مجله نوین سلامت
دوره سوم، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۷، صفحه ۸۱-۷۴

NOVIN Health Journal

اصیل

بررسی اهداف و انگیزه استفاده دانشجویان از شبکه‌های مجازی (فیس‌بوک، تلگرام، اینستاگرام) در دانشجویان علوم پزشکی بابل در سال ۹۶-۹۷

سمانه محمدی[۱]، محمدهادی یدالله پور[۲*]، ثریا خفری[۳]، شقایق علیزاده[۱]

دریافت: ۹۷/۰۹/۲۷ اصلاح: ۹۷/۱۰/۰۸ پذیرش: ۹۷/۱۰/۱۹

چکیده

سابقه و هدف: بی‌شک اینترنت پیشتاز انقلاب صنعتی جدید است. بر اساس آمار وب‌سایت Statista در سال ۲۰۱۷، ۲/۴۶ میلیارد نفر از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند که معادل ۷۱٪ از کسانی است که به اینترنت دسترسی دارند. همچنین بر اساس آخرین نظرسنجی ایسپا در خرداد سال ۱۳۹۷، ۶۶٪ از مردم ایران حداقل عضو یک شبکه اجتماعی مجازی می‌باشند. مشخص شدن آنکه چه تعداد از دانشجویان و علت و انگیزه آنان از استفاده شبکه‌های اجتماعی برای جوامع علمی به‌شدت اهمیت دارد. لذا این مطالعه تلاش نموده است تا هدف و انگیزه دانشجویان که قشر اصلی استفاده‌کننده از این شبکه‌ها هستند را موردبررسی قرار دهد.

روش کار: پژوهش حاضر از نوع توصیفی تحلیلی است که تعداد از دانشجویان به‌صورت سهمیه‌ای انتخاب‌شده بودند، در آن شرکت کردند. اطلاعات موردنیاز در این مطالعه از طریق پرسشنامه‌ی گلنار ، بالکی و کاک یر که پایایی و روایی آن در مقاله انگیزه استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی (شهاب مرادی و همکاران) طبق ضریب آلفای کرنباخ۰/۹۱ به‌دست‌آمده، جمع‌آوری می‌گردد. پرسشنامه توسط پژوهشگران بین دانشجویان توزیع گردید و داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها با استفاده از نرم‌افزار spss نسخه ۲۲ مورد تحلیل و بررسی آماری قرار گرفت.

یافته‌ها: یافته‌های این پژوهش نشان داد که دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی بابل به میزان ۹۸/۷۸٪ از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند. اولین انگیزه دانشجویان از عضویت در این شبکه‌ها خود افشاگری با۱۹،۱۱٪ است. دومین انگیزه، غوطه‌ور شدن در این شبکه‌ها با ۱۹/۰۴٪ درصد؛ سومین انگیزه،جستجوی اطلاعات با ۱۸/۲۷٪درصد؛ چهارمین انگیزه، وقت‌گذرانی با ۱۸/۱۳٪درصد؛ پنجمین انگیزه، حفظ روابط با ۱۰/۳۴٪ درصد؛ ششمین انگیزه، بهبود وضعیت فردی با ۸/۳٪ درصد و هفتمین انگیزه، سرگرمی با ۷/۵۵٪ درصد است.

نتیجه‌گیری: با توجه به نوظهور بودن این شبکه‌ها و افزایش روزافزون استفاده از شبکه‌های مجازی در بین جوانان توصیه می‌شود که مسئولین با اتخاذ راهکارهایی جوانان را نسبت به پیامدهای منفی این شبکه‌ها آگاه کنند همچنین فضایی فراهم سازند تا جوانان برای مقاصد اقتصادی و گردهمایی‌های علمی از این شبکه‌ها استفاده کنند.

واژه‌های کلیدی: تلگرام، اینستاگرام، فیس‌بوک، فضای مجازی، دانشجویان، انگیزه

۱- کمیته تحقیقات دانشجویی، دانشگاه علوم پزشکی بابل، بابل، ایران
۲-گروه معارف اسلامی، دانشگاه علوم پزشکی بابل ،بابل، ایران
۳-گروه آمار زیستی، دانشگاه علوم پزشکی بابل ،بابل، ایران
۴- کمیته تحقیقات دانشجویی، دانشگاه علوم پزشکی بابل، بابل، ایران

* **نویسنده مسئول:** محمدهادی یدالله پور
آدرس: گروه معارف اسلامی،دانشگاه علوم پزشکی بابل ،بابل، ایران
تلفن: ۱۱۳۲۰۹۱۸۴۶ ۹۸ +
پست الکترونی: baghekhial@gmail.com

مقدمه

اینترنت در سال ۱۹۸۳ در پروژه آرپانت ایالات‌متحده آمریکا، متولد شد(۱) "وب" ها پس از اینترنت به‌منظور ارتقا کارایی و ساماندهی منابع پدید آمدند. محدودیت اساسی وب‌ها؛ یعنی نداشتن امکان تعامل و ارتباط دوطرفه سبب شد وب ۲ طراحی گردد که یکی از بسترهای نرم‌افزاری آن، شبکه‌های اجتماعی مجازی محسوب می‌شود(۲).

شبکه‌های اجتماعی مجازی در اواخر دهه‌ی ۹۰ در سطح بین‌المللی راه‌اندازی شدند و با ارائه سرویس‌های متنوع، تلاش در جذب جمعیت بیشتری دارند. به دلیل سادگی کار، گمنام ماندن کاربران، سهولت دسترسی، استفاده شبانه‌روزی، هرروز بر تعداد کاربران آن‌ها افزوده می‌شود. عده‌ای بروز این شبکه‌های اجتماعی را عادی و در راستای تحول ارتباط و اطلاع‌رسانی می‌دانند؛ اما عده‌ای نیز منافع اقتصادی، سیاسی، تجاری و امنیتی را در پس این شبکه‌های اجتماعی برای کشورهای سازنده آن‌ها خصوصاً ایالات‌متحده آمریکا، بشمار می‌آورند(۳).

[Downloaded from crms.mubabol.ac.ir on 2026-11-02]

در این شبکه‌های اجتماعی مجازی، افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها با یک یا چند ویژگی مشترک گرد هم آمده و مطالب، اطلاعات و محتوای خود را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند. از این شبکه‌ها می‌توانند برای مسائل کاری، روابط احساسی، شناسایی افراد با ویژگی‌ها و علایق مشابه خود و ... استفاده کنند. شبکه‌های اجتماعی مجازی به کاربران اجازه می‌دهد تا ایده‌های خود را معرفی کنند، ویژگی‌های شخصیتی خود را بروز دهند، نظرات دیگران در مورد خود را بدانند و کسانی که در دنیای واقعی گوشه‌گیرند مجال بروز پیدا کنند(۳, ۴).

تقریباً یک‌چهارم انسان‌های کره‌ی زمین از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند(۵). بر اساس آمار وب‌سایت Statista در سال ۲۰۱۷، ۲/۴۶ میلیارد نفر از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند که معادل ۷۱٪ از کسانی است که به اینترنت دسترسی دارند. همچنین بر اساس آخرین نظرسنجی ایسپا در خرداد سال ۱۳۹۷، ۶۶٪ از مردم حداقل عضو یک شبکه اجتماعی مجازی می‌باشند(۶).

مهم‌ترین اهداف استفاده کاربران از شبکه‌های مجازی، تقویت و توسعه‌ی ارتباطات اجتماعی، بروز شخصیت و هویت و احساسات و عواطف واقعی خود، اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی عمومی، پیدا کردن دوستان جدید، در تماس بودن با خانواده و دوستانی که هم‌اکنون در دسترس نیستند ، داشتن سرگرمی و استراحت کردن، می‌دانند(۷-۹).

حداقل اهداف استفاده دانشجویان از این شبکه‌های مجازی می‌توان به برقراری ارتباط بین دانشجویان، همکلاسی‌ها و اساتید باشد و از این طریق آن‌ها به بحث و گفتگو پیرامون مباحث درسی و تبادل اطلاعات علمی و برنامه‌ی کلاسی، اشاره کرد(۲).

طبق پژوهش‌های انجام‌شده این شبکه‌های اجتماعی مجازی دارای پیامدهای مثبت و منفی هستند که ازجمله پیامدهای مثبت آن می‌توان به امکان برقراری ارتباط سریع هم‌زمان و غیر هم‌زمان، دسترسی به حجم زیادی از اطلاعات حتی کسب اطلاعات درسی و انتشار گسترده‌ی آن، امکان آشنایی با افراد جدید جوامع و فرهنگ‌های جدید در سراسر جهان، امکان بیان آزادانه ایده‌ها و سلیقه‌ها، کاربردهای اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی اشاره کرد. همچنین پیامدهای منفی آن عبارت است از: مسئلهٔ اعتیاد به اینترنت، دور شدن از خانواده، از دست دادن روابط حقیقی، سو استفاده از اطلاعات شخصی و افت تحصیلی(۷).

با توجه به اینکه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، خصوصاً در میان جوانان و دانشجویان در حال افزایش پیش‌رونده‌ای است مطالعات بر روی این قشر از جامعه نیز می‌تواند ابعاد توجه ویژه آنان را به این پدیده‌ی نوین آشکار سازد. مشخص شدن آنکه چه تعداد از دانشجویان و علت و انگیزه آنان از استفاده شبکه‌های اجتماعی برای جوامع علمی به‌شدت اهمیت دارد، لذا ما بر آن شدیم تا هدف و انگیزه دانشجویان که قشر اصلی استفاده‌کننده از این شبکه‌ها هستند را مطالعه نماییم.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از نوع توصیفی تحلیلی است که به روش مقطعی در سال تحصیلی ۹۷-۱۳۹۶ در دانشگاه علوم پزشکی بابل موردمطالعه قرار می‌گیرد.

دانشجویان موردمطالعه در این پژوهش کلیه دانشجویان مشغول به تحصیل دانشگاه علوم پزشکی بابل بودند. حجم نمونه بر اساس جدول مورگان ۳۱۳ نفر تعیین گردید که از این تعداد به‌صورت سهمیه‌ای بر اساس تحصیلات تکمیلی و علوم پایه و دانشکده‌های مختلف (پزشکی، دندانپزشکی، پیراپزشکی، پرستاری و مامایی و توان‌بخشی) از هر دانشکده و هر مقطع دانشجویان به‌طور تصادفی انتخاب شدند.

اطلاعات موردنیاز در این مطالعه از طریق پرسشنامه‌ی گلنار ، بالکی و کاک یر که پایایی و روایی آن در مقاله انگیزه استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی(۱۰) طبق ضریب آلفای کرنباخ ۹۱٪ به‌دست‌آمده، جمع‌آوری شد. این پرسشنامه دارای ۳۳ سؤال است و شرکت‌کنندگان طی مقیاس پنج گزینه لیکرت از طیف خیلی موافقم تا خیلی مخالفم به آن پاسخ دادند. همچنین دارای ۷ خرده مقیاس است که خرده مقیاس خود افشاگری سؤالات ۱ تا ۸ پرسشنامه را شامل می‌شود، خرده مقیاس غوطه‌ور شدن در رسانه سؤالات ۹ تا ۱۵ پرسشنامه را شامل می‌شود، خرده مقیاس وقت‌گذرانی سؤالات ۱۶ تا ۲۰ پرسشنامه را شامل می‌شود، خرده مقیاس جستجوی اطلاعات سؤالات ۲۱ تا ۲۵ پرسشنامه را شامل می‌شود، خرده مقیاس وضعیت فردی سؤالات ۲۶ تا ۲۸ پرسشنامه را شامل می‌شود، خرده مقیاس حفظ روابط سؤالات ۲۹ تا ۳۱ پرسشنامه را شامل می‌شود و خرده مقیاس سرگرمی سؤالات ۳۲ و ۳۳ پرسشنامه را شامل می‌شود.

پرسشنامه توسط پژوهشگران بین دانشجویان توزیع گردید که در صورت عضو بودن آن را تکمیل کردند و در صورت عدم عضویت آن را برگرداندند. داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها با استفاده از نرم‌افزار spss نسخه ۱۹ مورد تحلیل و بررسی آماری قرار گرفت.

یافته‌ها

در این قسمت نتایج تجزیه‌وتحلیل داده‌ها ارائه‌شده است. از ۳۳۰ نفر شرکت‌کننده که پرسشنامه دریافت کردند تنها ۴ نفر آن‌ها از شبکه‌های مجازی استفاده نمی‌کردند که خود به‌منزله این است که ۹۸/۷۸ ٪ آن‌ها از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کردند. آمارهای مربوط به استفاده شرکت‌کنندگان از فضای مجازی بدین‌صورت بود که شرکت‌کنندگان ۷۴/۵٪ از تلگرام و اینستاگرام، ۲۰/۸٪ تنها از تلگرام و 4/7٪ از تلگرام، اینستاگرام، توییتر و فیس بوک استفاده می‌کنند بنابراین محبوبیت فضای مجازی به ترتیب تلگرام، اینستاگرام، فیس‌بوک و توییتر بود.

در بین خرده مقیاس‌ها خود افشاگری بیشترین امتیاز (۱۹/۱۱) را دارا بود و بقیه خورده مقیاس‌ها به ترتیب: غوطه‌ور شدن در رسانه‌ها ۱۹/۰۴، جستجوی اطلاعات ۱۸/۲۷، وقت‌گذرانی ۱۸/۱۳، حفظ روابط ۱۰/۳۴، بهبود وضعیت فردی ۸/۳ و سرگرمی ۷/۵۵ امتیاز را دارا بودند. جدول شماره (۱).

۱) خرده مقیاس خود افشاگری: بیش‌تر شرکت‌کنندگان در این خرده مقیاس که دارای ۸ سؤال می‌بود، به سؤال "می‌توانم خصوصیات و علایق خودم را عنوان کنم" بیشترین نظر مثبت را با۵۰/۶ درصد داشتند و نسبت به سؤال " برای اینکه رابطه‌ای عاشقانه ایجاد کنم" بیشترین نظر منفی را با ۷۹/۷ درصد داشتند.

۲) خرده مقیاس غوطه‌ور شدن در رسانه‌ها: بیش‌تر شرکت‌کنندگان در این خرده مقیاس که دارای ۷ سؤال می‌بود، به سؤال " من اطلاعاتی در مورد افراد خاصی از

جدول۱. سرشماری توصیفی خرده مقیاس‌ها

[Downloaded from crms.mubabol.ac.ir on 2026-11-02]

خرده مقیاس‌ها	کمترین (٪)	بیشترین (٪)	میانگین (٪)	STD
خود افشاگری	8/0	35/0	19/11	6/36
غوطه‌ور شدن در رسانه‌ها	7/0	32/0	19/04	4/96
وقت‌گذرانی	5/0	25/0	18/13	3/34
جستجوی اطلاعات	5/0	25/0	18/27	3/16
بهبود وضعیت فردی	3/0	15/0	8/31	2/55
حفظ روابط	2/0	15/0	10/34	2/23
سرگرمی	2/0	10/0	7/55	1/37
جمع	25/0	122/0	81/67	12/1

این آلبوم ها به دست می‌آورم" بیشترین نظر مثبت را با ۵۰/۷ درصد داشتند و نسبت به سؤال "از مردم انتظار دارم به خاطر اضافه کردن عکس‌های جدید مرا دوست بدارند" بیشترین نظر منفی را با ۸۰/۷ درصد داشتند.

۳) خرده مقیاس وقت‌گذرانی: بیش‌تر شرکت‌کنندگان در این خرده مقیاس دارای ۵ سؤال می‌بود، به سؤال " درمجموع، وقت‌گذرانی فراهم می‌کند" بیشترین نظر مثبت را با ۷۶/۵ درصد داشتند و نسبت به سؤال " به من احساس تعلق به یک گروه می‌دهد." بیشترین نظر منفی را با ۴۸/۶ درصد داشتند.

۴) خرده مقیاس جستجو اطلاعات: بیش‌تر شرکت‌کنندگان در این خرده مقیاس که دارای ۵ سؤال می‌بود، به سؤال " درباره مسائل مختلفی برایم اطلاعات فراهم می‌کند." بیشترین نظر مثبت را با ۸۳/۸ درصد داشتند و نسبت به سؤال " برای اینکه عکس یا آلبوم‌های ویدئویی جدید آرامش‌دهنده را بیابم." بیشترین نظر منفی را با ۲۱/۹ درصد داشتند.

۵) خرده مقیاس بهبود وضعیت فردی: که بیشترین درصد مثبت در این خرده مقیاس را سؤال " برای بهبود جایگاهم در دنیا یعنی بودن در بطن تحولات" با ۴۴ درصد به خود اختصاص داده است. این خرده مقیاس دارای ۳ سؤال می‌بود.

۶) خرده مقیاس حفظ روابط: این خرده مقیاس دارای ۳ سؤال می‌بود که در این خرده مقیاس افراد شرکت‌کننده بیشتر به دلیل برقراری ارتباط با افرادی که می‌شناسند با ۹۰/۴ درصد از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند.

۷) خرده مقیاس سرگرمی: این خرده مقیاس دارای ۲ سؤال است.

جدول ۲. درصد گزینه‌های آزمودنی‌ها با هر سؤال در خرده مقیاس‌ها

ردیف	سؤال	کاملاً مخالفم	مخالفم	نظری ندارم	موافقم	کاملاً موافقم
۱	برای اینکه دوستان بیشتری پیدا کنم.	۷۴ ٪۲۲/۸	۹۴ ٪۲۸/۹	۸۷ ٪۲۶/۸	۶۲ ٪۱۹/۱	۸ ٪۲/۵
۲	بین مردم بیشتر شناخته می‌شوم.	۸۹ ٪۲۷/۴	۱۱۸ ٪۳۶/۳	۶۷ ٪۲۰/۶	۴۸ ٪۱۴/۸	۳ ٪۰/۹
۳	می‌خواهم مردم اطلاعات بیشتری در مورد من داشته باشند.	۱۱۱ ٪۳۴/۲	۱۱۴ ٪۳۵/۱	۶۴ ٪۱۹/۷	۳۳ ٪۱۰/۲	۳ ٪۰/۹
۴	برای اینکه رابطه‌ای عاشقانه ایجاد کنم.	۱۷۸ ٪۵۴/۸	۸۱ ٪۲۴/۹	۴۷ ٪۱۴/۵	۱۵ ٪۴/۶	۴ ٪۱/۲
۵	اطلاعاتی درباره علایق خاص خودم به دیگران بدهم.	۶۴ ٪۱۹/۸	۸۹ ٪۲۷/۵	۶۶ ٪۲۰/۴	۹۲ ٪۲۸/۴	۱۳ ٪۴/۰
۶	فرصت خود ابرازی را برایم فراهم می‌کند.	۱۰۰ ٪۳۰/۹	۹۷ ٪۲۹/۹	۶۵ ٪۲۰/۱	۵۴ ٪۱۶/۷	۸ ٪۲/۵
۷	برای اینکه ذهنیت خوبی از خودم در ذهن دیگران ایجاد کنم.	۸۷ ٪۲۶/۹	۸۵ ٪۲۶/۲	۷۲ ٪۲۲/۲	۷۱ ٪۲۱/۹	۹ ٪۲/۸
۸	می‌توانم خصوصیات و علایق خودم را عنوان کنم.	۴۹ ٪۱۵/۱	۵۰ ٪۱۵/۴	۶۱ ٪۱۸/۸	۱۴۴ ٪۴۴/۴	۲۰ ٪۶/۲
۹	از مردم انتظار دارم به خاطر اضافه کردن عکس‌های جدید مرا دوست بدارند.	۱۵۰ ٪۴۶/۲	۱۱۲ ٪۳۴/۵	۴۶ ٪۱۴/۲	۱۷ ٪۵/۲	۰
۱۰	بررسی آلبوم‌های عکس \ ویدیو (خودم \ مخاطبم و اشخاص ثالث) قسمتی از زندگی من است.	۶۳ ٪۱۹/۴	۷۰ ٪۲۱/۵	۷۵ ٪۲۳/۷	۱۰۵ ٪۳۲/۳	۱۰ ٪۳/۱
۱۱	من آلبوم‌های تصویری / ویدیویی را اگر به‌روز باشند دائماً چک می‌کنم.	۴۵ ٪۱۴/۱	۵۹ ٪۱۸/۴	۸۵ ٪۲۶/۶	۱۱۷ ٪۳۶/۶	۱۴ ٪۴/۴
۱۲	ما راجع به افراد خاصی از آلبوم‌ها در این نوع سایتها بحث می‌کنیم.	۴۰ ٪۱۲/۷	۸۴ ٪۲۶/۶	۱۰۹ ٪۳۴/۵	۷۴ ٪۲۳/۴	۹ ٪۲/۸

[Downloaded from crms.mubabol.ac.ir on 2026-11-02]

۱۳	برای اینکه آلبوم عکس / ویدیوی بعضی از افراد خاص را پیدا کنم.	۳۷ ٪۱۱/۴	۶۳ ٪۱۹/۴	۶۷ ٪۲۰/۶	۱۳۸ ٪۴۲/۵	۲۰ ٪۶/۲
۱۴	من اطلاعاتی در مورد افراد خاصی از این آلبوم‌ها به دست می‌آورم.	۲۸ ٪۸/۷	۶۱ ٪۱۸/۹	۷۰ ٪۲۱/۷	۱۳۸ ٪۴۲/۹	۲۵ ٪۷/۸
۱۵	به من احساس تعلق به یک گروه می‌دهد.	۷۳ ٪۲۲/۶	۸۴ ٪۲۶/۰	۹۳ ٪۲۸/۸	۶۴ ٪۱۹/۸	۹ ٪۲/۸
۱۶	به گذران اوقات در جریان عادی روز کمک می‌کند.	۱۵ ٪۴/۶	۲۶ ٪۸/۰	۴۳ ٪۱۳/۳	۱۹۵ ٪۶۰/۲	۴۵ ٪۱۳/۹
۱۷	درمجموع، وقت‌گذرانی فراهم می‌کند.	۹ ٪۲/۸	۲۰ ٪۶/۲	۴۷ ٪۱۴/۵	۱۹۶ ٪۶۰/۵	۵۲ ٪۱۶/۰
۱۸	وقتی کار بهتری برای انجام دادن ندارم به گذران وقت کمک می‌کند.	۱۱ ٪۳/۴	۲۸ ٪۸/۶	۳۸ ٪۱۱/۷	۱۹۳ ٪۵۹/۴	۵۵ ٪۱۶/۹
۱۹	این نوع سایت‌ها خیلی جالب و متنوع می‌باشند.	۸ ٪۲/۵	۱۸ ٪۵/۶	۸۶ ٪۲۶/۶	۱۷۷ ٪۵۴/۸	۳۴ ٪۱۰/۵
۲۰	بدون اینکه متوجه شوم وقت زیادی را برای چک کردن آلبوم‌های عکس و ویدیو سپری کی کنم.	۲۶ ٪۸/۰	۷۶ ٪۲۳/۴	۶۱ ٪۱۸/۸	۱۲۰ ٪۳۶/۹	۴۲ ٪۱۲/۹
۲۱	چیزهای زیادی را که می‌خواهم ببینم در اختیارم می‌گذارد.	۷ ٪۲/۲	۲۲ ٪۶/۸	۵۳ ٪۱۶/۳	۱۹۰ ٪۵۸/۵	۵۳ ٪۱۶/۳
۲۲	درباره مسائل مختلفی برایم اطلاعات فراهم می‌کند.	۳ ٪۰/۹	۱۶ ٪۰/۵	۳۳ ٪۱۰/۲	۱۹۹ ٪۶۱/۸	۷۱ ٪۲۲/۰
۲۳	برای اینکه اطّلاعاتی مرتبط بافرهنگم کسب کنم.	۱۵ ٪۴/۶	۳۰ ٪۹/۳	۹۲ ٪۲۸/۵	۱۵۳ ٪۴۷/۴	۳۳ ٪۱۰/۲
۲۴	برای اینکه فناوری‌های نوین را دنبال کنم.	۸ ٪۲/۵	۱۸ ٪۵/۶	۵۹ ٪۱۸/۳	۱۸۷ ٪۵۷/۹	۵۱ ٪۱۵/۸
۲۵	برای اینکه عکس یا آلبوم‌های ویدئویی جدید آرامش‌دهنده را بیابم.	۲۶ ٪۸/۰	۴۵ ٪۱۳/۹	۷۹ ٪۲۴/۵	۱۵۱ ٪۴۶/۷	۲۲ ٪۶/۸
۲۶	برای اینکه توسط دیگران حمایت (اجتماعی \ عاطفی) شوم.	۱۰۳ ٪۳۱/۸	۹۶ ٪۲۹/۶	۶۸ ٪۲۱/۰	۵۲ ٪۱۶/۰	۵ ٪۱/۵
۲۷	برای اینکه انتظارات بهتری پیرامون آینده داشته باشم.	۳ ٪۱۱/۵	۵۸ ٪۱۸/۰	۱۲۲ ٪۳۷/۹	۹۳ ٪۲۸/۹	۱۲ ٪۳/۷
۲۸	برای بهبود جایگاهم در دنیا یعنی بودن در بطن تحولات.	۳۳ ٪۱۰/۲	۵۴ ٪۱۶/۶	۹۵ ٪۲۹/۲	۱۲۲ ٪۳۷/۵	۲۱ ٪۶/۵
۲۹	برای برقراری تماس با فردی که مرا فراموش کرده است.	۶۵ ٪۲۰/۲	۵۸ ٪۱۸/۰	۸۶ ٪۲۶/۷	۹۸ ٪۳۰/۴	۱۵ ٪۴/۷
۳۰	برای برقراری ارتباط با افرادی که می‌شناسم.	۸ ٪۲/۵	۸ ٪۲/۵	۱۵ ٪۴/۶	۲۱۴ ٪۶۶/۰	۷۹ ٪۲۴/۴
۳۱	باعث می‌شود که با اعضای خانواده و دوستانم دورهم جمع‌شویم.	۲۸ ٪۸/۶	۳۶ ٪۱۱/۱	۵۴ ٪۱۶/۶	۱۶۰ ٪۴۹/۲	۴۷ ٪۱۴/۵
۳۲	سرگرمم می‌کند.	۶ ٪۱/۸	۷ ٪۲/۲	۲۸ ٪۸/۶	۲۱۵ ٪۶۶/۲	۶۹ ٪۲۱/۲
۳۳	برایم لحظات خوشی را رقم می‌زند.	۱۱ ٪۳/۴	۱۵ ٪۴/۶	۱۲۲ ٪۳۷/۵	۱۴۱ ٪۴/۴۳	۳۵ ٪۱۰/۸

در دختران و پسران فقط در خرده مقیاس خود افشاگری تفاوت معناداری بین آن‌ها مشاهده گردید نتایج نشان می‌دهد پسرها خود افشاگرتر از دختران بودند و بقیه خرده مقیاس‌ها تفاوت معناداری مشاهده نشد.

در مجردها خرده مقیاس غوطه‌ور شدن در رسانه‌ها و حفظ روابط تفاوت معناداری با متأهلین وجود داشت به صورتی که مجردها بیشتر به این خرده مقیاس‌ها پرداخته‌اند و دیگر خرده مقیاس‌ها اگرچه میانگین مجردها بیشتر از متأهلین بود اما تفاوت معناداری یافت نشد.

[Downloaded from crms.mubabol.ac.ir on 2026-11-02]

تمام خرده مقیاس‌ها نسبت به وضعیت سکونت تفاوت معناداری نداشتند درصورتی‌که در خرده مقیاس‌های خود افشاگری، جستجوی اطلاعات، وضعیت فردی و حفظ روابط خوابگاهیان میانگین بالاتری نسبت به افرادی که در منزل شخصی زندگی می‌کنند دارا بودند.

جدول ۳ . انحراف استاندارد ± میانگین خرده مقایس ها به تفکیک جنسیت، وضعیت تاهل، وضعیت سکونت و رشته

خرده مقیاس‌ها								
انحراف استاندارد ± میانگین								
خرده مقیاس		خود افشاگری	غوطه ورشدن	وقت‌گذرانی	جستجو اطلاعات	وضعیت فردی	حفظ روابط	سرگرمی	کل
جنس	دختر	۱۸/۳۷±۶/۲۸	۱۹/۱۹±۴/۹۲	۱۷/۹۹±۳/۳۸	۱۸/۲۲±۳/۲۶	۸/۲±۲/۶۲	۱۰/۳۵±۲/۲۳	۷/۴۸±۱/۳۷	۸۱/۴۶±۱۲/۴۳
	پسر	۲۰/۷۴±۶/۳۰	۱۸/۶۹±۵/۰۹	۱۸/۵۱±۳/۱۹	۱۸/۴۳±۲/۹۲	۸/۵۴±۲/۳۹	۱۰/۳۵±۲/۲۲	۷/۶۸±۱/۳۷	۸۲/۲۳±۱۱/۳۹
	p-value	0/002	0/411	0/184	0/570	0/260	0/994	0/233	0/587
وضعیت تأهل	متأهل	۱۷/۶۸±۷/۲۷	۱۵/۵۷±۴/۶۵	۱۷/۷۸±۴/۲۷	۱۷/۷۳±۴/۵۰	۷/۲۶±۳/۱۲	۹/۳۱±۳/۰۱	۷/۴۲±۲/۰۳	۷۵/۱۰±۱۶/۰۲
	مجرد	۱۹/۱۷±۶/۳۵	۱۹/۲۶±۴/۸۷	۱۸/۱۶±۳/۲۸	۱۸/۳۳±۳/۰۸	۸/۳۹±۲/۵۱	۱۰/۴۱±۲/۱۵	۷/۵۴±۱/۳۲	۸۲/۱۲±۱۱/۷۳
	p-value	0/327	0/002	0/639	0/427	0/061	0/036	0/703	0/014
وضعیت سکونت	شخصی	۱۸/۲۹±۶/۲۶	۱۹/۲۹±۴/۸۸	۱۸/۲۳±۳/۰۵	۱۷/۹۷±۲/۶۲	۸/۲۸±۲/۴۴	۱۰/۴۰±۲/۲۳	۷/۷۰±۱/۱۵	۸۱/۸۹±۱۰/۸۹
	خوابگاهی	۱۹/۵۹±۶/۵۲	۱۹/۲۲±۴/۷۱	۱۸/۰۳±۳/۳۰	۱۸/۵۴±۳/۲۱	۸/۳۱±۲/۶۸	۱۰/۵۱±۲/۱۷	۷/۵۰±۱/۳۶	۸۲/۱۳±۱۲/۲۰
	p-value	0/135	0/920	0/643	0/145	0/928	0/713	0/236	0/874
رشته	کارشناسی و ارشد	۱۹/۲۱±۶/۵۷	۱۹/۰۱±۵/۰۳	۱۸/۰۵±۳/۲۹	۱۸/۲۹±۳/۲۵	۸/۲۵±۲/۴۹	۱۰/۳۶±۲/۱۶	۷/۵۲±۱/۳۸	۸۱/۴۹±۱۲/۳۴
	دندانپزشکی	۱۹/۳۷±۶/۳۸	۱۹/۹۰±۴/۰۶	۱۷/۸۶±۲/۷۹	۱۸/۷۴±۲/۳۲	۹/۱۳±۲/۳۷	۱۰/۶۷±۲/۱۳	۷/۴۴±۱/۱۴	۸۳/۷۶±۹/۸۶
	پزشکی	۱۸/۷۱±۵/۸۷	۱۸/۶۸±۵/۲۲	۱۸/۴۸±۳/۷۰	۱۷/۹۷±۳/۳۲	۸/۰۳±۲/۷۳	۱۰/۱۳±۲/۴۳	۷/۶۸±۱/۴۵	۸۱/۰۰±۱۲/۵۹
	کل	۱۹/۱۱±۶/۳۶	۱۹/۰۴±۴/۹۶	۱۸/۱۳±۳/۳۴	۱۸/۲۷±۳/۱۶	۸/۳۱±۲/۵۵	۱۰/۳۴±۲/۲۳	۷/۵۵±۱/۳۷	۸۱/۶۷±۱۲/۱۰
	p-value	۰/۸۰۵	۰/۴۲۰	۰/۵۱۵	۰/۴۳۲	۰/۰۶۱	۰/۴۳۲	۰/۵۷۹	۰/۴۵۴

بحث و نتیجه گیری

نتایج این پژوهش در خصوص اهداف و انگیزه دانشجویان از استفاده شبکه‌های مجازی نشان می‌دهد که اولین انگیزه دانشجویان از عضویت در این شبکه‌ها خود افشاگری با ۱۹٪ است. دومین انگیزه، غوطه‌ور شدن در این شبکه‌ها با ۱۸/۹٪ درصد؛ سومین انگیزه،جستجوی اطلاعات با ۱۸/۱٪درصد؛ چهارمین انگیزه، وقت‌گذرانی با ۱۸٪درصد؛ پنجمین انگیزه، حفظ روابط با ۱۰/۳٪ درصد؛ ششمین انگیزه، بهبود وضعیت فردی با ۸/۲٪ درصد و هفتمین انگیزه، سرگرمی با ۷/۵٪ درصد است.

این نتایج با نتیجه پژوهش شهاب مرادی (۲۰۱۴) با عنوان انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های مجازی، همخوان است، آنان اعلام کردند که مهم‌ترین جذب مخاطب به فیس‌بوک که یکی از این شبکه‌های مجازی است، خود افشاگری با ۷۲/۵۶٪ درصد است؛ البته انگیزه‌های دوم تا هفتم به ترتیب: بهبود وضعیت فردی ۶۹/۵٪ ، غوطه‌ور شدن در رسانه‌ها (۶۸/۴۱٪) ، جستجوی اطلاعات (۵۳/۵۴٪) ، وقت‌گذرانی (۵۲/۴۶٪)، حفظ روابط(۳۷/۸٪) و سرگرمی (۳۵/۳۵٪) است که تفاوت‌هایی بامطالعه حال حاضر دارد(۱۱). یونس مرادآبادی و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهش خود بیان کردند که ایرانیان به دلیل برقراری ارتباط و اشتراک‌گذاری آزاد اطلاعات (۴۰٪) عضو این شبکه‌ها شدند(۱۲) درحالی‌که کشورهای آمریکا ، انگلستان و کانادا؛ به دلیل وقت‌گذرانی، حفظ روابط قبلی و ایجاد روابط جدید عضو این شبکه‌ها می‌باشند که مطالعه Nazan Dogruer (۲۰۱۱) با عنوان ? What is the motivation for using Facebook در انگلستان هم تأیید بر این نتیجه است(۱۴). گلنار، بالکی و کاک یر طی پژوهش‌های خود اعلام کردند که افراد برای یافتن دوستان قدیمی خود از این شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند(۱۰).

کیان در پژوهش خود تحت عنوان؛ واکاوی نقش و کاربرد شبکه‌های اجتماعی مجازی برای دانشجویان اعلام کردند که مهم‌ترین هدف دانشجویان کارشناسی ارشد برای عضویت در این شبکه‌ها تفریح و سرگرمی (۸۰٪) است(۲) . داستانی در پژوهشی اعلام کرد که انگیزه دانشجویان از پیوستن به شبکه‌های مجازی ارتباط با دوستان قبلی و کنونی است(۸). که در پژوهش حاضر نیز مورد تأیید قرار گرفت و

[Downloaded from crms.mubabol.ac.ir on 2026-11-02]

جمعاً حدود ۹۰٪ از جامعه موردپژوهش به این انگیزه- برای برقراری ارتباط با افرادی که می‌شناسم- اشاره نموده‌اند . و حدود ۶۵٪ پرسش‌شوندگان نیز اذعان کردند این فضا باعث می‌شود که با اعضای خانواده و دوستانم دورهم جمع‌شویم.

اکبری و هاشمی(۱۳۹۵) در پژوهش خود به این نکته دست یافتند که در کنار دلایل گوناگون همچون احساس حمایت دریافتی از شبکه‌های مجازی، افزایش آگاهی اینترنتی، اعتماد به شبکه و میزان استفاده، احساس صمیمیت بین اعضای شبکه از عوامل مهم گرایش جوانان به شبکه‌های مجازی است. به عبارتی هر چه افراد در شبکه‌های مجازی بیشتر احساس صمیمت می‌کنند به شبکه‌ها گرایش بیشتری دارند(۱۴). که این نتیجه مطالعه حاضر تأیید می‌شود .

همچنین شهابی و قدسی(۱۳۹۱) در مطالعه خود بیان داشته‌اند که اکثر کاربران به‌منظور تسهیل روابط فعلی، احیای ارتباطات قدیمی، ایجاد و حفظ ارتباطات دوستانه بدان روی آورده‌اند و فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی را سیاسی نمی‌دانند(۱). مطالعه حاضر بر غیرسیاسی بودن انگیزه‌ها تأکید دارد و بر صمیمیت و تأکید بر حفظ روابط مورد تأیید این پژوهش است.

ذوالقدر و قاسم‌زاده عراقی (۱۳۹۲)در پژوهش خود نتیجه گرفتند که اکثر دانشجویان در محیط این شبکه‌ها منفعل هستند و بیش از اینکه بخواهند چیزی را در حساب شخصی خود بنگارند و به اشتراک بگذارند، ترجیح می‌دهند بیشتر مطالب به اشتراک گذاشته‌شده توسط سایر اعضا را مشاهده کرده و بخوانند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که علاوه بر سرگرمی و برقراری ارتباط، دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی برای کسب اخبار و اطلاعات هم استفاده می‌کنند. همچنین یافته‌ها نشان داده‌اند که دانشجویان بیشتر برای اهداف تفریحی از این شبکه‌ها استفاده می‌کند و کمترین میزان استفاده دانشجویان برای اهداف آموزشی است(۱۵). که در مطالعه یعقوبی و همکاران هدف اصلی اکثر دانشجویان در پیوستن به شبکه‌های اجتماعی ، تفریح و سرگرمی اعلام شده است(۱۶).

کلی نتایج تحقیق، آمار بالا و رو به افزایش عضویت دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی را نشان می‌دهد که با توجه به نوظهور بودن این شبکه‌ها و عدم اطلاعات کافی دانشجویان از قابلیت‌ها و پیامدهای این شبکه‌ها توصیه می‌شود که مسئولین تصمیم‌هایی اتخاذ گردند تا دانشجویان علاوه بر استفاده از این شبکه‌ها برای سرگرمی و وقت‌گذرانی برای مقاصد علمی و به اشتراک‌گذاری نظریه‌ها و بحث‌های علمی و مقاصد اقتصادی نیز استفاده گردد همچنین آنان را نسبت به پیامدهای ناگوار این شبکه‌ها مطلع سازند.

[Downloaded from crms.mubabol.ac.ir on 2026-11-02]

References

1. MAHMOUD S, GHODSI B. Purposes and Motivations of Social Networks' Members (A Study on Youth from Tehran). culture- communication. 2012;13(20):61-86..
2. M K, NYg M, N R. . Analysis of the Role and Use of Virtual Social Networks among University Students. Technology of Instruction and Learning. 2015;1(3):69-98.
3. Mojaradi V, Eslami A, Jamal S. Check the status of the use of social networks between students from North Khorasan Province. Security Knowledge North Khorasan. 2014; 1(14): 85-99. [In Persian]..
4. Mehmood S, Taswir T. The effects of social networking sites on the academic performance of students in college of applied sciences, Nizwa, Oman. International Journal of Arts and Commerce. 2013;2(1):111-25.
5. Kulkarni S.V. Social networking, what next? Journal of Marketing Management and Consumer Behavior. 2016;1(11).2. 1
6. Available from: https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users /
7. SH M, M R, F KE, N H, N R. Motivational Factors in Using Virtual Social Networks .CULTURE IN THE ISLAMIC UNIVERSITY. 2014;4(10).
8. Dastani M, Keramati J, Poorfatemi A, Ekrami A. The reasons and motives of virtual social networks among students of Gonabad University of Medical Sciences. Caspian Journal of Scientometrics. 2015;2(2):24-7.
9. R J-C, M R-C, R G-P, O B-G. Social network user motivation: An analysis of rural women's profiles. Relieve. 2015;21(51-53)
10. B G, Ş B, V. Ç. Motivations of Facebook, You Tube and similar web sites users. Bilig. 2010;54:161-84.
11. Moradi S, Rajabpour M, KIAN EF, HAJ LN, Radbakhsh N. Motivational factors in using virtual social networks. Culture in the Islamic University. 2014;4(10):95 -118.
12. Moradabadi YN, Gharehshiran MA, Amrai K. What is the Motivation Student of Iranians for using Facebook? Procedia-Social and Behavioral Sciences. 2012;46:5192-5.
13. Dogruer N, Menevi I, Eyyam R.. What is the motivation for using Facebook? Procedia-Social and Behavioral Sciences. 2011;15:2642-6.
14. shima A, H s. Virtual networks and young people The causes of youth tendency to social networks in virtual space Third National Conference on Strategies for the Development and Promotion of Educational Sciences; Iran: Association for the Development and Promotion of Basic Sciences and Technology; 2016.
15. hosein Z, ga M. Examining Users Motivation for Using Social Media A case study of Facebook users. Communication Research. 2013;20(57.(
16. Yaghoubi Malal N, Kian M, Riahinia N. . Analysis of the Role and Use of Virtual Social Networks among University Students. Technology of instruction and learning, Allameh Tabataba'i University. 2015;1(3):69-88.

[Downloaded from crms.mubabol.ac.ir on 2026-11-02]

NOVIN Health Journal

Original

Study of the Purposes and Motivation of Students in Use of Virtual Networks (Facebook, Telegram, Instagram) in Babol Medical Students in 2017-2018

Samaneh Mohamadi [1], Mohammad Hadi Yadollahpour [2], Soraya Khafri [3], Shaghayegh Alizadeh [1]

Received: 18 Dec 2018 **Revised: 29 Dec 2018** **Accepted: 9 Jan 2019**

Abstract

Background and Objective: Undoubtedly, the Internet is leading the new industrial revolution. According to Statista's website in 2017, 46.2 billion people use social networks and 71 percent of internet users were social network users. According to the latest ISPA poll in June 2018, 66% of Iranian people at least members of one social network. It's important that Determine the number of students and their motivation to use social networks for scientific knowledge.Therefore, this study has tried to examine the purpose and motivation of the students who are the main corners of the networks.

Methods: The present study is a descriptive-analytic study in which the number of students was selected for the quota. The required information in this study was collected through Golnar, Balkik and Kakir questionnaires whose reliability and validity were obtained in the article on the motivation of using social networks (Shahab Moradi et al.) According to the Kronbach's alpha 0.91. The questionnaire was distributed by the researchers among the students and the data were analyzed using statistical software SPSS version 22.

Results: The findings of this study showed that students of Babol University of Medical Sciences use 98.88% of social networks. First Students' motivation to use the social networks is self-disclosure with 19.11%. The second motive is to immerse themselves in these networks with 19.04%; the third motivation; information search with 18.27%; fourth motivation; time spent with 18.13%; fifth motivation; maintaining relationships with 10.43%; The sixth motive, the improvement of the individual situation with 8.3% and the seventh motivation, entertainment with 7.55% percent.

Conclusion: According the newfound of these networks and the ever-increasing use of social networks among young people, it is recommended that authorities inform young people about the negative consequences of these networks and Provide a space for youth to use these networks for economic purposes and scientific gatherings.

1. Students Research Committee, Babol University of Medical Sciences, Babol. Iran
2. Department of Islamic education, Babol University of Medical Sciences, Babol. Iran
3. Department of Biostatistic, Babol University of Medical Sciences, Babol. Iran

*** Corresponding Author:**
Mohammad Hadi Yadollahpour
Address: Department of Islamic education, Babol University of Medical Sciences, Babol. Iran
Tel: +98 1132091846
Email: baghekhial@gmail.com

Keywords: Telegram, Instagram, Facebook, Cyberspace, Students, Motivation

Please cite this article as: Mohamadi S, Yadollahpour MH, Khafri S, Alizadeh S. Study of the Purposes and Motivation of Students" Use of Virtual Networks (Facebook, Telegram, Instagram) in Babol Medical Students in 2017-2018. Novin Health J. 2019; 3(2):74-81.

[Downloaded from crms.mubabol.ac.ir on 2026-11-02]