری تصادفی، تعداد ۱۲۰ دانشجو انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته است که ۶ مقوله مربوط به شبکه‌های اجتماعی مجازی را بررسی کرده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس آزمون‌های من-ویتنی یو و خی دو از طریق نرم‌افزار آماری SPSS نسخه ۲۰ انجام گرفت. یافته‌ها نشان داد که فیس‌بوک محبوب‌ترین شبکه اجتماعی مجازی در بین ۸۶٪ دانشجویان است. میزان حساب‌های کنترل‌شده و کنترل نشده به‌طور کلی تقریباً برابر است اما آزمون خی دو نشان داد که حساب‌های کنترل‌شده دانشجویان دختر به‌طور معناداری بیشتر از حساب‌های کنترل‌شده دانشجویان پسر است. هدف اصلی اکثر دانشجویان در پیوستن به این شبکه‌ها، تفریح و سرگرمی است. میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، بین دانشجویان دختر و پسر تفاوت معناداری وجود ندارد. دانشجویان از امکانات و ویژگی‌های منحصربه‌فردی که این شبکه‌ها دارند بی‌اطلاع هستند یا تمایلی به استفاده از آن‌ها ندارند. منفی‌ترین اثر ناشی از شبکه‌های اجتماعی مجازی صرف زمان زیاد در این شبکه‌ها است که می‌تواند به روند تحصیلی آن‌ها آسیب برساند. اطلاع‌رسانی در خصوص استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و آثار مختلف آن می‌تواند علاوه بر جلوگیری از رکود تحصیلی در بهره‌گیری بهتر از این شبکه‌ها کمک کند.

۱. استادیار گروه مطالعات برنامه درسی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه خوارزمی (نویسنده مسئول)،

(m.kian44@yahoo.com)

۲. کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه خوارزمی

۳. استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه خوارزمی

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی مجازی، فیس‌بوک، گوگل پلاس، توئیتر.

مقدمه

در عصر اطلاعات، اینترنت بزرگ‌ترین محمل اطلاعاتی در سراسر جهان است و قدرتمندترین رسانه ارتباطی و ابزار آموزشی محسوب می‌شود. این ویژگی چشمگیر، در فعالیت‌های علمی، برقراری ارتباط و روابط اجتماعی جستجوگران اطلاعات کاملاً مشهود است (ضیایی پرور و عقیلی، ۱۳۸۸). پس از ظهور اینترنت، وب پدید آمد که برای افزایش کارایی و ساماندهی منابع موجود در اینترنت ایجاد شده بود. بعد از وب، وب ۲ به وجود آمد که نمونه توسعه یافته وب سنتی است. وب دو در سال ۲۰۰۴ توسط اوریلی^۱ مطرح شد و برای رفع مهم‌ترین محدودیت وب سنتی که نداشتن امکان تعامل و برقراری ارتباط متقابل بود، پدید آمد. این محدودیت کاربران را در این محیط منفعل می‌کرد، اما بعد از به وجود آمدن وب ۲ امکان تعامل، مشارکت، همکاری و تولید محتوا توسط کاربران نیز به وجود آمد (ذوالقدر و قاسم‌زاده، ۱۳۹۲). یکی از بسترهای نرم‌افزاری^۳ وب ۲، سایت‌های شبکه اجتماعی مجازی هستند. این شبکه‌ها از اواخر دهه ۹۰ ظهور یافتند و روند تکاملی آن‌ها تا امروز ادامه داشته و هر روز شاهد پیشرفت و بهبود امکانات آن هستیم. درواقع سایت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی همانند سیلابی هستند که جوامع را فراگرفته و در حال پیشروی هستند (بوید و الیسون^۴، ۲۰۰۸).

محیط اطلاعاتی هوشمند نوین، حاصل ظهور و نهادینه شدن تدریجی شبکه‌های اجتماعی مجازی مبتنی بر وب در کلیه فعالیت‌های انسانی قرن جدید است (هاشمی و سلطانی فر، ۱۳۹۲). شبکه‌های اجتماعی مجازی به افراد اجازه می‌دهند تا روابط اجتماعی خود را به‌طور غیر فیزیکی (مجازی^۵) ممکن سازند، به‌طوری که بدون نیاز به حضور در جمع یا موقعیت موردنظرشان امکان برقراری ارتباط را داشته باشد (بورگاتی و کراس^۶،

1. web 2.0
2. O'Reilly
3. platforms
4. Boyd and Ellison
5. virtual
6. Borgatti and Cross

۲۰۰۳). با وجود اهمیت بالای این سایت‌ها، هنوز تعریفی که مورد قبول متخصصان این حوزه باشد وجود ندارد، اما آنچه در بین اکثریت آن‌ها مورد توافق است، داشتن امکان برقراری ارتباط، تعامل و به اشتراک گذاری محتوا در این گونه شبکه‌ها از طریق ایجاد یک حساب کاربری^۱ و متصل نمودن آن با حساب‌های کاربری دیگران به منظور ساختن شبکه شخصی است (شهابی و بیات، ۱۳۹۱). این سایت‌ها می‌توانند برای مسائل کاری، روابط احساسی، شناسایی افراد با ویژگی‌ها و علاقه‌مندی‌های مشابه خود، تفریح و سرگرمی و به اشتراک گذاری علایق مانند: موسیقی، ورزش، هنر یا سیاست مورد استفاده قرار می‌گیرند (حمّد^۲، ۲۰۱۳). برای بسیاری از افراد استفاده از این شبکه‌ها به عنوان یکی از فعالیت‌های روزمره در نظر گرفته می‌شود به طوری که در هر مکانی که امکان دسترسی به اینترنت برای آن‌ها وجود داشته باشد حساب‌های خود را چک می‌کنند. در بین این افراد قشر جوان‌تر جامعه، به ویژه دانشجویان، اشتیاق بیشتری برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند (کومار و نیراج^۳، ۲۰۱۲). دانشجویان می‌توانند ایده‌های نوآورانه خود را از این طریق ساده‌تر به اشتراک بگذارند و نظرات دیگران را نسبت به آن دریافت کرده و آن را پروراندند. بنابراین شبکه‌های اجتماعی، مکان‌هایی هستند که در آن‌ها افراد فرصت پیدا می‌کنند تا ایده‌های خود را معرفی نموده، ویژگی‌های شخصیتی خود را بروز داده، با سایرین ارتباط برقرار کرده و این ارتباطات را حفظ نمایند. از این رو شناخت رفتار و گرایش‌های دانشجویان در استفاده از این شبکه‌ها (میزان ساعات استفاده، میزان بهره‌گیری مثبت و منفی، میزان بهره‌گیری آموزشی و ...) بسیار حائز اهمیت است و نتایج حاصل از آن، می‌تواند دید و شناخت بهتری نسبت به این شبکه‌ها ایجاد کند و بستر مناسب‌تری را برای بهره‌گیری بهتر از این شبکه‌ها فراهم کند.

امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی عضو جدایی‌ناپذیر جامعه بشری شده و به دلیل امکاناتی که در اختیار کاربرانشان قرار می‌دهند از محبوبیت بالایی برخوردارند و همه‌روزه

1. account
2. Hamade
3. Kumar and Neeraj

مورد استفاده قرار می‌گیرند (موریس^۱ و دیگران، ۲۰۱۰). انگیزه‌ها و اهدافی که دانشجویان را به پیوستن به این شبکه‌ها ترغیب می‌کند و موجب استفاده از آن می‌شود تا حد زیادی بر ما پوشیده است. همچنین نوع اطلاعاتی که سبب ایجاد علاقه در بین این قشر از جامعه شده جزء مسائل بی‌پاسخی است که 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 گرایش‌ها و نگرش‌های دانشجویان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند بینشی عمیق از این شبکه‌ها 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، تعیین و شناسایی میزان شناخت و استفاده دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه خوارزمی از شبکه‌های اجتماعی مجازی است.

از حداقل کاربردهای این شبکه‌ها در دانشگاه‌ها می‌تواند برقراری ارتباط بین دانشجویان، همکلاسی‌ها و اساتید باشد و از این طریق آن‌ها به بحث و گفتگو در رابطه با مباحث درسی بپردازند. همچنین برخی از مزایای آن در تجارت و آموزش تأیید شده است (ماستروماتئو^۲، ۲۰۱۰). در ایران پژوهش‌های اندکی درباره شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌ویژه در بین دانشجویان انجام شده است. شهابی و بیات (۱۳۹۱)، در پژوهش خود تحت عنوان "اهداف و انگیزه‌های عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی" به این نتیجه رسیدند که اکثر کاربران به‌منظور 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 مجازی است. از سوی دیگر در پژوهشی تحت عنوان "تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر عملکرد تحصیلی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی بیرجند" که جوادی‌نیا و دیگران (۱۳۹۱) آن را به انجام رساندند، به این نتایج دست یافتند که دانشجویان با معدل و عملکرد تحصیلی پایین‌تر نسبت به دانشجویان با عملکرد و معدل بالاتر، بیشتر از شبکه‌های اجتماعی

1. Morris
2. Mastromatteo

مجازی استفاده می‌کنند، و ۵۷/۹ درصد دانشجویان پس از ورود به دانشگاه در شبکه‌های اجتماعی مجازی عضو می‌شوند از این رو اطلاع‌رسانی در خصوص استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و آثار مختلف آن را در ابتدای ورود دانشجویان به دانشگاه پیشنهاد کرده‌اند. رسولی و مرادی (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان "میزان مشارکت دانشجویان ارتباطات در تولید محتوای رسانه‌های اجتماعی" به این نتایج رسیدند که، اکثر دانشجویان رشته ارتباطات هر روز از اینترنت استفاده می‌کنند که میزان این استفاده معمولاً بیش از ۴ ساعت در یک روز است. همچنین بیشتر دانشجویان عضو شبکه اجتماعی مجازی فیس‌بوک هستند و در هیچ‌یک از شبکه‌های اجتماعی مجازی ایرانی سابقه عضویت ندارند. مهم‌ترین دلیلی که آن‌ها را به استفاده از این شبکه‌ها تشویق می‌کند کسب اطلاعات و اخبار، دوست‌یابی و ارتباط با دوستان است. بیشتر دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی چندان استفاده علمی ندارند و اصلی‌ترین دلیل آن‌ها از تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی مجازی، سرگرمی و تفریح است. در خارج از ایران هم پژوهش‌هایی در این زمینه انجام شده که از جمله آن‌ها تحقیق حَمَد (۲۰۱۳) تحت عنوان "درک و استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین دانشجویان" که در کویت اجرا شد، نشان داده شد که، دانشجویان بیشتر برای اهداف تفریح و سرگرمی از شبکه‌های اجتماعی مجازی 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 مجازی نیاز به آموزش دارند. ضرورت شناساندن حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی مجازی به دانشجویان یکی دیگر از یافته‌های این تحقیق است. پارک^۱ (۲۰۱۰) نیز در پژوهشی با عنوان "تفاوت شناخت و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان و اعضای هیأت علمی" یافت که دانشجویان نسبت به اعضای هیأت علمی در شبکه‌های اجتماعی مجازی فعال‌تر هستند و دانشجویان لیسانس بیشتر از خدمات پروفایل استفاده می‌کنند در حالی که دانشجویان کارشناسی ارشد بیشتر خدمات عام را مورد استفاده قرار می‌دهند. در مقاله‌ای با عنوان "شناخت و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط

دانشجویان دانشگاه کالیکوت^۱ توسط هنیفه و سومپتا^۲ (۲۰۱۰) به این نتیجه رسیدند که اکثریت قریب به اتفاق دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی 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 مجازی است چراکه بیشتر آن‌ها عکس و نام واقعی خود را استفاده می‌کنند. همچنین "تعیین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی" عنوان پژوهشی دیگر است که الدایهانی^۳ در سال ۲۰۱۰ در بین دو دانشگاه انجام داده است و نتایج آن از این قرار است که اکثریت دانشجویان از هر دو دانشگاه از وجود نرم‌افزارهای شبکه اجتماعی مجازی آگاه هستند و از آن‌ها استفاده می‌کنند. وبلاگ‌ها، به اشتراک‌گذاری ویدیو، کارهای مشارکتی، برقراری ارتباط و ایجاد شبکه شخصی میانگین بالاترین نمرات را داشته است. همچنین شناخت آن‌ها درباره فعالیت‌های برخط، استفاده از نرم‌افزارهای اجتماعی و موانع استفاده آن‌ها رابطه قابل توجهی با موسسه‌ای که آن‌ها در آن در حال تحصیل هستند ندارد. دانشجویان دانشگاه سیکیم^۴ نیز جامعه پژوهشی تحت عنوان "درک دانشجویان و استفاده آن‌ها از سایت‌های شبکه اجتماعی" بودند که در سال ۲۰۱۲ توسط کومار انجام شد. در این پژوهش مشخص شد که فیس‌بوک محبوب‌ترین سایت در مقایسه با دیگر سایت‌های شبکه اجتماعی است. به علاوه دانشجویان نشان دادند که امنیت و حفظ حریم خصوصی از جمله نگرانی‌های اصلی آن‌ها است اما باین وجود بازهم اکثریت آن‌ها در پروفایل خود از نام و عکس واقعی خود استفاده می‌کنند. بنابراین پرسش‌های اساسی پژوهش حاضر عبارت‌اند از:

۱. میزان و اطلاعات موردعلاقه دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی چیست؟
۲. پیامدهای مثبت و منفی استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی کدام‌اند؟

1. Calicut
2. Haneefa and Sumitha
3. Al-Daihani
4. Sikkim University

۳. آیا بین استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی و متغیرهای جنسیت، تأهل و اشتغال رابطه وجود دارد؟

روش‌شناسی

تحقیق حاضر از نوع کاربردی و به روش پیمایشی تحلیلی انجام گرفته است. جامعه پژوهش، کلیه دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه خوارزمی تهران هستند و نمونه مورد مطالعه دانشجویان دانشکده‌های روانشناسی و علوم تربیتی، ادبیات، ریاضی و کامپیوتر هستند. نمونه‌گیری به روش تصادفی طبقه‌ای انجام شده و برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه‌ای محقق ساخته استفاده شده است. سؤالات پرسشنامه با توجه به بررسی متون، پیشینه‌ها و اهداف این پژوهش صورت‌بندی و در ۶ بخش طراحی شده‌اند. قسمت اول مربوط به مشخصات دموگرافیک^۱ (جنسیت، دانشکده، وضعیت تأهل، سال‌های حضور در مقطع تحصیلی و وضعیت شغلی) بود. قسمت دوم در رابطه با شبکه‌های اجتماعی مجازی پر استفاده و محبوب و همچنین کنترل‌شدگی حساب‌های کاربری است. قسمت سوم برای شناخت اهداف دانشجویان (تفریح و سرگرمی، تقویت ارتباطات فعلی، بازیابی ارتباطات قبلی و غیره) از پیوستن به شبکه‌های اجتماعی مجازی طراحی شده است. بخش چهارم برای آگاهی از میزان استفاده (دفعاتی که حساب کاربری خود را چک می‌کنند^۲ و دفعاتی که مطلبی را در حساب کاربری خود می‌نگارند^۳) از شبکه‌های اجتماعی مجازی طراحی شد. بخش پنجم باهدف شناسایی اثرات استفاده (اثرات مثبت و اثرات منفی) از شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان تدوین شد. و در نهایت بخش ششم به قصد تعیین اطلاعات و مطالب مورد علاقه دانشجویان (تفریحی، علمی، تجاری، سیاسی و غیره) در این شبکه‌ها در پرسشنامه قرار گرفته است. نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای در این تحقیق شامل ۱۲۰ دانشجوی دوره کارشناسی ارشد از دانشکده‌های روانشناسی و علوم تربیتی، ادبیات، ریاضی و کامپیوتر دانشگاه خوارزمی بود. برنامه‌ریزی به این صورت بود که در هر

1. Demographic
2. Viewing
3. Posting

دانشکده ۴۰ پرسشنامه (۲۰ پرسشنامه به دانشجویان دختر و ۲۰ پرسشنامه به دانشجویان پسر) تکمیل شود. اگرچه محقق بیش از ۴۰ پرسشنامه را در بین دانشجویان هر دانشکده توزیع کرد تا جایگزین پرسشنامه‌های احتمالاً ناقص شود. اما فقط ۴۰ پرسشنامه از هر دانشکده در این تحقیق مدنظر قرار گرفته‌اند. بنابراین در مجموع ۱۲۰ پرسشنامه از ۳ دانشکده برای این پژوهش به کار گرفته شد.

روایی پرسشنامه توسط اساتید رشته‌های علوم تربیتی و سنجش و اندازه‌گیری تأیید شد. پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ ($\alpha=0.71$)، پس از تکمیل ۳۰ پرسشنامه توسط دانشجویان تأیید شد.

یافته‌ها

در بین دانشجویان این پژوهش، ۱۳٪ مشغول به کار بودند و ۸۷٪ دانشجویان فاقد شغل بودند. دانشجویان برای یافتن شغل تمایل زیادی ندارند یا مشاغلی را که تمایل دارند در آن‌ها فعالیت کنند نمی‌توانند به دست آورند. این نتایج با آنچه حمّد (۲۰۱۳) به دست آورد هم‌خوانی دارد. وی دلیل نداشتن شغل در دوران دانشجویی را رفاه مالی دانشجویان در کشور کویت می‌داند چراکه کشور کویت بر اساس آماری که IMF^۱ در سال ۲۰۱۱ اعلام کرد، از نظر مالی در رتبه یازدهم کشورهای جهان قرار دارد. اما دلیل آن به کشور ما قابل تعمیم نیست. اکثریت قریب به اتفاق دانشجویان، ۸۶/۷٪ مجرد هستند (جدول ۱).

جدول ۱. مشخصات دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی مجازی

متغیر	گروه	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۶۰	۵۰
	زن	۶۰	۵۰
	جمع	۱۲۰	۱۰۰
سال تحصیلی	سال اول	۴۳	۳۶
	سال دوم	۷۲	۶۰
	سال سوم و بیش‌تر	۵	۴
وضعیت شغلی	شاغل	۱۶	۱۳

بی‌کار	۱۰۴	۸۷
جمع	۱۲۰	۱۰۰
مجرد	۱۰۶	۸۶/۷
متاهل	۱۳	۱۲/۵
دیگر	۱	۰/۸
روانشناسی	۴۰	۳۳/۳
ریاضی	۴۰	۳۳/۳
ادبیات	۴۰	۳۳/۳

برای شناسایی محبوب و پر استفاده‌ترین شبکه‌های اجتماعی مجازی، از دانشجویان پرسیده شد تا حساب‌های کاربری آن‌ها در شبکه‌های متنوع شناسایی شود. نتایج نشان داد که شبکه فیس‌بوک^۱ با میزان عضویت ۸۶٪ در بین دانشجویان پر استفاده‌ترین است. شبکه گوگل پلاس^۲ با ۴۷٪ جایگاه دوم را دارد و در نهایت توییتر^۳ تنها با ۸٪ قرار گرفته است. همچنین ۲۶٪ دانشجویان در شبکه‌های دیگری غیر از این سه شبکه اجتماعی مجازی عضویت دارند. این نتایج با آنچه حمّد (۲۰۱۳) در کشور کویت انجام داد و در آن توییتر شبکه قالب بود و همچنین با نتایج هنیفه و سومپتا (۲۰۱۰) که در آن اورکات^۴ محبوب‌ترین شبکه اجتماعی مجازی بود تفاوت دارد. اما با نتایج پژوهش کومار (۲۰۱۲) که دانشجویان کشور هند را مورد بررسی قرار داده بود و در آن فیس‌بوک محبوب‌ترین شبکه اجتماعی مجازی در بین دانشجویان بود تطابق دارد. این نتایج تمایزات و شباهت‌ها را در بین فرهنگ‌ها و علایق را در ملل مختلف نشان می‌دهد.

جدول ۲. فراوانی شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد علاقه دانشجویان

موضوع	پاسخ	فراوانی	درصد
فیس‌بوک	بله	۱۰۳	۸۶
	خیر	۱۷	۱۴
توییتر	بله	۹	۸
	خیر	۱۱۱	۹۲

1. Facebook
2. Google Plus
3. Twitter
4. Orkut

۴۷	۵۶	بله	گوگل پلاس
۵۳	۶۴	خیر	
۲۶	۳۱	بله	سایر شبکه‌ها
۷۴	۸۹	خیر	

جدول ۳ وضعیت کنترل دانشجویان بر روی حساب‌های کاربری‌شان در شبکه‌های اجتماعی مجازی را به تصویر کشیده است. ۶۰٪ دانشجویان به همه اجازه می‌دهند تا حساب‌های کاربری‌شان را رؤیت کنند، درحالی‌که فقط ۴۰٪ دانشجویان تنظیمات حریم خصوصی‌شان را طوری سازمان‌دهی کرده‌اند که تنها دوستانشان بتوانند به آن دسترسی داشته باشند. این نتایج ناآگاهی یا عدم توجه دانشجویان از مسائل مربوط به حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی مجازی را نشان می‌دهد (جدول ۳).

جدول ۲. وضعیت کنترل حساب‌های کاربری در بین دانشجویان

جنسیت	فرآوانی	درصد فرآوانی
مرد	کنترل شده	۱۴
	کنترل نشده	۴۶
زن	کنترل شده	۲۸
	کنترل نشده	۲۲

وضعیت نگرانی دانشجویان دختر و پسر نسبت به وضعیت حریم خصوصی حساب کاربری‌شان در شبکه‌های اجتماعی مجازی بررسی شد و نتایج آزمون خی دو نشان داد که میان دانشجویان دختر و پسر در حساب‌های کاربری کنترل شده و نشده تفاوت معناداری وجود دارد به عبارت دیگر کنترل دختران دانشجو بر روی حساب‌های کاربری‌شان به‌طور معناداری بیشتر از کنترل دانشجویان پسر است. یعنی جنسیت به میزان ۳۲٪ تعیین‌کننده حساب‌های کاربری کنترل شده و نشده است (جدول ۴). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که دختران بیش از پسران نسبت به حفظ حریم خصوصی خود در این شبکه‌ها حساس هستند و کنترل بیشتری را اعمال می‌کنند. این نتایج با آنچه کومار (۲۰۱۲) بیان کرد اختلاف دارد، زیرا نتایج او نشان داد که اکثر دانشجویان هندی نسبت به حفظ حریم خصوصی خود توجهی ندارند و معمولاً نام و عکس واقعی خود در آن قرار می‌دهند.

جدول ۴. نتایج آزمون خی دو درباره حساب‌های کاربری دانشجویان

نوع آزمون	ارزش	درجه آزادی	سطح معناداری
خی دو پیرسون	۱۳/۸۹	۱	۰/۰۰۰
ضریب تأثیر	۰/۳۲		۰/۰۰۰

در این پژوهش اهداف اصلی دانشجویان از پیوستن به شبکه‌های اجتماعی مجازی مشخص شده است. از دانشجویان خواسته شد تا دلیل یا دلایل خود را از پیوستن و استفاده از این شبکه‌ها بیان کنند. نتایج به دست آمده از این قرار است که اکثریت دانشجویان ۹۶ نفر (۸۰ درصد) هدف خود را تفریح و سرگرمی اعلام کرده‌اند و در بسیاری از موارد برای گذراندن اوقات خود به شبکه‌های اجتماعی مجازی مراجعه می‌کنند (جدول ۵) در حالی که پارک (۲۰۱۰) برقراری ارتباطات دوستانه را اصلی‌ترین هدف و انگیزه برای پیوستن به شبکه‌های اجتماعی مجازی معرفی کرده است. علاوه بر این در راستای شناخت اهداف پیوستن به شبکه‌های اجتماعی مجازی، ضیایی پرور و قاسم‌زاده (۱۳۹۲) از دید اجتماعی به این موضوع پرداخته‌اند و رفع نیازهای اجتماعی و کسب هویت شخصی را مهم‌ترین انگیزه اعضای شبکه‌های اجتماعی مجازی معرفی می‌کنند.

جدول ۵. هدف عضویت دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی

موضوعات	فراوانی	در صد فراوانی
تفریح و سرگرمی	بله	۹۶
	خیر	۲۴
تقویت ارتباطات فعلی	بله	۷۴
	خیر	۴۶
بازیابی اطلاعات قبلی	بله	۶۵
	خیر	۵۵
اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی	بله	۶۰
	خیر	۶۰
کسب توانمندی روز	بله	۵۳
	خیر	۶۷
سایر اهداف	بله	۲۹
	خیر	۹۱

میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی: نتایج نشان داد که ۲۳٪ روزی چند بار حسابشان را چک می‌کنند، ۲۶٪ روزی یک‌بار چک می‌کنند که می‌توان این دو را به‌عنوان گروهی واحد دانست که به‌طور مرتب به حساب‌های کاربری‌شان سر می‌زنند. همچنین ۳۸٪ دانشجویان هرچند روز یک‌بار و ۱۰٪ نیز هفته‌ای یک‌بار حساب‌هایشان را چک می‌کنند، که این دو گروه را نیز می‌توان به‌عنوان گروهی که به‌طور نامنظم به حساب‌های کاربری خود سر می‌زنند معرفی کرد (جدول ۶).

جدول ۶. میزان استفاده (مشاهده و نگاشتن) دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی

متغیرها	مشاهده	
	تعداد درصد	نگاشتن تعداد درصد
چند بار در روز	۲۳ ۲۸	۳۳
یک‌بار در روز	۲۶ ۳۱	۱۰ ۱۲
یک‌بار در چند روز	۳۸ ۴۵	۳۷ ۴۴
یک‌بار در هفته	۱۰ ۱۱	۱۴ ۱۷
سایر موارد	۴۵	۳۷ ۴۴

پس از بررسی میزان دفعاتی که دانشجویان حساب‌های کاربری‌های خود را چک می‌کنند، میزان دفعاتی که کاربران مطلبی (متن، عکس، ویدئو و غیره) را در حساب شخصی خود می‌نگارند مورد بررسی قرار گرفت که ۳٪ روزی چند بار و ۱۰٪ یک‌بار در روز مطلبی را به اشتراک می‌گذارند در حالی که تعداد دانشجویانی که یک‌بار در چند روز ۳۷٪ بود آن‌هایی که یک‌بار در یک هفته مطلبی را به اشتراک می‌گذارند، ۱۴٪ تعیین شد. بنابراین دانشجویان در این شبکه‌ها بیشتر به دنبال مشاهده و خواندن هستند نه این که خود مطلبی را بنگارند و به اشتراک بگذارند. این نتیجه با مشاهدات کاناگاول و ولایوم (۲۰۱۰) که دانشجویان کشور هلند و هند را بررسی کرده بود مطابقت دارد. آن‌ها بیان کردند که اگرچه مدت‌زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان زیاد است اما در این محیط آن‌ها بیشتر منفعل بودند. همچنین تفاوت بین دانشجویان دختر و پسر در میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ادامه مشخص شده است (جدول ۷):

جدول ۷. آزمون من- ویتنی درباره تفاوت جنسیتی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

جنسیت	تعداد	میانگین رتبه‌ها	مجموع رتبه‌ها	من- ویتنی	سطح معناداری
مرد	۶۰	۵۵/۱۸	۳۳۱۰/۵۰	۱۴۸۰/۵۰۰	۰/۰۸۹
زن	۶۰	۶۵/۸۳	۳۹۴۹/۵۰		
کل	۱۲۰				

میانگین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان دانشجویان پسر (۵۵/۱۸) و در میان دانشجویان دختر (۶۵/۸۳) است. آزمون من- ویتنی یو نشان داد که از لحاظ آماری تفاوت معناداری بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان دختر و پسر وجود ندارد.

اطلاعات موردعلاقه دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی: بر اساس یافته‌ها مشخص شد که ۸۱٪ دانشجویان شبکه‌های اجتماعی مجازی را برای اهداف تفریحی و سرگرمی استفاده می‌کنند (جدول ۸). این یافته با یافته‌های حَمَد (۲۰۱۳) مطابقت دارد. او یافته بود که دانشجویان مقطع لیسانس مهم‌ترین جاذبه شبکه‌های اجتماعی مجازی را تفریح و سرگرمی می‌دانند. همچنین این نتایج با یافته‌های پارک (۲۰۱۰) که بر روی اعضای هیأت علمی و دانشجویان انجام داده بود همخوانی دارد. او دریافت که برخلاف اعضای هیأت علمی، دانشجویان بیشتر برای اهداف تفریحی از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که با بالا رفتن سطح علمی افراد میزان گرایش آن‌ها به استفاده تفریحی از شبکه‌های اجتماعی مجازی کاهش می‌یابد که آن نیز احتمالاً از شناخت و آشنایی بیشتر افراد با ویژگی‌های دیگری که این شبکه‌ها دارند ناشی می‌شود.

جدول ۸. اطلاعات موردعلاقه دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی

نوع برنامه	سیاسی		ورزشی		تفریحی		تجاری		هنری		علمی		فرهنگی		سایر	
	بله	خیر	بله	خیر	بله	خیر	بله	خیر	بله	خیر	بله	خیر	بله	خیر		
پاسخ‌ها	۳۹	۸۱	۵۳	۶۷	۹۷	۲۳	۱۷	۱۰۳	۷۴	۴۶	۷۴	۴۶	۷۳	۴۷	۱۲	خیر
فراوانی																
درصد	۳۳	۶۷	۴۴	۵۶	۸۱	۱۹	۱۴	۸۶	۶۲	۳۸	۶۲	۳۸	۶۱	۳۹	۱۰	۹۰

از سوی دیگر ۶۲٪ دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای مشاهده و خواندن پیرامون اطلاعات هنری و علمی استفاده کرده‌اند، ۶۱٪ برای اطلاعات فرهنگی به کار برده‌اند، همچنین در ادامه اطلاعات تجاری، ورزشی و سیاسی به ترتیب با ۱۴٪، ۴۴٪ و ۳۳٪ قرار دارند و کم‌ترین عاملی که برای دانشجویان ایجاد جذابیت می‌کند اطلاعات تجاری است که تنها ۱۴٪ دانشجویان آن را برگزیده‌اند. از آنجایی که بخش عمده‌ای از محتوای شبکه‌های اجتماعی مجازی اطلاعات تجاری و تبلیغاتی است، عدم علاقه دانشجویان به این تبلیغات نشان‌دهنده این است که دانشجویان در فعالیت‌های تجاری این شبکه‌ها نقش قابل توجهی ندارند.

پیامدهای استفاده شبکه‌های اجتماعی مجازی: شبکه‌های اجتماعی مجازی در چند دهه اخیر رشد بسیاری داشته‌اند و هرروزه بر میزان محبوبیت آن‌ها افزوده می‌شود چراکه محدودیت‌های زمانی و مکانی را به حداقل رسانده‌اند. اما مسلماً این شبکه‌ها اثراتی را در بین جامعه استفاده‌کننده بر جای می‌گذارند. پیامدهای مثبت و منفی که از نظر دانشجویان^۱ در شبکه‌های اجتماعی مجازی حاصل می‌شود عبارت‌اند از (جدول ۹):

جدول ۹. اثرات مثبت و منفی ناشی از استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی

نوع اثر	متغیرها	تعداد	درصد
	ارتباط بهتر با دوستان	۱۰۴	۸۷
	مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی	۷۶	۶۳
	مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی	۵۴	۴۵
	ارتباط بهتر با اقوام	۴۴	۳۷
پیامدهای مثبت	مشارکت در فعالیت‌های ورزشی	۴۱	۳۴
	ارتباط بهتر با خانواده	۱۵	۱۲.۵
	مشارکت در فعالیت‌های سیاسی	۳۴	۲۸
	مشارکت در فعالیت‌های آموزشی	۴۰	۳۳
	سایر اثرات مثبت	۲۴	۲۰
پیامدهای منفی	صرف زمان زیاد در این شبکه‌ها	۸۸	۷۳

۱. دانشجویان در پاسخ به این پرسش امکان انتخاب بیش از یک گزینه را داشته‌اند، بنابراین جمع کل درصدها در این متغیر بکار نمی‌رود.

۶۲	۷۴	نادیده گرفتن تکلیف و مطالعه
۶۱	۷۳	از بین رفتن حریم خصوصی
۳۱	۳۷	نادیده گرفتن حضور در فعالیت‌های اجتماعی
۲۲	۲۶	دوری از خانواده
۱۷	۲۱	سایر اثرات منفی

۸۷٪ دانشجویان بیان کردند که این شبکه‌ها به روابط بهتر آن‌ها با دوستانشان کمک می‌کند. این نتایج با یافته‌های هنیفه و سومپتا (۲۰۱۰) و شهابی و بیات (۱۳۹۱) مطابقت دارد، آن‌ها به این نتیجه رسیدند که اکثریت دانشجویان برای برقراری ارتباطات دوستانه از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند، اما پژوهش حَمَد (۲۰۱۳) نشان داد که دانشجویان ارتباط بهتر با اعضای خانواده را بهترین ویژگی شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌دانند. همچنین ۶۳٪ دانشجویان مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی را از عوامل مثبت شبکه‌های اجتماعی مجازی دانسته‌اند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که دانشجویان بیشتر به دنبال انجام فعالیت‌های روزانه خود هستند چراکه این فعالیت‌ها به دنبال برقراری ارتباط با دوستان و آگاهی از فعالیت‌های اجتماعی محقق می‌شود. دانستن رخدادهای و فرصت‌های خاص مانند: عروسی، تولد، ارسال نامه و غیره و همچنین آگاهی از اخبار، حوادث روزانه جامعه از جمله مهم‌ترین ویژگی‌های مثبت شبکه‌های اجتماعی مجازی است. پس از این‌ها مشارکت در فعالیت فرهنگی قرار دارد که ۴۵٪ دانشجویان آن را برگزیده‌اند. مشارکت در فعالیت‌های ورزشی نیز جزء علاقه‌مندی‌های مثبت این شبکه‌ها است که البته بیشتر در بین دانشجویان پسر دیده می‌شود. دانشجویان پسر بیش از ۳ برابر دانشجویان دختر این گزینه را انتخاب کرده‌اند. کم‌ترین اثر هم مربوط به مشارکت در فعالیت‌های آموزشی است که فقط ۳۳٪ آن را انتخاب کرده‌اند درحالی‌که امکانات این شبکه‌ها توانایی تسهیل و فراهم آوردن کاربردهای فراوانی را به اثبات رسانده است (ماستروماتئو، ۲۰۱۰). اما آنچه تا حدودی مسلم می‌نماید این نکته است که دانشجویان از کارهایی که می‌توان در راستای اهداف آموزشی انجام داد آگاهی ندارند و یا تمایلی به انجام فعالیت‌های آموزشی در این شبکه‌ها نشان نمی‌دهند. درنهایت مشارکت در فعالیت‌های سیاسی با ۲۴٪ کمترین گزینه‌ای است که انتخاب شد که نشان از عدم تمایل دانشجویان به بیان بحث‌های سیاسی در شبکه‌های

اجتماعی مجازی دارد، در حالی که در کشورهای دیگر نظیر کویت، هند و غیره فعالیت‌های سیاسی در شبکه‌های اجتماعی مجازی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

همانند اثرات مثبت، در این بخش از دانشجویان خواسته شد تا یک یا چند اثر منفی در شبکه‌های اجتماعی مجازی را برگزینند. این نتایج نشان داد که ۷۳/۳٪ دانشجویان صرف زمان زیاد در این شبکه‌ها را منفی‌ترین اثر دانسته‌اند. علاوه بر این ۶۱/۷٪ دانشجویان نادیده گرفتن مطالعه و تکلیف، و با اختلاف کمی بعد از آن ۶۲٪ آن‌ها از بین رفتن حریم خصوصی را جزء اثرات منفی دانسته‌اند که از عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی منتج می‌شود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که دانشجویان هنگامی که برای چک کردن حساب کاربری خود اقدام می‌کنند مدت زمان زیادی را به آن اختصاص می‌دهند که این امر سبب نپرداختن به امور درسی و کاری می‌شود. البته این نتایج با آنچه هنیفه و سومپتا (۲۰۱۰) در پژوهش خود ارائه دادند همسو نیست، زیرا مهم‌ترین عامل منفی و نگرانی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی حفظ حریم خصوصی حساب‌های کاربری‌شان بیان کردند.

همچنین به منظور مشخص شدن اینکه آیا میان وضعیت تأهل و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد یا خیر، یافته‌های جدول ۱۰ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی ۰/۰۶۳ و معنی‌داری برابر ۰/۴۹۵ است. بنابراین ضریب همبستگی معنی‌دار نیست و میان وضعیت تأهل دانشجو و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول ۱۰. نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن تعیین رابطه تأهل و شبکه‌های اجتماعی مجازی

نوع آزمون	وضعیت تأهل	میزان استفاده شبکه
اسپیرمن	۱/۰۰۰	۰/۰۶۳
سطح معناداری		۰/۴۹۵
تعداد	۱۲۰	۱۲۰

به منظور تعیین اینکه آیا بین شاغل و بیکار از لحاظ میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تفاوتی وجود دارد یا خیر نیز بر اساس جدول ۱۱ میانگین استفاده از شبکه‌های

اجتماعی مجازی در میان دانشجویان شاغل (۶۳/۲۲) در میان دانشجویان بیکار (۶۰/۰۸) است. آزمون من-ویتی‌یو نشان داد که از لحاظ آماری تفاوت معناداری بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان شاغل و بیکار وجود ندارد.

جدول ۱۱. آزمون من ویتی در باره رابطه اشتغال و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

متغیر	تعداد	میانگین رتبه‌ها	مجموع رتبه‌ها	من-ویتنی	سطح معناداری
شاغل	۱۶	۶۳/۲۲	۱۰۱۱/۵۰		
بیکار	۱۰۴	۶۰/۰۸	۶۲۴۸/۵۰	۷۸۸/۵۰۰	۰/۷۳۳
کل	۱۲۰				

بحث

یافته‌ها نشان دادند که اکثریت دانشجویان از شبکه اجتماعی مجازی فیس‌بوک و بعد از آن گوگل پلاس استفاده می‌کنند. در بیشتر تحقیقات انجام شده در کشور ما، فیس‌بوک به‌عنوان محبوب‌ترین شبکه اجتماعی مجازی شناخته شده است. بنابراین می‌توان گفت که فیس‌بوک پرطرفدارترین شبکه اجتماعی مجازی در ایران است. پس از آن گوگل پلاس قرار دارد که شاید مهم‌ترین دلیل استفاده از آن استفاده دانشجویان از خدمات پیام الکترونیک جی‌میل^۱ است. اکثر دانشجویان در محیط این شبکه‌ها منفعل هستند و بیش از این که بخواهند چیزی را در حساب شخصی خود بنگارند و به اشتراک بگذارند، ترجیح می‌دهند بیشتر مطالب به اشتراک گذاشته شده توسط سایر اعضا را مشاهده کرده و بخوانند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که علاوه بر سرگرمی و برقراری ارتباط، دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای کسب اخبار و اطلاعات هم استفاده می‌کنند. همچنین یافته‌ها نشان داده‌اند که دانشجویان بیشتر برای اهداف تفریحی از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند و کم‌ترین میزان استفاده دانشجویان برای اهداف آموزشی است که دلیل آن می‌تواند عدم تجربه دانشجویان در استفاده از این شبکه‌ها باشد، زیرا شبکه‌های کوچک علمی که در داخل این شبکه‌ها ایجاد شده‌اند یکی از گروه‌های مفید موجود در این شبکه‌ها است که احتمالاً از آن‌ها بی‌اطلاع هستند. صرف نظر از شبکه‌های کوچک، خود

دانشجویان هم می‌توانند شبکه‌ای را ایجاد کرده و از همکلاسی‌های خود دعوت کنند تا به این شبکه بپیوندند و به طرح مباحث کلاسی یا علمی بپردازند. دانشگاه‌ها، کتابخانه‌ها و سایر مؤسساتی که درگیر مباحث اطلاعاتی هستند نیز با توجه به علاقه‌ای که این شبکه‌ها در بین جوانان ایجاد کرده‌اند، می‌توانند با ایجاد شبکه‌های شخصی، به این شبکه‌ها پیوسته و رسالت خویش را که همانا اشاعه هرچه بیشتر دانش است به بهترین نحو انجام دهند. آن‌ها باید نقش حیاتی آموزش و پرورش را نیز ایفا کنند. البته در پژوهشی که مرادی و دیگران (۱۳۹۰) در رابطه با میزان بهره‌گیری از خدمات وب ۲ در کتابخانه‌های دانشگاهی کشورهای خاورمیانه انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که از حیث اشاعه تنها ۶/۱٪ دانشجویان و از حیث سازمان‌دهی اطلاعاتی هم هیچ کاری تاکنون صورت پذیرفته است. تنها ابزارهای اشتراک اطلاعات به‌خصوص پیام‌رسان‌های فوری هستند که در میان کتابخانه‌ها با استقبال ۸۰/۱٪ دانشجویان مواجه شده‌اند. از این رو می‌توان بیان کرد که حضور کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی در شبکه‌های اجتماعی مجازی بسیار اندک است و جای دارد که از فرصت‌های این شبکه‌ها و علاقه‌ای که قشر جوان، به‌ویژه دانشجویان از خود نشان می‌دهند به شکل بهتری استفاده شود.

بنابراین پیشنهاد می‌شود برای شناخت و استفاده بهتر دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی مجازی، تصمیم‌هایی اتخاذ شود تا دانشجویان از استفاده صرف به قصد سرگرمی و تفریح‌رهایی یابند و با کارکردهای دیگر آن، نظیر قابلیت‌های تجاری و آموزشی که در پژوهش ماستروماتئو (۲۰۱۰) به تأیید رسید نیز آشنایی یابند. برگزاری کارگاه‌های آموزشی، نصب پوستر، کلاس‌های توجیهی و غیره به‌ویژه در هنگام ورود دانشجویان به دانشگاه، می‌تواند به این امر شدد و صحت بیش‌تری ببخشد. همچنین طراحی شبکه‌ای داخلی که با اهداف کشور ایران هم‌خوانی داشته و مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی موجود باشد ضروری می‌نماید. در وضعیت کنونی ما تنها مصرف‌کننده این شبکه‌ها و خدماتشان هستیم، گرچه شبکه‌هایی در داخل کشورمان ایجاد شده‌اند اما قابلیت‌های آن‌ها در حدی نبوده که بتواند جایگزین مناسبی باشد.

منابع

- جوادی نیا، علیرضا و دیگران (۱۳۹۱). تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر عملکرد تحصیلی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی بیرجند. *مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی*، ش ۱۲.
- ذوالقدر، حسین؛ قاسم‌زاده عراقی، مرتضی (۱۳۹۲). بررسی انگیزه‌های کاربران در استفاده از رسانه‌های اجتماعی (مطالعه موردی کاربران شبکه اجتماعی فیس‌بوک). *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، سال بیستم، ش ۳، ۵۸-۳۵.
- رسولی، محمدرضا؛ مرادی، مریم (۱۳۹۱). میزان مشارکت دانشجویان ارتباطات در تولید محتوای رسانه‌های اجتماعی. *مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، سال سیزدهم، ش ۱۹.
- شهابی، محمود؛ بیات، قدسی (۱۳۹۱). اهداف و انگیزه‌ها عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی. *فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، سال سیزدهم، ش ۲۰.
- ضیایی پرور، حمید؛ عقیلی، وحید (۱۳۸۸). بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی و مجازی در میان کاربران ایرانی. *فصلنامه رسانه*، سال بیستم، ش ۴ (پیاپی ۸۰).
- مرادی، شیما و دیگران (۱۳۹۰). میزان بهره‌گیری از وب ۲ در کتابخانه‌های دانشگاهی کشورهای خاورمیانه. *مجله کتابداری و اطلاع‌رسانی*، جلد ۱۴، ش ۲.
- هاشمی، شهناز، سلطانی فر، محمد (۱۳۹۲). شبکه‌های اجتماعی؛ رسانه‌هایی هوشمند در راستای برندینگ آنلاین. *فصلنامه رسانه*، سال بیست و چهارم، ش ۳.
- یزدان پناه، جواد (۱۳۸۹). *اطلاع‌رسانی کتاب از طریق رسانه‌های اجتماعی*. *فصلنامه کتاب مهر*. ش ۱.

- Al-Daihani, Sultan (2010). *Exploring the use of social software by master of library and information science students*. *Library Review*, Vol. 59 No. 2, 2010, pp. 117-131.
- Borgatti, Stephen P.; Cross, Rob. *A Relational View of Information Seeking and Learning in Social Networks*. *Management Science*, Vol. 49, No. 4, April 2003, pp. 432-445.
- Boyd, Danah M.; Ellison, Nicole B. (2008). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (2008) 210-230.

- Hamade, Samir N. (2013). *Perception and use of social networking sites among university students*. Library Review, Vol. 62 No. 6/7, 2013, pp. 388-397.
- 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.
- Kanagavel, Rajalakshmi; Velayutham, Chandrasekharan (2010). *Impact of social networking on college students: A comparative study in India and the Netherlands*. International journal of virtual communities and social networking (IJVCSN) . Volume 2, Issue 3.
- Kumar, Neeraj (2012). *User Perception and Use of Social Networking Sites by Sikkim University Students*. 8th Convention PLANNER-2012. Sikkim University, Gangtok, March 01-03, 2012. INFLIBNET Centre, Ahmedabad.
- Mastromatteo, Juan D. M.(2010) *Exploring Users' Information Behaviour in Social Networks*. Master Thesis International Master in Digital Library Learning.
- Morris, Meredith Ringel; Teevan, Jaime; Panovich, Katrina.(2010) *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.
- Nandez, Gemma; Borrego, Angel.(2013) *Use of Social Networks for Academic Purposes: a Case Study*. The Electronic Library, Vol. 31 No. 6, 2013, pp. 781-791.
- Park, Ji-Hong (2010). *Differences among university students and faculties in social networking site perception and use*. The Electronic Library, Vol. 28 No. 3, 2010, pp. 417-431.