

## Research Paper

### Structural model of factors affecting the use of virtual social networks: the mediating role of attitude towards virtual social networks

Soghra Ostovar<sup>1</sup>, Roghayeh Ghorbani<sup>2</sup>, Hossain Aflakifard<sup>3</sup>, Mahboobah Fooladchang<sup>4</sup>

1. Corresponding author, Assistant Professor, Department of Psychology Education and Counseling, Farhangian University, Shiraz, Iran. Email: [s\\_stovar@yahoo.com](mailto:s_stovar@yahoo.com)
2. Assistant Professor, Department of Psychology Education and Counseling, Farhangian University, Shiraz, Iran. Email: [ghorbani\\_r1384@yahoo.com](mailto:ghorbani_r1384@yahoo.com)
3. Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Farhangian University, Shiraz, Iran. Email: [h.a.f.1352@gmail.com](mailto:h.a.f.1352@gmail.com)
4. Associate Professor, Department of Psychology, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Shiraz University, Shiraz, Iran. Email: [Foolad@shirazu.ac.ir](mailto:Foolad@shirazu.ac.ir)

Received:

Revised:

Accepted:

Use your device to scan and read the article online



DOI:

Abstract

**Introduction:** In recent years, among communication media, virtual social networks have expanded a lot and have attracted the attention of different sections of the society. Therefore, according to the development process of virtual social networks in universities and also the increasing attention of the scientific community to this powerful interactive tool, obtaining correct and accurate information about the amount of use of virtual social networks by students, in the matter it is very important for writing and policy-making and for advancing educational goals. In this regard, in the current research, the causal model of factors affecting the

Commented [D1]: تمام تیترها و عناوین مانند این نمونه به رنگ آبی باشند.

Commented [D2]: بار کد مقاله توسط دفتر مجله درج می شود

#### Keywords:

Virtual social networks, Diversity and breadth, Easy information and communication, Trust in social networks

use of virtual social networks with the mediation of attitude towards virtual social networks has been tested.

**Methods:** According to the purpose, this research was applied and in terms of method, it was a correlational type of structural equation modeling. The statistical population of the research was all undergraduate students of Fars province. The sampling method in this research was random cluster sampling. The measurement tool was the questionnaire of the amount and attitude towards the use of social networks by Hejazi et al. (2015) and the questionnaire of factors affecting the use of virtual social networks by Khodayari et al. (2013).

**Findings:** Structural equation modeling analyzes supported the fit of the proposed model with the data. The results showed that the effective factors have a positive and significant effect on the amount of use of social networks and on the attitude towards social networks. And the attitude towards networks has a positive and significant effect on the amount of use of social networks. Also, the results showed that the factors influencing the use of virtual networks positively and indirectly predict the amount of use of virtual networks through the mediation of attitudes towards networks.

**Conclusion:** Considering the confirmation of the hypothetical relationships predicted in the conceptual model of the research on the one hand and the appropriate amount of variance explained in the model on the other hand, it can be concluded that the technology acceptance model has acceptable effectiveness and efficiency in the field of predicting and explaining behavior and the attitude of the studied students in using virtual social networks. Due to the necessity of integrating virtual social networks in higher education and the need to understand students' behavior in using these networks, the results of this study can help to strengthen the existing scientific literature in this field and provide useful information for the benefit of to provide the appropriate use of the capacities of virtual social networks to the planners and related workers.

#### Citation:

Ostovar, S., Ghorbani, R., AflakiFard, H., & Fouladchang, M.

Structural model of factors affecting the use of virtual social networks: the mediating role of attitude towards virtual social networks

\*Corresponding author: Soghra Ostovar

Address: Assistant Professor, Department of Psychology Education and Counseling, Farhangian University, Shiraz, Iran. Email: [s\\_stovar@yahoo.com](mailto:s_stovar@yahoo.com)

Tell: 09177825188

Email: [s\\_stovar@yahoo.com](mailto:s_stovar@yahoo.com)

## Extended Abstract

### Introduction

Today, with the increasing development of communication and information technologies that are formed in the web and internet environment, a special type of communication has been formed in virtual platforms between people. One of the most important outputs of the formation of communication in virtual space and online environments has been virtual social networks. These networks include groups of people who are connected by one or more types of dependencies and interact with each other in the context of a complex

information society. These networks are based on the formation of online communities that provide the possibility of achieving a new form of communication and information exchange [1]. Technological improvements have greatly influenced university students all over the world. Most of university students use social media networks as an instrument to disseminate information and to communicate. They use and apply social media tools in their academic and research works and their leisure time engagements. Virtual social networks are contexts where individuals find the opportunity to introduce themselves, reveal their personality traits, communicate with others,

Commented [D3]: Font: Cambria. Size: 18. Bold

Commented [D4]: Font: Cambria. Size: 12. Bold

and preserve these relations in those environments [2]. These networks have the potential to make basic changes in the social life of individuals, particularly university students [3]. Considering the importance of this topic, in recent years, various theories and models have been used to identify the influencing factors on students' behavior in using virtual social networks, and the main ones are It is possible to refer to the theory of use and satisfaction [15, 16, 17], the integrated theory of acceptance and use of technology [18, 19] and the theory of social influence. One of the proposed theories in the field of using media and virtual social networks is the theory of use and satisfaction. It is an approach to understanding why and how people actively seek out specific media to fulfill specific needs. Uses and gratifications theory is an audience-oriented approach to understanding mass communication. In addition to the models and theories that were mentioned, another model that is widely used in research related to students' use of the Internet due to its comprehensiveness and at the same time being simple and understandable. Various virtual social networks have been used and its validity and efficiency have been confirmed as a technology acceptance model [26, 27, 28]. In fact, the technology acceptance model can be considered as one of the first models that was specifically presented to examine the acceptance and use of information technologies and due to the simultaneous attention to the variables related to the characteristics of the technology itself and the factors the psychology of users is more suitable for use in the field of studies related to information technologies [29]. According to the mentioned materials in this research, the technology acceptance model was used as the theoretical basis of the research. This model is based on the relationship between behavior and attitude in the theory of logical action of Aizen and Fishbein [33] and assumes that the intention and behavior of people in using information technologies is determined through their attitude towards these technologies. In recent years, this model has been used in numerous researches in the field of investigating factors affecting students' use of virtual social networks, and the results of some of the most important researches have been summarized. Dexit and Prakash [40] investigated the use of social networks in higher education institutions using the technology

acceptance model. The results showed that attitude, perceived usefulness and perceived ease had a positive and significant effect on students' use of social networks. Khodayari, Daneshvar Hosseini and Saeedi [5] in a research investigated the amount and type of use of virtual social networks by students of Azad University of Mashhad. The findings of the research showed that there is a relationship between variables such as the diversity and extent of social networks, the level of trust in social networks, information and easy communication, the gender and field of study of students and the amount of use of virtual social networks. According to the theoretical foundations and researches reviewed, the leading research is a framework consisting of factors affecting the use of social networks (diversity and extent of social networks, trust in social networks and information and easy communication perceived use), the attitude towards social networks and the amount of use of social networks have been measured.

### Materials and Methods

The research method was descriptive-correlational in terms of strategy and specifically based on structural equation modeling and in terms of the method of collecting field information through a questionnaire. The statistical population of the research was all continuous undergraduate students of Farhangian University of Shiraz, 211 of whom were selected as the final sample size through Cochran's formula and using random cluster sampling proportional to the size of the population.

### Research tools

**1. Scale of the amount and attitude towards the use of social networks:** this scale was made by Hijazi, Namdari, Ghasemi and Moghadamzadeh [4]. It contains 30 items and two components. The first component: the attitude towards social networks where the student determines his level of agreement on a four-point Likert scale and the second component: The amount of use of social networks that students determine their use of social networks on a four-point Likert Scale.

[D Commented]: تیر باید به پاراگراف خودش متصل باشد و بین آنها فاصله وجود ندارد فقط یک فاصله با پاراگراف قبلی

---

Content validity was used to measure the validity of the scale. The mentioned questionnaire has been approved by several professors. The reliability of the scale was obtained through Cronbach's alpha coefficient of 0.81 for the subscale of the attitude towards the use of social networks, 0.88 for the amount of use of social networks, and 0.91 for the whole scale. In the present study, the reliability of the scale was estimated through Cronbach's alpha coefficient for the amount of use of social networks at 0.92.

**2. Questionnaire of factors influencing the use of virtual social networks:** this questionnaire has 17 questions and its purpose is to evaluate the factors influencing the use of virtual social networks (diversity and extent of social networks, trust in social networks, information and communication easy). The scoring of the questionnaire is on a 5-point Likert Scale. In Khodayari, Daneshvar Hosseini and Saedi's research [5], the face and content validity of the questionnaire has been confirmed using the opinions of professors and experts. The reliability of this questionnaire was obtained by using Cronbach's alpha coefficient for the subscales of diversity and extent of social networks, 0.75, trust in social networks, 0.70, information provision and easy communication, 0.77. In the present study, the reliability of the scale was obtained through Cronbach's alpha coefficient for the subscales of diversity and extent of social networks, 0.86, trust in social networks, 0.81, easy communication and information, 0.87.

### Findings

The average age of the respondents was 23.3 with a standard deviation of 4.02. The average age of the respondents is 22 years and it shows that 50% of the respondents are at most 22 years old. Structural equation modeling analyzes supported the fit of the proposed model with the data. The results showed that the factors affecting the amount of use of networks ( $p > 0.01$ ,  $\beta = 0.15$ ), the factors affecting the attitude towards networks ( $p > 0.01$ ,  $\beta = 0.14$ ) and

the attitude to networks has a positive and significant effect on the amount of use of networks ( $p > 0.001$ ,  $\beta = 0.50$ ). Also, the results showed that the factors affecting the use of virtual networks ( $p > 0.01$ ,  $\beta = 0.07$ ) positively and indirectly predict the amount of use of virtual networks through the mediation of attitude.

### Discussion

The present research was conducted with the aim of compiling and testing a model to explain the factors affecting the use of social networks and the relationships between the variables of the factors affecting the use of social networks and the amount of use of social networks with the mediation of the attitude towards social networks. It was investigated. The analysis of the model by structural equation method showed that after four stages of correction on the initial model, a suitable fit was obtained for the proposed model. The results of the current research showed the factors affecting the use of social networks, including the diversity and extent of social networks and information and easy communication, directly and indirectly through the mediation of attitude towards social networks with the amount of use. It is related to social networks. This finding can be explained by using the technology acceptance model that was presented for the first time by Davis [31] to explain and predict the use of information technologies [32]. This model is based on the relationship between behavior and attitude in the theory of logical action of Aizen and Fishbein [33] and assumes that the intention and behavior of people in using information technologies is determined by their attitude towards these technologies.

### Conclusion

In this study, an attempt was made to create a suitable framework for understanding and explaining the influencing factors on students' behavior in using virtual social networks, based on a common and valid model in the field of investigating the behavior of accepting information systems and technologies, i.e. the technology acceptance model, be created and presented. According to the confirmation of all the hypothetical relations predicted in the conceptual model of the research on the one hand and the appropriate amount of variance explained in the model on the other hand, it can be concluded that the technology acceptance model has an acceptable effectiveness and efficiency in the field of understanding and explaining the behavior and attitude of the studied students in using virtual social networks, especially based on the appropriateness of the values of various fit indices, it was determined that the developed theoretical model conformed to the reality and was supported through field data. Considering the necessity of integrating virtual social networks in higher education and the need to understand and understand students' behavior in using these networks, the results of this study can help to strengthen the existing scientific literature in this field and provide useful information in line with to make appropriate use of the capacities and capabilities of virtual social networks at the disposal of planners and related workers.

#### **Ethical Considerations compliance with ethical guidelines**

The cooperation of the participants in the present study was voluntary and accompanied by their consent.

#### **Funding**

No funding.

#### **Authors' contributions**

Design and conceptualization: Soghra Ostovar.  
Methodology and data analysis: Soghra Ostovar, Roghayeh Ghorbani, Hossain

Aflakifard, Mahboobah Fooladchang.  
Supervision and final writing: Soghra Ostovar

#### **Conflicts of interest**

The authors declared no conflict of interest.

## مدل ساختاری عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی: نقش میانجی نگرش به شبکه‌های اجتماعی مجازی

صغری استوار<sup>۱</sup>، رقیه قربانی<sup>۲</sup>، حسین افلاکی فرد<sup>۳</sup> | محبوبه فولادچنگ<sup>۴</sup>

۱. استادیار گروه آموزش روان‌شناسی و مشاوره، دانشگاه فرهنگیان، شیراز، ایران. Email: [s\\_stovar@yahoo.com](mailto:s_stovar@yahoo.com)
۲. استادیار گروه آموزش روان‌شناسی و مشاوره، دانشگاه فرهنگیان، شیراز، ایران. Email: [ghorbani\\_r1384@yahoo.com](mailto:ghorbani_r1384@yahoo.com)
۳. استادیار گروه آموزش علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، شیراز، ایران. Email: [h.a.f.1352@gmail.com](mailto:h.a.f.1352@gmail.com)
۴. دانشیار، گروه روانشناسی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران. Email: [Foolad@shirazu.ac.ir](mailto:Foolad@shirazu.ac.ir)

### چکیده

**مقدمه:** در سال‌های اخیر، در بین رسانه‌های ارتباطی، شبکه‌های اجتماعی مجازی گسترش زیادی یافته است و مورد توجه اقشار مختلف جامعه قرار گرفته است. 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 در خصوص میزان استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی، در امر بر نامه‌ریزی و سیاست‌گذاری و در جهت پیشبرد اهداف آموزشی، از اهمیت بسزایی برخوردار است. در این راستا، در پژوهش حاضر به آزمون مدل علی عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با میانجی‌گری نگرش به شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداخته شده است.

**روش:** این پژوهش با توجه به هدف، کاربردی و از نظر روش، همبستگی از نوع مدل‌یابی معادلات ساختاری بوده است. جامعه آماری پژوهش، کلیه دانشجویان کارشناسی پیوسته فرهنگیان استان فارس بود. روش نمونه‌گیری در این پژوهش روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی بود. ابزار سنجش، پرسشنامه میزان و نگرش به استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و همکاران (۲۰۱۵) و پرسشنامه عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی خدایاری و همکاران (۲۰۱۳) بود.

**یافته‌ها:** تحلیل‌های الگویابی معادلات ساختاری برازندگی الگوی پیشنهادی را با داده‌ها مورد حمایت قرار دادند. نتایج نشان داد که عوامل مؤثر بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و بر نگرش به شبکه‌های اجتماعی اثر مثبت و معنی‌دار دارد. و نگرش به شبکه‌ها بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی اثر مثبت و معنی‌دار دارد. همچنین نتایج نشان داد که عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های مجازی با واسطه‌گری نگرش به شبکه‌ها به صورت مثبت و غیر مستقیم میزان استفاده از شبکه‌های مجازی را پیش‌بینی می‌کند.

**نتیجه‌گیری:** پژوهش حاضر با هدف تدوین و آزمون مدلی برای تبیین عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی انجام شد و روابط متغیرهای عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با میانجی‌گری نگرش به شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت. تحلیل مدل با روش معادلات ساختاری نشان داد پس از چهار مرحله اصلاح روی مدل اولیه، برازش مناسبی برای مدل پیشنهادی حاصل گردید. نتایج پژوهش حاضر نشان داد عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی شامل تنوع و گستردگی شبکه‌های اجتماعی و ارتباط آسان به طور مستقیم و نیز به طور غیرمستقیم با میانجی‌گری نگرش به شبکه‌های اجتماعی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی رابطه دارد.

### تاریخ دریافت:

تاریخ داوری:

تاریخ پذیرش:

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI:

### واژه‌های کلیدی:

شبکه‌های اجتماعی مجازی، تنوع و گستردگی، اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان، اعتماد داشتن به شبکه‌های اجتماعی

Commented [D7]: Font: B Mitra. Size: 10. Bold

Commented [A]: بار کد مقاله توسط دفتر مجله درج می شود

\* نویسنده مسئول: صغری استوار

نشانی: استادیار گروه آموزش روان‌شناسی و مشاوره، دانشگاه فرهنگیان، شیراز، ایران

تلفن: ۰۹۱۷۷۸۲۵۱۸۸

پست الکترونیکی: [s\\_stovar@yahoo.com](mailto:s_stovar@yahoo.com)



## مقدمه

امروزه با گسترش روزافزون فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی که در بستر محیط وب و اینترنت شکل می‌گیرند نوع خاصی از ارتباطات در بسترهای مجازی میان افراد شکل گرفته است. یکی از مهمترین خروجی‌های شکل‌گیری ارتباطات در فضای مجازی و محیط‌های تحت وب شبکه‌های اجتماعی مجازی بوده است. این شبکه‌ها، شامل گروه‌هایی از افراد است که به وسیله یک یا چند نوع از وابستگی‌ها به هم مرتبط شده و در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده با یکدیگر کنش ارتباطی دارند. این شبکه‌ها بر مبنای تشکیل اجتماعات آنلاین بنا شده‌اند که امکان دستیابی به شکل جدیدی از ارتباطات و تبادل اطلاعات را فراهم می‌کنند [۱]. شبکه‌های اجتماعی مجازی به کاربران خود این امکان را می‌دهند تا علایق، نظریات و فعالیت‌های خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند [۷]. ارتباطاتی که در این شبکه‌ها به وجود می‌آید به عنوان دارایی و سرمایه اجتماعی افراد به حساب می‌آید و پیوند و تعاملاتی که در این شبکه‌ها حاصل می‌شود در شکل سازنده خود می‌تواند به عنوان سرمایه اجتماعی تلقی گردد و جامعه را در سطح گسترده‌ای از نتایج این سرمایه بهره‌مند سازد. بر این اساس شبکه‌های اجتماعی می‌توانند تأثیر مثبتی بر این ارتباطات داشته باشند [۸]. این ارتباطات، تولید و چرخش اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی و فضای سایبری به تولید آگاهی و میل به دانستن منجر شده و بستری برای تأثیرگذاری و تأثیر پذیری افراد از یکدیگر و زیست بوم‌های مجازی ایجاد کرده است که در نهایت می‌تواند به افزایش سرمایه اجتماعی اعضای جامعه کمک کند [۹]. هر گروه از افراد کاربر در شبکه‌های اجتماعی مجازی، با توجه به شرایط سنی، موقعیت اجتماعی، وضعیت فرهنگی، وضعیت شغلی و به طور کلی بنا به نیازهای خاص خود به شبکه‌های اجتماعی گرایش پیدا کرده‌اند. با توجه به این که گرایش‌ها در برگیرنده‌ی فکر، احساس و نحوه رفتار نسبت به موضوع گرایش هستند ولی آنچه در تعیین رفتار دخالت دارد عبارتند از تمایل فرد به انجام آن رفتار، هنجارهای اجتماعی، پیامدهای مورد انتظار رفتار، تجارب پیشین و تأثیر انتظار در موقعیت‌های قبلی است [۱۰]. لذا گرایش افراد به شبکه‌های اجتماعی مجازی پیش‌بینی‌کننده مقاصد و رفتار آنها در شبکه‌های اجتماعی مجازی است. همچنین شبکه‌های اجتماعی مجازی حامل اثرات نگرشی و گرایشی نیز هستند [۱۱]. به اعتقاد فیشرین و اجزن [۱۲] نگرش نشانه‌ای از احساس مثبت یا منفی راجع به یک رفتار است. بسیاری از مطالعات پیشین بیانگر همبستگی بین نگرش کاربر و قصد استفاده کاربر است. به عنوان مثال در تئوری مبتنی بر استدلال رفتار فرد متأثر از قصد و تمایلات فرد است. همچنین قصد و تمایلات فرد متأثر از نگرش

فرد است. در واقع نگرش کاربر به عنوان احساس کاربر در مورد انجام یک رفتار خاص تعریف می‌شود و عمدتاً این ارزیابی توسط باورهای کاربر صورت می‌گیرد [۱۳]. به عبارت دیگر، بررسی نگرش افراد برای پیش‌بینی رفتار آنها استفاده می‌شود. برای مثال اگر نگرش فردی راجع به شبکه‌های اجتماعی مثبت باشد بنابراین از خود رفتار مثبتی نشان خواهد داد. همچنین نگرش مثبت کاربران نسبت به یک وب سایت موجب چسبندگی بیشتر آنها به آن وب سایت خواهد شد [۱۴]. با توجه به اهمیت این موضوع در سال‌های اخیر نظریه‌ها و مدل‌های مختلفی به منظور شناسایی عوامل تأثیرگذار بر رفتار دانشجویان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به کار گرفته شده است که از اصلی‌ترین آنها می‌توان به نظریه استفاده و رضامندی [۱۵، ۱۶، ۱۷]، نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری [۱۸، ۱۹] و نظریه نفوذ اجتماعی [۲۰] اشاره کرد. یکی از نظریه‌های مطرح در حوزه استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی نظریه استفاده و خشنودی<sup>۱</sup> است. رویکردی برای درک این موضوع است که چرا و چگونه مردم به طور فعال برای برآوردن نیازهای خاص به دنبال رسانه‌های خاص می‌گردند. نظریه استفاده و خشنودی یک رویکرد مخاطب‌محور برای درک ارتباطات جمعی است. این نظریه ضمن فعال انگاشتن مخاطب، بر نیازها و انگیزه‌های وی در استفاده از رسانه‌ها تأکید می‌کند و بر آن است که ارزش‌ها، علایق و نقش اجتماعی مخاطبان مهم است و مردم بر اساس این عوامل آنچه را می‌خواهند ببینند و بشنوند، انتخاب می‌کنند. پرسش اساسی نظریه استفاده و خشنودی این است که چرا مردم از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و آن‌ها را برای چه منظوری به کار می‌گیرند؟ پاسخی که به اجمال داده می‌شود این است که مردم برای کسب راهنمایی، آرامش، سازگاری، اطلاعات و شکل‌گیری هویت شخصی، از رسانه‌ها استفاده می‌کنند [۲۱]. در واقع این نظریه علت اصلی استفاده مردم از رسانه‌های خاص را با دلایل کارکردی توضیح می‌دهد و برای مخاطبان نیازهایی را متصور می‌شود که افراد برای رفع آن به سمت رسانه‌ها روی می‌آورند. حال اگر چنانچه رسانه مورد نظر بتواند نیاز فرد را به خوبی رفع کند و بین محتوای رسانه و نیاز فرد همخوانی وجود داشته باشد، فرد ارضاء و خشنود می‌شود و در غیر این صورت نیاز وی ارضاء نشده باقی می‌ماند و وی از رسانه‌های مورد نظر رویگردان می‌شود. فرض اصلی این نظریه این است که افراد مخاطب، کم و بیش به صورت فعال، به دنبال محتوایی هستند که بیشترین رضایت را برای آنان فراهم سازد. میزان این رضایت بستگی به نیازها و علایق فرد دارد [۲۲]. با وجود موفقیت نسبی این مدل‌ها در پیش‌بینی رفتار دانشجویان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

1. Uses and Gratifications Theory



[۲۳] انتقادهایی نیز به هر یک از آنها وارد شده است. برای نمونه نظریه استفاده و رضامندی به دلیل تمرکز بیش از حد بر فرد و نادیده گرفتن جایگاه رسانه‌ها و ناکامی در پرداختن به مفاهیمی مانند انگیزه‌ها و نیازها مورد نقد قرار گرفته است [۲۴]. همچنین به رغم جامعیت نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری، نتایج مطالعات حاکی از آن است که دسته‌بندی و تلفیق دامنه گسترده-ای از متغیرها و عوامل مختلف در قالب یک سازه روانسنجی واحد منجر به بروز مسائل فراوانی به‌ویژه از نظر انطباق و همپوشانی برخی مفاهیم شده است که این مسئله به نوبه خود دقت این مدل را تا حدودی کاهش داده است [۲۵]. افزون بر مدل‌ها و نظریه‌هایی که به آنها اشاره شد، یکی دیگر از مدل‌هایی که به دلیل جامعیت و در عین حال ساده و قابل درک بودن به طور گسترده‌ای در پژوهش‌های مرتبط با استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی مختلف به کار گرفته شده و اعتبار و کارایی آن تأیید شده است مدل پذیرش فناوری<sup>۱</sup> است [۲۶، ۲۷، ۲۸]. در واقع، مدل پذیرش فناوری را می‌توان جزء نخستین مدل‌هایی در نظر گرفت که به طور اختصاصی برای بررسی پذیرش و استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی ارائه شده و به واسطه توجه همزمان به متغیرهای مرتبط با مشخصه‌های خود فناوری و عوامل روانشناختی کاربران از تناسب بیشتری برای کاربرد در حوزه مطالعات مربوط به فناوری‌های اطلاعاتی برخوردار است [۲۹]. همچنین مدل پذیرش فناوری انعطاف‌پذیری بالایی داشته و به آسانی قابلیت تطبیق و استفاده در مورد فناوری‌های اطلاعاتی مختلف به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی [۳۰] و در عین حال در زمینه‌های مختلف از جمله آموزش [۲۹] را دارد. با توجه به مطالب اشاره شده در این پژوهش از مدل پذیرش فناوری به عنوان مبنای نظری پژوهش استفاده شد. مدل پذیرش فناوری برای نخستین بار از سوی دیویس [۳۱] برای تبیین و پیش‌بینی پذیرش فناوری‌های اطلاعاتی ارائه شد [۳۲]. این مدل رابطه بین رفتار و نگرش در نظریه عمل منطقی ایزن و فیش بین [۳۳] را مبنای قرار داده و فرض می‌کند که قصد و رفتار افراد در استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی از طریق نگرش آنها نسبت به این فناوری-ها تعیین می‌شود. همچنین مدل پذیرش فناوری استدلال می‌کند که خود متغیر نگرش نیز تحت تأثیر دو باور کلیدی شامل سودمندی ادراک شده و سهولت ادراک شده یا ارتباط آسان قرار دارد [۳۴، ۳۵]. سودمندی ادراک شده درجه‌ای است که یک فرد باور دارد استفاده از یک فناوری خاص عملکرد کاری او را افزایش خواهد داد در حالی که سهولت ادراک شده به منزله میزان درک فرد از راحتی و سهولت استفاده از یک فناوری خاص تعریف می‌شود [۳۶]. با توجه به برخی انتقادهای وارد شده به مدل اولیه

1. Technology Acceptance Model

پذیرش فناوری به ویژه عدم توجه به متغیرهای بیرونی و پایین بودن نسبی قدرت پیش‌بینی آن، در پژوهش‌های بعدی تلاش شد تا با افزودن برخی متغیرهای مرتبط دیگر به ویژه جذابیت ادراک شده، لذت ادراک شده، خودکارآمدی ادراک شده و اضطراب ادراک شده این مدل توسعه پیدا کرده و کامل‌تر شود [۳۷]. همانطور که اشاره شد با توجه به اعتبار و جامعیت مدل توسعه یافته پذیرش فناوری، این مدل در سال‌های اخیر در پژوهش‌های پرشماری در زمینه بررسی عوامل تأثیرگذار بر استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی به کار گرفته شده است که نتایج برخی از مهم‌ترین این پژوهش‌ها به طور خلاصه آورده شده است.

در پژوهش محمودی، معصومی‌فرد و محمدی [۳۸] عوامل تأثیرگذار بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در آموزش عالی مورد بررسی قرار گرفت. سهولت ادراک شده به طور غیر مستقیم اثر معنی‌داری بر قصد استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی داشت. در حالی که اثر دو متغیر سودمندی ادراک شده و نگرش بر قصد دانشجویان معنی‌دار نبود.

در پژوهشی تقوی‌نژاد، نظری و بیگدلی [۳۹] عوامل تأثیرگذار بر پذیرش شبکه‌های اجتماعی در بین دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز مورد بررسی قرار دادند. سودمندی ادراک شده، سهولت ادراک شده، نگرش و قصد استفاده تعیین‌کننده‌های اصلی استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی بودند. دکیست و پراکاش [۴۰] واکاوی استفاده از شبکه‌های اجتماعی در مؤسسات آموزش عالی با استفاده از مدل پذیرش فناوری مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد نگرش، سودمندی ادراک شده و سهولت ادراک شده اثر مثبت و معنی‌داری بر استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی داشتند. همچنین اثر سودمندی ادراک شده و سهولت ادراک شده بر نگرش دانشجویان به استفاده از شبکه‌های اجتماعی غیر معنی‌دار بود.

خدایاری، دانشور حسینی و سعیدی [۵] در پژوهشی به بررسی میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی دانشجویان دانشگاه آزاد مشهد پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین متغیرهایی چون تنوع و گستردگی شبکه‌های اجتماعی، میزان اعتماد به شبکه‌های اجتماعی، اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان، جنسیت و رشته تحصیلی دانشجویان و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.

خارایی ماسوله [۴۱] 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.

چهار، چیتنیس و چیتنیس<sup>۱</sup> [۴۲] در پژوهشی به بررسی میزان صرف وقت دانشجویان دوره کارشناسی و کارشناسی ارشد در شبکه‌های مختلف مجازی تعداد دوستان واقعی و مجازی در شبکه‌های اجتماعی نوع گرایش و دلایل استفاده آنها از شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان داد که اکثر کاربران حضور چشمگیری در شبکه اجتماعی فیس بوک نسبت به سایر شبکه‌ها دارند در الگوی رفتاری استفاده از شبکه‌های مجازی توسط دانشجویان دوره کارشناسی با دانشجویان کارشناسی ارشد تفاوت معناداری وجود داشت. دلیل استفاده دانشجویان کارشناسی ارشد از شبکه‌های اجتماعی مجازی فقط گپ زدن با دوستان نیست بلکه آنها به منظور برقراری ارتباط، شبکه‌سازی و استفاده آموزشی و حرفه‌ای در آنها عضو شده‌اند.

با توجه به مبانی نظری و پژوهش‌های مورد بررسی، پژوهش پیش‌رو چارچوبی متشکل از عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی (تنوع و گستردگی شبکه‌های اجتماعی، اعتماد به شبکه‌های اجتماعی و اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان یا سهولت استفاده درک شده)، نگرش نسبت به شبکه‌های اجتماعی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی را مورد سنجش قرار داده است. با توجه به اینکه مدل این پژوهش بر مبانی مدل پذیرش فناوری دیویس [۳۱] است، متغیرهای عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی (تنوع و گستردگی شبکه‌های اجتماعی، اعتماد به شبکه‌های اجتماعی و اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان یا سهولت استفاده درک شده)، نگرش نسبت به شبکه‌های اجتماعی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی به عنوان متغیرهای پایه‌ای این مدل در نظر گرفته شده است. با در نظر گرفتن هدف پژوهش و مبانی نظری و تجربی اشاره شده، مدل مفهومی این پژوهش به شکل زیر است:

### روش پژوهش

روش تحقیق از نظر راهبردی توصیفی-همبستگی و به طور مشخص مبتنی بر مدلیابی معادلات ساختاری و از نظر روش گردآوری اطلاعات میدانی از طریق پرسشنامه بود. جامعه آماری پژوهش کلیه دانشجویان مقطع کارشناسی پیوسته دانشگاه فرهنگیان شیراز بود که از بین آنها ۲۱۱ نفر با استفاده از فرمول

کوکران و با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی متناسب با حجم جامعه به عنوان حجم نمونه نهایی انتخاب شدند.

### ابزارهای پژوهش

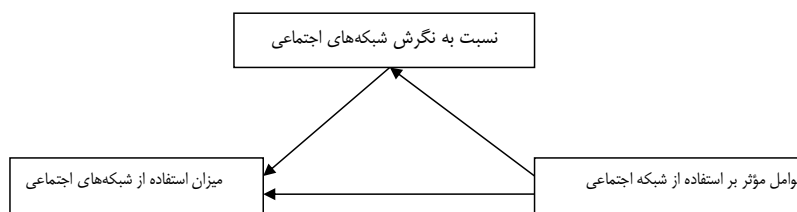
۱. پرسشنامه میزان و نگرش به استفاده از شبکه‌های اجتماعی: این پرسشنامه توسط حجازی، نامداری، قاسمی و مقدم‌زاده [۴] ساخته شده است. شامل ۳۰ گویه و دو مقیاس است. مقیاس اول: نگرش نسبت به شبکه‌های اجتماعی که آزمودنی میزان موافقت خود را بر روی طیف چهار درجه‌ای لیکرت کاملاً موافقم (۴)، موافقم (۳)، مخالفم (۲) کاملاً مخالفم (۱) مشخص می‌کند و شامل ۱۵ گویه است (گویه‌های ۱۵-۱) و مقیاس دوم: میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی که آزمودنی میزان استفاده خود از شبکه‌های اجتماعی را بر روی طیف چهار درجه‌ای لیکرت هرگز (۱)، به ندرت (۲)، اکثر اوقات (۳) و دائماً (۴) تعیین می‌کند و شامل ۱۵ گویه است (گویه‌های ۳۰-۱۶). از روایی محتوایی، جهت سنجش روایی مقیاس استفاده گردید. پرسشنامه مذکور مورد تأیید چند تن از استادان قرار گرفته است. پایایی مقیاس از طریق ضریب آلفای کرونباخ برای مقیاس نگرش به استفاده از شبکه‌های اجتماعی ۰/۸۱ و برای مقیاس میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی ۰/۸۸ و برای کل مقیاس نیز ۰/۹۱ بدست آمده است. در پژوهش حاضر پایایی مقیاس از طریق ضریب آلفای کرونباخ برای میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی ۰/۹۲ و برای مقیاس نگرش به استفاده از شبکه‌های اجتماعی ۰/۸۹ برآورد گردید.

### ۲. پرسشنامه عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های

اجتماعی مجازی: این پرسشنامه دارای ۱۷ سؤال بوده و هدف آن ارزیابی عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (تنوع و گستردگی شبکه‌های اجتماعی، اعتماد داشتن به شبکه‌های اجتماعی، اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان) می‌باشد. نمره‌گذاری پرسشنامه به صورت طیف لیکرت ۵ درجه‌ای (بسیار موافقم (۵)، موافقم (۴)، نظری ندارم (۳)، مخالفم (۲)، کاملاً مخالفم (۱) می‌باشد. در پژوهش خدایاری، دانشور حسینی و سعیدی (۵) روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با استفاده از نظر اساتید و متخصصان به تأیید رسیده است. پایایی این پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای خرده مقیاس‌های تنوع و گستردگی شبکه‌های اجتماعی ۰/۷۵، اعتماد داشتن به شبکه‌های اجتماعی، ۰/۷۰، اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان، ۰/۷۷ بدست

1. Jha, Chitnis, & Chitnis

آمد. در پژوهش حاضر پایایی مقیاس از طریق ضریب آلفای کرونباخ برای خرده مقیاس‌های تنوع و گستردگی شبکه‌های اجتماعی ۰/۸۶، اعتماد داشتن به شبکه‌های اجتماعی، ۰/۸۱، اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان، ۰/۸۷ بدست آمد.



شکل ۱. مدل ساختاری عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با نقش میانجی نگرش به شبکه‌های اجتماعی

همچنین جهت نرمال بودن تک متغیری داده‌ها از شاخص‌های کجی و کشیدگی استفاده شد و همه متغیرهای پژوهش دارای قدر مطلق ضریب کجی کوچکتر از ۳ و قدر مطلق ضریب کشیدگی کوچکتر از ۱۰ بودند. همانطور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود ضریب همبستگی بین این متغیرها از طریق آزمون ضریب همبستگی پیرسون محاسبه و به ترتیب برای میزان استفاده از شبکه‌های مجازی با تنوع و گستردگی شبکه‌های اجتماعی، اعتماد داشتن به شبکه‌ها و اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان به ترتیب برابر با ۰/۲۱، ۰/۲۷ و ۰/۳۳ و برای نگرش در مورد استفاده از شبکه‌های مجازی با تنوع و گستردگی شبکه‌های اجتماعی، اعتماد داشتن به شبکه‌ها و اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان به ترتیب برابر با ۰/۲۹، ۰/۳۱ و ۰/۲۳ به دست آمده است، که نشان‌دهنده همبستگی بین متغیرها است.

#### یافته‌ها

جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزارهای SPSS و AMOS استفاده شد. میانگین سن پاسخگویان ۲۳/۳ با انحراف معیار ۴/۰۲ بود. میانه سن پاسخگویان ۲۲ سال است و نشان می‌دهد ۵۰ درصد از پاسخگویان حداکثر ۲۲ سال سن دارند. جدول ۱ میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. همانگونه که در جدول مشاهده می‌شود به ترتیب میانگین و انحراف استاندارد تنوع و گستردگی شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۱۲/۱۷، ۲/۲۹، اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۲۱/۴۸، ۲/۹۷، سهولت دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۲۵/۰۶، ۴/۹۴، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۴۱/۸۳، ۵/۶۲ و نگرش به شبکه‌های اجتماعی مجازی برابر با ۴۰/۲۰، ۶/۱۰ است.

جدول ۱. میانگین، انحراف استاندارد و شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین	کجی	کشیدگی
تنوع و گستردگی شبکه‌ها	۱۲/۱۷	۲/۲۹	۵	۲۴	-۰/۱۵۲	۲/۲۶۸
اعتماد به شبکه‌ها	۲۱/۴۸	۲/۹۷	۱۳	۳۱	-۰/۱۴۹	-۰/۷۳۵
سهولت دسترسی به شبکه‌ها	۲۵/۰۶	۴/۹۴	۷	۳۳	۱/۲۸۹	۳/۸۶۱
میزان استفاده از شبکه‌ها	۴۱/۸۳	۵/۶۲	۲۴	۵۹	-۰/۰۰۵	-۰/۹۸۴
نگرش به شبکه‌ها	۴۰/۲۰	۶/۱۰	۲۲	۵۴	-۰/۱۳۷	۱/۵۵۳

جدول ۲. ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵
تنوع و گستردگی شبکه‌ها	۱				
اعتماد به شبکه‌ها	۰/۲۴***	۱			
سهولت دسترسی به شبکه‌ها	۰/۱۸*	۰/۱۷*	۱		
میزان استفاده از شبکه‌ها	۰/۲۱*	۰/۲۱*	۰/۲۲*	۱	
نگرش به شبکه‌ها	۰/۲۹***	۰/۱۸*	۰/۲۳*	۰/۵۲***	۱

\*\*\* $\leq P/0.01$  \*\* $\leq P/0.05$  \* $\leq P/0.1$

عدم معنی داری، شاخص‌های برازندگی مورد بررسی و اصلاح قرار گرفت نتایج آن در جدول ۳ گزارش شده است. همان طور که ملاحظه می‌گردد، شاخص‌های برازش مدل در حد مطلوب بوده است.

پس از بررسی و اطمینان از وجود رابطه همبستگی بین ابعاد متغیرها، چیدمان و مدل متغیرها ترسیم و شاخص‌های برازش آنها مورد بررسی قرار گرفت. پس از حذف بعد اعتماد از پرسشنامه عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی به دلیل

جدول ۳. شاخص‌های برازش مدل عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های مجازی

شاخص	$X^2/df$	GFI	IFI	CFI	RMSEA	P CLOSE
مقدار	۱/۶۱	۰/۹۸	۰/۹۷	۰/۹۷	۰/۰۵	۰/۳۸

بر اساس نتایج حاصل از آزمون مدل پژوهش، اثرات مستقیم، غیر مستقیم و کل بدست آمده برای متغیرهای پژوهش در جدول ۴

جدول ۴. اثرات مستقیم، غیر مستقیم و کل متغیرهای پژوهش

مسیر	متغیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
عوامل مؤثر بر میزان استفاده از شبکه‌ها		۰/۱۵*	۰/۰۷**	۰/۲۲**
عوامل مؤثر بر نگرش به شبکه‌ها		۰/۱۴*	-	۰/۱۴*
نگرش به شبکه‌ها بر میزان استفاده از شبکه‌ها		۰/۵۰**	-	۰/۵۰**

\*\* $p < 0.01$  \* $p < 0.1$

پس از بررسی مسیرهای مستقیم و اثرات مستقیم، برای برآورد و تعیین معناداری مسیرهای غیرمستقیم از دستور بوت‌استرپ (با فاصله اطمینان ۹۵ درصد) در نرم‌افزار AMOS استفاده شد.

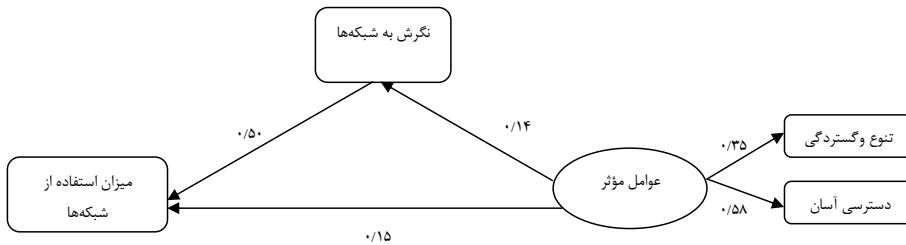
نتایج جدول ۴ حاکی از آن است که عوامل مؤثر بر میزان استفاده از شبکه‌ها ( $\beta = 0.15, p = 0.01$ )، عوامل مؤثر بر نگرش به شبکه‌ها ( $\beta = 0.14, p = 0.01$ )، نگرش به شبکه‌ها بر میزان استفاده از شبکه‌ها ( $\beta = 0.50, p = 0.01$ ) اثر مثبت و معنی دار دارد.

جدول ۵. برآورد مسیرهای غیرمستقیم مدل با استفاده از بوت استرپ

مسیر غیرمستقیم	مقدار	حد پائین	حد بالا	سطح معنی‌داری
عوامل مؤثر بر میزان استفاده از شبکه‌ها با واسطه‌گری نگرش	۰/۰۷	۰/۰۴	۰/۰۹	۰/۰۱

در شکل ۲، مدل ساختاری مورد آزمون و مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش که شامل ضرایب رگرسیون یا بارهای عاملی رابطه متغیرهای مکنون و مشاهده شده در نمونه مورد نظر آمده است.

جدول ۵ نشان می‌دهد که عوامل مؤثر بر استفاده از فضای مجازی ( $\beta = 0.07, p = 0.01$ ) با واسطه‌گری نگرش به صورت مثبت و غیر مستقیم میزان استفاده از فضای مجازی را پیش‌بینی می‌کند.



شکل ۲. مدل ساختاری آزمون شده پژوهش با ضرایب استاندارد

فرد باور دارد استفاده از یک فناوری خاص عملکرد کاری او را افزایش خواهد داد در حالی که سهولت ادراک شده به منزله میزان درک فرد از راحتی و سهولت استفاده از یک فناوری خاص تعریف می‌شود [۳۶].

یافته‌های حاصل از فرضیه اول پژوهش حاکی از رابطه معنادار بین عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (تنوع و گستردگی شبکه‌های اجتماعی مجازی و اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان) و میزان و نگرش در مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در دانشجویان دانشگاه فرهنگیان بود. همچنین ابعاد تنوع و گستردگی شبکه‌های اجتماعی مجازی و اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان پیش‌بینی‌کننده میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بودند. نتایج حاصل از این پژوهش با نتایج مطالعات و پژوهش‌های پیشین، اکبری‌تبار [۴۴]، پوری [۴۵] و رجبی [۴۶] همخوانی دارد. به طور خاص شبکه‌های اجتماعی مجازی با ویژگی‌های خود شکل جدیدی از رسانه را بنا نهاده‌اند که قابل بررسی با استفاده از نظریه استفاده و رضایتمندی است. این رویکرد به این فرضیه‌ها که افراد فعالانه در جهت انتخاب رسانه‌اند، استفاده از رسانه هدف محور بوده و گستره متنوعی از نیازها را برطرف می‌سازد، استوار است. نظریه استفاده و رضایتمندی فرض می‌کند که افراد از دلایلشان برای استفاده از رسانه و انتخاب محتوای خاص و اینکه از رسانه برای رفع نیازشان استفاده می‌کنند آگاهی دارند [۴۴]. این اساس تعامل مردم با رسانه‌ها اغلب می‌تواند از راه کاربرد و استفاده‌هایی که از رسانه می‌برند یا خشنودی و لذتی که به‌دست می‌آورند، توضیح داده شود. بر اساس این رویکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی نیازهای متنوع جوانان را مرتفع می‌سازند و کاربران بر اساس نوع نیاز خود به عضویت یکی از شبکه‌ها در آمده و فعالانه از خدمات آن بهره می‌گیرند. از این رو رویکرد استفاده و رضایتمندی می‌تواند تبیین‌کننده کنش‌های کاربران جوان در بستر تعاملات شبکه‌ای باشد. با توجه به نتایج پژوهش فرضیه دوم نیز تأیید شد. مؤلفه‌های اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان، تنوع و گستردگی شبکه‌های

در مجموع با توجه به نتایج تحلیل‌ها و بررسی اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای موجود در مدل می‌توان بیان کرد که عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌ها با واسطه‌گری نگرش نسبت به شبکه‌ها ( $R^2=0.30$ ) ۳۰ درصد از واریانس میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی را تبیین می‌کنند.

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف تدوین و آزمون مدلی برای تبیین عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی انجام شد و روابط متغیرهای عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با میانجیگری نگرش به شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت. تحلیل مدل با روش معادلات ساختاری نشان داد پس از چهار مرحله اصلاح روی مدل اولیه، برازش مناسبی برای مدل پیشنهادی حاصل گردید. نتایج پژوهش حاضر نشان داد عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی شامل تنوع و گستردگی شبکه‌های اجتماعی و اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان به طور مستقیم و نیز به طور غیرمستقیم با میانجی‌گری نگرش به شبکه‌های اجتماعی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی رابطه دارد.

این یافته همسو با نتایج پژوهش‌های محمودی و همکاران [۲۸]، تقوی‌نژاد و همکاران [۳۹] و انگوین و همکاران [۲۸] بود. این یافته با استفاده از مدل پذیرش فناوری که برای نخستین بار از سوی دیویس [۳۱] برای تبیین و پیش‌بینی استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی ارائه شده است [۳۲] قابل تبیین است. این مدل رابطه بین رفتار و نگرش در نظریه عمل منطقی ایزن و فیشرین (۳۳) را مبنا قرار داده و فرض می‌کند که قصد و رفتار افراد در استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی از طریق نگرش آنها نسبت به این فناوری‌ها تعیین می‌شود. همچنین مدل پذیرش فناوری استدلال می‌کند که خود متغیر نگرش نیز تحت تأثیر دو باور کلیدی شامل سودمندی ادراک شده و سهولت ادراک شده قرار دارد [۲۵] و [۳۶]. سودمندی ادراک شده درجه‌ای است که یک

### نتیجه‌گیری و پیشنهادات

در این مطالعه تلاش شد تا بر اساس یک مدل رایج و معتبر در حوزه بررسی رفتار پذیرش سیستم‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی یعنی مدل پذیرش فناوری، چارچوب مناسبی برای درک و تبیین عوامل تأثیرگذار بر رفتار دانشجویان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تدوین و ارائه شود. بر اساس نتایج این پژوهش استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر محدود به مواردی مانند ارسال تکالیف و فعالیت‌های کلاسی، دستیابی به آخرین اطلاعات و خبرها در خصوص مسائل درسی و اطلاع‌رسانی به سایر دانشجویان در زمینه‌های مختلف درسی بوده و سایر قابلیت‌ها و کاربردهای این شبکه‌ها به ویژه در زمینه‌هایی همچون امکان مشارکت در بحث‌های گروهی و پرسش و پاسخ پیرامون مسائل درسی و آموزشی، اطلاع‌یابی از ایده‌ها و فرصت‌های شغلی مرتبط با رشته و شرکت در ارزشیابی‌ها و آزمون‌های کلاسی، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. به عبارت دیگر، می‌توان نتیجه گرفت که در حال حاضر از تمامی ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان یک فناوری آموزشی نوین به درستی بهره گرفته نمی‌شود. همچنین با توجه به تأیید تمامی روابط فرضیه‌ای پیش‌بینی شده در مدل مفهومی پژوهش از یک سو و میزان واریانس مناسب تبیین شده در مدل از سوی دیگر می‌توان نتیجه گرفت که مدل پذیرش فناوری از اثربخشی و کارایی قابل قبولی در زمینه پیش‌بینی و تبیین رفتار و نگرش دانشجویان مورد مطالعه در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی برخوردار بوده به ویژه اینکه بر پایه مناسب بودن مقادیر شاخص‌های مختلف برازش مشخص شد که مدل تئوریک تدوین شده با واقعیت انطباق داشته و از طریق داده‌های میدانی پشتیبانی شد. با توجه به لزوم ادغام شبکه‌های اجتماعی مجازی در آموزش عالی و ضرورت درک و شناخت رفتار دانشجویان در استفاده از این شبکه‌ها، نتایج این مطالعه می‌تواند ضمن کمک به تقویت ادبیات علمی موجود در این زمینه، اطلاعات مفیدی را در راستای بهره‌گیری مناسب از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در اختیار برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران مرتبط قرار دهد. بر اساس یافته‌های به دست آمده از پژوهش پیشنهاداتی زیر ارائه می‌شود.

با توجه به اثر غیر مستقیم و معنی‌دار نگرش بر میزان استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی پیشنهاد می‌شود در هر یک از کلاس‌های درسی جلسه‌ای توجیهی درباره مزایا و لزوم استفاده از این شبکه‌ها در روند آموزش آن درس اختصاص یابد. برگزاری این جلسه توجیهی علاوه بر ایجاد اثر مثبت اولیه نسبت به اهمیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند با آشناسازی بیشتر دانشجویان با این شبکه‌ها تصویر ذهنی و نگرش مثبتی را در آنها

اجتماعی بر نگرش دانشجویان از شبکه‌ها تأثیر مثبتی داشته است. پیش از این در پژوهش سون و همکاران [۴۷] نیز سهولت استفاده ادراک شده بر نگرش کاربران و میزان استفاده تأثیر مثبتی داشته است. از نکات حائز اهمیت در شبکه‌های اجتماعی آنلاین این است که فضای آنها به گونه‌ای کاربر پسند توسعه و تکامل یافته است که این امر باعث سهولت استفاده از این شبکه‌های اجتماعی آنلاین در بین دانشجویان می‌شود و به راحتی می‌توانند با یکدیگر در تماس باشند و از طریق شبکه اطلاعات کسب کنند. تنوع و گستردگی شبکه‌های اجتماعی نیز به عنوان یک پدیده فناورانه اجتماعی دارای جوانب و کارکردهای متنوع و گسترده‌ای است است که دانشجویان می‌توانند به اطلاعات متنوعی دست پیدا کنند و قدرت انتخاب بیشتری داشته باشند.

در این پژوهش مؤلفه اعتماد داشتن به شبکه‌های اجتماعی بر نگرش و میزان استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی تأیید نشده است. در حالی که پیش از این در پژوهش راثونیار و همکاران [۴۸] و کوون و همکاران [۴۹] اعتماد بر قصد استفاده کاربران تأثیر مثبتی داشته است. علی‌رغم همه جذابیت‌های موجود در این فضا، دانشجویان برای مشارکت آزادانه و تعامل در فضای شبکه‌های اجتماعی آنلاین نیازمند یک محیط امن هستند. از این رو حفظ امنیت و حریم خصوصی افراد از حداقل پیش‌شرط‌های لازم در این خصوص است. در این راستا وجود سازمانی برای حمایت از حریم خصوصی افراد و رسیدگی به مسائل امنیتی ضروری به نظر می‌رسد.

همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد نگرش نسبت به شبکه‌های اجتماعی مجازی پیش‌بینی‌کننده مثبت میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی است. نتایج به دست آمده با مطالعات جها، چیتیمیس و چیتیمیس [۴۲] همسو می‌باشد. از اینرو، دانشجویانی که نگرش مثبت و گرایش زیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند، در عمل نیز زمان بیشتری را صرف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌کنند. مطابق با نظریه استفاده و خشنودی، درجه خشنودی و گرایش افراد نسبت به شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس نیازها و علایق آنان مشخص می‌شود و هر چقدر افراد بیشتر احساس کنند که محتوی شبکه‌های اجتماعی مجازی، نیازهای آنان را برآورده می‌کند، آنها زمان بیشتری را به آن اختصاص می‌دهند. به طور کلی می‌توان گفت که پیشرفت ابزارها و فناوری‌های اینترنت، شبکه‌های اجتماعی را از قالب یک ابزار تفریحی و روزمره تبدیل به ابزاری برای تعاملات متقابل کرده است.

نظارت و نگارش نهایی: صغری استوار.

### تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان، مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

### حامی مالی

هزینه تحقیق حاضر توسط معاونت پژوهشی دانشگاه فرهنگیان تامین شده است.

### تشکر و قدردانی

این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی با عنوان «بررسی ارتباط بین میزان و نگرش به استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و عوامل مؤثر بر آن در دانشجویان دانشگاه فرهنگیان استان فارس» است. از همکاری معاونت پژوهشی دانشگاه فرهنگیان تشکر و قدردانی می‌شود.

شکل دهد. با در نظر گرفتن اثر مثبت و معنی دار سهولت ادراک شده بر نگرش دانشجویان پیشنهاد می‌شود با برگزاری سمینارها و کارگاه های آموزشی نسبت به آموزش هدفمند و منسجم دانشجویان درباره نحوه استفاده کاربردی و حرفه‌ای از شبکه‌های اجتماعی مجازی و زمینه‌های مختلف استفاده از آنها در فعالیت‌های درسی و آموزشی اقدام شود. این پژوهش بر دانشجویان دانشگاه فرهنگیان تمرکز کرده است. پژوهشی وسیع‌تر در میان سایر دانشگاه‌های کشور با پاسخ‌دهندگان بیشتر و مقایسه نتایج می‌تواند به قابلیت تعمیم نتایج این تحقیق بیفزاید.

### ملاحظات اخلاقی پیروی از اصول اخلاق پژوهش

همکاری مشارکت‌کنندگان در تحقیق حاضر به صورت داوطلبانه و با رضایت آنان بوده است.

### مشارکت نویسندگان

طراحی و ایده‌پردازی: صغری استوار؛ روش‌شناسی و تحلیل داده‌ها: صغری استوار؛ رقیه قربانی، حسین افلاکی فرد؛ محبوبه فولادچنگ

Quarterly/21st year/number, 2013, 1(77): 167-192. <https://doi.org/10.22082/cr.2014.15309>. [In Persian]

- [6] McQuail, D. Audience knowledge: Translation: Montazer al-Qaim, M, Tehran: Office of Media Studies and Development, 4th edition, 2008.
- [7] Shawardi, T. Social capital in real and virtual social networks studied by female students of Tehran University, Social Development Quarterly, 2016, 30: 96-67. <https://doi.org/10.22055/qjsd.2017.12825>
- [8] Savoldi, F; Ferraz de Abreu. P. "Internet, Social Capital and e-inclusion in Post-conflict Belfast: Expectations of Community workers", Journal of urban Technology, 2014, 21(3): 49-66. <https://doi.org/10.1080/10630732.2014.940712>.
- [9] Mirzaei, H. Essays in science higher education and the Corona crisis in Iran. Tehran: Research Institute of Studies. Cultural and social studies, 2019. [In Persian]
- [10] Karimian, K, Parsamehr M., and Afshani, Seyed A. Sociological study of factors related to the tendency to virtual social networks: A case study of female high school students in
- [1] Kaousi, E., Kazemi, H. The role of social and political mobility of virtual social networks on the formation of the cultural dimension of social capital, Media Studies Quarterly, 2012, 8(22): 145-57. <https://sanad.iau.ir/Journal/mediastudies/Article/792167>. [In Persian].
- [2] Razavi, M. Gender differences in the effect of virtual social networks use on students' academic performance. Current Psychology 2021, 40: 744-750. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9991-7>. [In Persian]
- [3] Brophy, P. Measuring library performance: principles and techniques. Facet publishing, 2006.
- [4] Hejazi Moghari, E., Namdari, V., Ghasemi, M., Moghadamzadeh, A. Designing and building a measure and attitude tool to use social networks and investigating its relationship with academic performance. Research in school and virtual learning, fourth year, third issue (consecutive 15), 2015, 65-78. <https://civilica.com/doc/1852101>. [In Persian]
- [5] Khodayari, K., Daneshvar Hosseini, F., Saidi, H. The amount and type of use of virtual social networks. Communication Research

- Shahrekord. *Quarterly Journal of New Media Studies*, 2017, 3(10): 169-208.  
<https://doi.org/10.22054/cs.2017.17353.131>.  
 [In Persian]
- [11] Sunstein, C. R. *Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton: Princeton University Press. Google Scholar, 2018.
- [12] Fishbein, M., & Ajzen, L. Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research, *Philosophy and Rhetoric*, 1975, 10(2): 130-132.
- [13] Kwon, S. J., Park, E., & Kim, K. J. What drives successful social networking services? A comparative analysis of user acceptance of Facebook and Twitter. *The Social Science Journal*, 2014, 51(4): 534-544.
- [14] Wei, H.-L., Lin, K.-Y., Lu, H.-P., & Chuang, I.-H. Understanding the Intentions of Users to "Stick" to Social Networking Sites: A Case Study in Taiwan. *Behaviour & Information Technology* (just-accepted), 2014, 34(2): 1-45.
- [15] Chang, W., and Heo, J. Visiting theories that predict college students' self-disclosure on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 2014, 30: 79-86.
- [16] Asiedu, K., and Badu, E. Motivating issues affecting students' use of social media sites in Ghanaian tertiary institutions. *Library Hi Tech*, 2018, 36(1): 167-179.
- [17] Ha, L., Joa, Y., Gabay, I., and Kim, K. Does college students' social media use affect school e-mail avoidance and campus involvement? *Internet Research*, 2018, 28(1): 213-231.
- [18] Moghavvemi, S., Paramanathan, T., Rahin, M., and Sharabati, M. Student's perceptions towards using e-learning via Facebook. *Behaviour and Information Technology*, 2017, 36(10): 1081-1100.
- [19] Nawi, C., Al Mamun, A., Nasir, M., Shokery, B., Raston, A., and Fazal, A. Acceptance and usage of social media as a platform among student entrepreneurs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2017, 24(2): 375-393.
- [20] Cheung, K., Chiu, Y., and Lee, O. Online social networks: Why do students use Facebook? *Computers in Human Behavior*, 2011, 27(4): 1337-1343.
- [21] McQuail, D. *An introduction to mass communication theory*. Translation: P., Ajlali. Tehran: Media Studies and Research Center, 2009.
- [22] Olson, J., Signeiser, B., Vindal, S. *Application of communication theories*. Translation: Dehghan. A.Tehran: Sociologists, 2017.
- [23] Masrom, M., Busalim, A., Abuhassna, H., and Mahmood, N. Understanding students' behavior in online social networks: A systematic literature review. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 2021, 18: 1-27.
- [24] Qiao, X., and Zhu, Y. A review of theory and research based on uses and gratifications in HCI. Paper presented at the advances in computer science, environment, ecoinformatics, and education. 2011 August 21-22, Wuhan, China.
- [25] Spanò, R., and Ferri, L. *Information systems in healthcare: Current issues and future trends*. UK: Cambridge Scholar Publishing, 2020.
- [26] Teo, T., Doleck, T., and Bazelais, P. The role of attachment in Facebook usage: A study of Canadian college students. *Interactive Learning Environments*, 2018, 26(2): 256-272.
- [27] Alduaij, M. Employing the technology acceptance model to explore the trends of social media adoption and its effect on perceived usefulness and perceived ease of use. *Journal of Information Technology Management*, 2019, 11(2): 129-143.
- [28] Nguyen, P., Do, Y., and Wu, W. Technology acceptance model and factors affecting acceptance of social media: An empirical study in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 2021, 8(6): 1091-1099.
- [29] Zaineldeen, S., Hongbo, L., Koffi, A., and Hassan, B. Technology acceptance model' concepts, contribution, limitation, and adoption in education. *Universal Journal of Educational Research*, 2020, 8(11): 5061-5071.
- [30] Weerasinghe, S., and Hindagolla, M. Technology acceptance model and social network sites (SNS): A selected review of



---

literature. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 2018, 67(3):142-153.

- [31] Davis, F. A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results. Ph.D. Dissertation. Massachusetts Institute of Technology, United States, 1986.
- [32] Dumpit, D., and Fernandez, C. Analysis of the use of social media in higher education institutions using the technology acceptance model. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 2017, 14(5): 1-16.
- [33] Ajzen, I., & Fishbein, M. *Understanding attitude and predicting social Behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall Publisher, 1980.
- [34] Davis, F., Bagozzi, R., and Warshaw, P. Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 1992, 22: 1111-1132.
- [35] Venkatesh, V., and Davis, F. A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 2000, 46(2): 186-204.
- [36] Davis, F. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 1989, 13(3): 319-340.
- [37] Venkatesh, V., and Bala, H. Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 2008, 39(2): 273-315.
- [38] Mahmodi, M., Masoomifard, M., and Mohammadi, M. Factors affecting the instructional application of virtual social networks in higher education. *Interdisciplinary Journal of Virtual Learning in Medical Sciences*, 2020, 11(3): 180-190.
- [39] Taghavinezhad, S. Z., Nazari, F., and Bigdeli, Z. Review of factors effecting social networks acceptance among graduate students at Islamic Azad university of Ahvaz. *Indian Journal of Science and Technology*, 2015, 8(21): 1-9.
- [40] Dixit, R., and Prakash, G. Intentions to use social networking sites (SNS) using technology acceptance model (TAM): An empirical study. *Paradigm*, 2018, 22(1): 65-79.
- [41] Kharraei Masuleh, S. Examining the amount and type of students' use of social networks. A case study of postgraduate students of Islamic Azad University, South Tehran branch. Master's thesis in the field of social communication sciences, 2016. [In Persian]
- [42] Jha, S., Chitnis, A., & Chitnis, R. Understanding Behavior Pattern of College Students towards Social Networking Sites in India. *Indian Journal of Computer Science*, 2019, 4(1): 16.  
DOI: 10.17010/ijcs/2019/v4/i1/142415.
- [43] Noguti, V., Singh, S., & Waller, D. S. Gender Differences in Motivations to Use Social Networking Sites. In R. English & R. Johns (Eds.), *Gender Considerations in Online Consumption Behavior and Internet Use*, 2016, 32-49. IGI Global.  
DOI:10.4018/978-1-5225-0010-0.CH003.
- [44] Akbari Tabar, A. A., Investigating the analysis of virtual social networks. Master thesis. Tehran: Tarbiat Modares University, 2010. [In Persian]
- [45] Puri, A. Investigating the role and influence of Facebook on the formation of social networks from the point of view of specialists and experts in media affairs. Senior expert thesis. Tehran: Central Tehran Azad University, 2010. [In Persian]
- [46] Rajabi, Z. A review of the political attitudes of Iranian users in virtual social networks, a case study of Facebook. Senior thesis. Tehran: Alameha Tabatabai University, 2008. [In Persian]
- [47] Sun, Y., Liu, L., Peng, X., Dong, Y., & Barnes, S. J. Understanding Chinese users continuance intention toward online social networks: an integrative theoretical model. *Electronic Markets*, 2014, 24(1): 57-66.
- [48] Rauniar, R., Rawski, G., Yang, J., & Johnson, B. Technology acceptance model (TAM) and social media usage: an empirical study on Facebook. *Journal of Enterprise Information Management*, 2014, 27(1): 6-30.
- [49] Kwon, S. J., Park, E., & Kim, K. J. What drives successful social networking services? A

---

comparative analysis of user acceptance of  
Face- book and Twitter. The Social Science  
Journal, 2014, 51(4): 534-544.