

میزان استفاده رسانه‌های اجتماعی میان دانشجویان پوهنتون البیرونی

پوهنمل احمد جاهد مشتاق ۱

پوهنمل دکتر عبدالقهار سروری ۲

چکیده

رسانه‌های اجتماعی رشد سریع جهانی در میان نسل جوان داشته اند. علاقمندی دانشجویان هم به این رسانه‌ها در حال افزایش بوده، تا جایی که اکثریت آن‌ها به استفاده از رسانه‌های اجتماعی مبادرت می‌ورزند. رسانه‌های اجتماعی بستر مناسبی برای تبادل اطلاعات و آگاهی‌ها برای مخاطبان پنداشته می‌شوند؛ مردم می‌توانند از این طریق با همدیگر در ارتباط بوده، خبر یا نظری را شریک ساخته یا از اطلاعات دیگران مطلع شده و به آن عکس‌العمل نشان دهند. به همین لحاظ این پژوهش به راه انداخته شده است تا میزان استفاده رسانه‌های اجتماعی میان دانشجویان پوهنتون البیرونی را به بررسی بگیرد. جهت جمع‌آوری اطلاعات از روش کمی تحقیق استفاده به عمل آمده است. در مجموع ۳۷۱ پرسشنامه میان دانشجویان فاکولته‌های نُه‌گانه پوهنتون البیرونی مانند طب، انجینری، حقوق، ژورنالیزم، شرعیات، زبان و ادبیات، اقتصاد، تعلیم و تربیه و زراعت جهت گردآوری داده‌ها توزیع شده‌اند. هم‌چنان به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده از بسته احصایی برای علوم اجتماعی (SPSS) استفاده به عمل آمده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد

که رسانه‌های اجتماعی جایگاه خوبی میان دانشجویان پوهنتون البیرونی داشته‌اند. چنانچه اکثریت دانشجویان به استفاده از رسانه‌های اجتماعی مبادرت می‌ورزند. از میان رسانه‌های اجتماعی، فیسبوک^۱ پر طرفدارترین رسانه پدیدار گردیده است. دانشجویان هم‌چنان در حدود ۳۰ دقیقه الی یک ساعت را روزانه در استفاده از رسانه‌های اجتماعی سپری می‌کنند.

واژگان کلیدی: رسانه‌های اجتماعی، فضای مجازی، دانشجویان، ارتباطات

۱ - استاد بخش مطبوعات دانشکده ژورنالیزم دانشگاه البیرونی: نویسنده

۲ - استاد بخش مطبوعات دانشکده ژورنالیزم دانشگاه البیرونی: تقریظ دهنده

مقدمه

قرن ۲۰ عصر رسانه‌های جمعی مثل روزنامه، رادیو، تلویزیون و سینما شناخته شده است (کوثری، ۱۳۸۷). درحالی‌که قرن کنونی مشهور به عصر اطلاعات و ارتباطات می‌باشد. در این قرن، فناوری‌های جدید سراسر زندگی انسان‌ها را فراگرفته‌اند. انسان‌های معاصر، از تکنالوژی در بخش‌های مختلف علوم مثل طبابت مهندسی حقوق، اقتصاد، سیاست و... استفاده اعظمی می‌نمایند. در این میان، علوم ارتباطات و رسانه‌ها نیز همگام با تکنالوژی در حرکت بوده‌اند. در علوم اجتماعی، به ویژه روزنامه‌نگاری ما نیز شاهد تاثیرات چشمگیر آن بوده ایم. چنانچه الوندی (۱۳۹۴) گفته که امروزه، روزنامه‌گاری با اینترنت پیوند یافته است. تحریریه‌های پر جوش و خروش به اتاقی با چند فرد در عقب مانیتورهای کمپیوتر تغییر وضعیت داده‌اند. روزنامه‌نگاران منابع خود را نه تنها از ارتباط‌های خاص در دفاتر دولتی و منابع قابل اعتماد اختصاصی شان، که علاوه بر آن از رسانه‌های اجتماعی می‌گیرند. شبکه‌های اجتماعی از دوست یابی به ساختارهایی برای گردش اخبار و اطلاعات ارتقا یافته‌اند. یک خبر به رشته تحریر در می‌آید و وقتی نشر شد، دنبال کردن جریان‌های ناشی از آن حتی برای نویسنده نیز غیرممکن است. هزاران

بار خوانده می شود، چندین بار به اشتراک گذاشته می شود. هربار نظر داده می شود و «لایک هایی زده می شود»؛ همه چیز در اختیار شهروندان است. در مورد خبر می نویسند و نظر می دهند.

پژوهش کنونی مهم بوده و نتایج جالب و مفیدی را در پی دارد، زیرا در افغانستان وبه خصوص پوهنتون البيروني تحقیقی بکر پیرامون میزان استفاده رسانه های اجتماعی میان دانشجویان می باشد. اگرچه تحقیقات زیادی در رابطه به میزان استفاده رسانه های اجتماعی میان دانشجویان در کشورهای بیرونی انجام یافته اند. چنانچه الامری^۱ (۲۰۱۹) در عربستان سعودی در رابطه به چگونگی استفاده رسانه های اجتماعی و پیشرفت تحصیلی دانشجویان تحقیق نموده است. دگل و اکیوگلو^۲ (۲۰۱۸) در ترکیه نقش رسانه های اجتماعی را در قسمت تقویت و یا عدم تقویت انگلیسی به مثابه زبان خارجی به بررسی گرفته اند. سودها و کفیتا^۳ (۲۰۱۶) تأثیرات رسانه های اجتماعی را بالای دانشجویان امریکایی مطالعه نموده اند. جها و دیگران^۴ (۲۰۱۶) در نیپال میزان استفاده و تأثیرات این رسانه ها را میان دانشجویان جستجو نموده اند. تحقیقات فوق درکشور های دیگر که از لحاظ محیطی، فرهنگی، آموزشی و مذهبی تفاوت های زیادی با افغانستان دارند صورت گرفته اند. به همین دلیل است که پژوهشگر تصمیم گرفته تا تحقیق خود را در ارتباط به میزان استفاده رسانه های اجتماعی میان دانشجویان پوهنتون البيروني انجام بدهد.

۱.۲ مسأله تحقیق

رشد روزافزون و تأثیر بالقوه رسانه های اجتماعی بالای دانشجویان باعث جلب توجه عده قابل ملاحظه ای پژوهشگران و نویسندگان شده است (سودها و کفیتا^۵، ۲۰۱۶). چنانچه دانشجویان بیشتر اوقات فراغت خویش را در استفاده این

- 1 - Alamri
- 2 - Daggol and Akcayoglu
- 3 - Sudha and Kavitha
- 4 - Jha et al.
- 5 - Sudha and Kavitha

گونه رسانه‌ها پُر می‌نمایند. در افغانستان نیز کاربران آن رو به افزایش بوده و در میان دانشجویان و بخصوص جامعه اکادمیک رونق یافته است. اما به احتمال زیاد تا اکنون کدام تحقیق علمی در مورد استفاده از رسانه‌های اجتماعی به خصوص میان دانشجویان پوهنتون البیرونی انجام نشده است. بناً این تحقیق به راه انداخته شده است تا به شکل علمی میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی میان دانشجویان را دریافت نماید.

۱.۳ هدف تحقیق

بررسی میزان استفاده رسانه‌های اجتماعی میان دانشجویان.

۱.۴ پرسش تحقیق

میزان استفاده رسانه‌های اجتماعی میان دانشجویان پوهنتون البیرونی چگونه است؟

۱.۶ اهمیت تحقیق

رسانه‌های اجتماعی امروزه جز لاینفک زندگی دانشجویان در بخش‌های مختلفی همچون تحصیلی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و تفریحی شده‌اند. این پژوهش منعیث یک منبع معتبر علمی این امکان را برای محققین و دانشجویان فراهم خواهد ساخت تا میزان استفاده رسانه‌های اجتماعی را بدانند و از آن در کارها یا آثار علمی خویش استفاده نمایند.

۱.۷ محدودیت تحقیق

این پژوهش محدود شده به بررسی میزان استفاده رسانه‌های اجتماعی میان دانشجویان پوهنتون البیرونی. یافته‌های این پژوهش برمی‌گردد به فاکولته‌های ۹ گانه پوهنتون البیرونی، نه سایر پوهنتون‌ها یا فاکولته‌های افغانستان. هم‌چنان قابل

ذکر است که هدف از رسانه های اجتماعی در این پژوهش عبارت اند از: فیسبوک^۱، یوتیوب^۲ و تویتر^۳ می باشند.

۲. مرور ادبیات

۱, ۲ میزان استفاده رسانه های اجتماعی میان دانشجویان

میزان استفاده رسانه های اجتماعی میان دانشجویان جهان به بالا ترین رقم گزارش داده شده است. چنانچه روزانه بیشتر از نود درصد دانشجویان به رسانه های اجتماعی سر می زنند. میلیون ها نفر همه روزه ویدیو کلیپ ها را در یوتیوب^۴ تماشا می کنند و در هر ساعت ویدیوهای بیشتری روی یوتیوب بارگذاری می شود. شبکه های اجتماعی در زندگی روزمره مردم بافت خورده اند و آن ها فیسبوک^۵، یوتیوب، تویتر^۶، لینکدین^۷ و دیگر ابزار آنلاین را استفاده می نمایند.

استفاده رسانه های اجتماعی تنها به افراد مسلکی و یا بزرگان مختص نمی شود، بلکه آن ها در نهادهای آموزشی توسط دانشجویان نیز مورد استفاده گسترده قرار می گیرند. افرادی وجود دارند که حتا قادر به نوشتن نام های شان نیستند اما می توانند دیگران را صرف با دیدن تصاویر شان و دسترسی کامل به انترنت و هم چنان بررسی مداوم رسانه های اجتماعی با استفاده از تلفون های هوشمند تشخیص داده و بشناسند با هم ارتباط برقرار نمایند (راووت همکاران^۸، ۲۰۱۶).

در تحقیقی که بالای یک هزار و صد نفر از کاربران شبکه های اجتماعی در ولایات

Facebook - ۱

Youtube - ۲

Twitter - ۳

Youtube - ۴

Facebook - ۵

Twitter - ۶

linkedIn - ۷

.Raut et al - ۸

کابل، بلخ، بدخشان، بغلان، کندز، تخار و سمنگان توسط اداره همکاری‌های آلمان و شرکت خدمات مشورتی «ای.تی.آر» به منظور پی بردن به تاثیرات شبکه‌های اجتماعی بر ارتباطات امروزی مردم افغانستان صورت گرفته است نشان می‌دهد که کاربران شبکه‌های اجتماعی از جمله فیسبوک، تویتر، گوگل پلاس^۱ و یوتیوب در افغانستان روبه افزایش هستند.

براساس اعلامیه ای که توسط اداره همکاری‌های آلمان منتشر شده، کاربران شبکه‌های اجتماعی گفته اند که فیسبوک، تویتر و یوتیوب، از جمله شبکه‌های اجتماعی اند که زمینه آگاهی‌های بیشتر و بهتر را برای شهروندان فراهم می‌کنند. این کاربران معتقد اند که شبکه‌های اجتماعی زمینه‌های پاسخگویی را میان سیاستمداران و نهادهای وابسته به آن‌ها بیشتر مساعد می‌سازند. در این تحقیق که برخی از سیاستمداران نیز شرکت داشته گفته‌اند که شبکه‌های اجتماعی دسترسی مقام‌های دولتی به مردم را آسان‌تر می‌سازند. بیشتر مصاحبه‌شوندگان به مبارزات انتخابات ریاست جمهوری اشاره کرده و گفته‌اند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی در برقرار ارتباطات میان مردم، نوعی «عوامل تغیر» در فرهنگ افغانستان به شمار می‌رود (روی، ۱۳۹۳).

خدایاری، حسینی و حمیدی (۱۳۹۳) تحقیقی را تحت عنوان میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی میان دانشجویان در ایران انجام داده اند. یافته‌های تحقیق ایشان نشان می‌دهد که ۵۵,۵ درصد دانشجویان استفاده اندکی از شبکه‌های اجتماعی دارند؛ میزان استفاده ۳۱,۶ درصد متوسط است و ۱۳,۱ درصد دیگر از این شبکه‌ها زیاد استفاده می‌کنند. ایشان هم‌چنان یاد آور شده اند که از میان انواع مختلف رسانه‌های اجتماعی اکثریت دانشجویان از فیسبوک استفاده می‌کنند.

نتایج تحقیق دیگری که در بین اعضای فاکولته و دانشجوین در امریکا انجام یافته است نشان داد که دانشجوین نسبت به اعضای فاکولته علاقمندی بیشتر به استفاده

رسانه‌های اجتماعی به‌خصوص فیسبوک دارند. اشتراک کنندگان هم‌چنان تمایل بیشتر به استفاده فیسبوک و تکنالوژی‌های مشابه به‌خاطرحمایه کارهای صنوف درسی ایشان داشتند. در حالیکه اعضای فاکولته علاقمند استفاده از ایمیل بودند. مطالعه مذکور علاوه نمود که اکثر اعضای فاکولته و دانشجویان ۱-۵ مرتبه در روز از صفحه فیسبوک ایشان دیدار به عمل می‌آوردند (روبلیر و دیگران^۱، ۲۰۱۰). در پژوهش دیگر، وانگ و دیگران^۲ (۲۰۱۱) دریافتند که دانشجویان بیشتر اوقات ایشان را در استفاده رسانه‌های اجتماعی سپر می‌نمایند. که ۴۵ فیصد دانشجویان ۶-۸ ساعت را در روز جهت استفاده رسانه‌های اجتماعی سپری می‌نمودند. در حالیکه ۲۵ فیصد آن‌ها بیشتر از ۸ ساعت را جهت استفاده رسانه‌های اجتماعی می‌گذراندند.

هم‌چنان، جها و دیگران^۳ (۲۰۱۶) در مطالعه ایشان در کشور نیپال دریافتند که دانشجویان بیشتر از رسانه اجتماعی فیسبوک استفاده می‌نمایند. آن‌ها این رسانه را بخاطر این‌که با خانواده و دوستان شان در تماس باشند استفاده می‌نمایند. در حالی‌که الامری^۴ (۲۰۱۹) در تحقیقی میان دانشجویان در عربستان سعودی دریافتند که دانشجویان کمتر به فیسبوک^۵ و لینکدن^۶ علاقمند هستند در حالیکه آن‌ها بیشتر به رسانه‌های مثل واتس‌آپ^۷ و تویتر^۸ استفاده می‌نمودند.

.Roblyer et al	۱
.Wang et al	۲
.Jha et al	۳
Alamri	۴
Facebook	۵
LinkedIn	۶
WhatsApp	۷
Twitter	۸

۳. روش تحقیق

۱.۳ طرح تحقیق

در این پژوهش، به خاطر جمع آوری اطلاعات از روش کمی استفاده به عمل آمده است. در روش کمی داده‌ها معمولاً از طریق پرسشنامه جمع آوری می‌شوند، و این یک روش عمده و ابتدایی برای این پژوهش نیز می‌باشد. به خاطریکه در روش کمی، پژوهشگر انواع مختلف داده‌های عددی را جمع آوری، ترجمه و تحلیل می‌نماید. علاوه بر آن، روش کمی داده‌های فراوانی را از پاسخ دهندگان برای پژوهشگر ارایه می‌دارد (تدلی و تشکری، ۲۰۰۹).

۲،۳ جمعیت و نمونه گیری

جمعیت این پژوهش عبارت از دانشجویان فاکولته‌های ۹ گانه پوهنتون البیرونی می‌باشند. در انتخاب نمونه مورد نظر، پژوهشگر روش نمونه گیری تصادفی پژوهش را استفاده کرده است. به طور مشخص از جدول Morgan و Kerjcie (۱۹۷۰) به خاطر انتخاب نمونه مورد نظر استفاده صورت گرفته است؛ زیرا جدول مذکور یکی از روش‌های ساده و در عین متداول و پر استفاده میان محققین کشورهای مختلف می‌باشد. در جدول مذکور خاطر نشان ساخته شده است که اگر تعداد جمعیت ۷۰۰۰ نفر باشد بهترین نمونه مورد نظر عبارت از ۳۷۰ نفر می‌باشد. چون در پوهنتون البیرونی در حدود ۷۰۰۰ محصل مصروف تحصیل می‌باشند. پس در این تحقیق نیز ۳۷۱ نفر به شکل تصادفی از ۹ فاکولته انتخاب شده و پرسشنامه برای شان توزیع گردیده است.

۳،۳ شیوه‌های تجزیه داده‌ها

برای تحلیل داده‌ها، محقق از بسته آماری برای علوم اجتماعی یا SPSS^۲ استفاده

Teddlie and Tashkkori ۱
Statistical Package for Social Scinece ۲

کرده است. بخصوص از گزینه آزمون تشریحی (Descriptive test) و مقایسه واریانس یک نمونه ای (ANOVA) نرم افزار SPSS استفاده شده است.

۴. نتایج تحقیق

۱.۴ معرفی پاسخ دهندگان

۱.۱.۴ سن های دانشجویان

جدول ۱، ۴ نشان می دهد که سن ۱۸۷ تن (۴، ۵۰٪) دانشجویان بین ۱۸ الی ۲۰ قرار دارد. درضمن ۱۶۹ تن (۶، ۴۵٪) آن ها ۲۱ الی ۲۵ ساله می باشند. بزرگترین گروه سنی که در این پژوهش اشتراک کرده اند عبارت از آن های که بین سنین ۱۸-۲۰ قرار دارند. و کوچکترین گروه پاسخ دهندگان ۱۵ تن (۰، ۴٪)، که سن های ایشان از ۲۵ به بالا می رسد می باشند.

جدول ۱.۴: سن های دانشجویان

سن	فراوانی	درصد
۲۰-۱۸	۱۸۷	۵۰,۴
۲۵-۲۱	۱۶۹	۴۵,۶
از ۲۵ به بالا	۱۵	۴,۰
مجموعه	۳۷۱	۱۰۰

۲، ۱، ۴ جنسیت دانشجویان

جدول ۲، ۴ تعداد پسران و دخترانی که در این پژوهش سهم گرفته اند را نشان می دهد. از مجموعه ۳۷۱ دانشجویانی که در این پژوهش اشتراک ورزیده بودند، ۲۳۶ تن (۶، ۶۳٪) آن ها را پسران و باقی ۱۳۵ تن (۴، ۳۶٪) آن ها را دختران تشکیل می دهند.

جدول ۲.۴: جنسیت دانشجویان

جنسیت	فراوانی	درصد
پسر	۲۳۶	۶۳,۶
دختر	۱۳۵	۳۶,۴
مجموعه	۳۷۱	۱۰۰

۳, ۱, ۴ سال‌های تحصیلی دانشجویان

قسمی که در جدول ۳, ۴ مشاهده می‌شود از میان ۳۷۱ تن دانشجویان، ۱۱۵ تن (۳۱,۰٪) آن‌ها مربوط به صنف اول می‌باشند. درعین زمان ۱۱۴ نفر (۳۰,۷٪) ایشان صنف چهارم می‌باشند. هشتاد و هفت تن دانشجویان (۲۳,۵٪) مربوط صنف سوم می‌باشند و بقیه ۵۵ (۱۴,۸٪) دانشجویان مربوط صنف دوم می‌باشند. بنابراین، تعداد زیاد اشتراک کنندگان این پژوهش از صنف اول و کمترین آن‌ها از صنف دوم می‌باشند.

جدول ۳, ۴: سال‌های تحصیلی دانشجویان

سال‌های تحصیلی	فراوانی	درصد
صنف اول	۱۱۵	۳۱,۰
صنف دوم	۵۵	۱۴,۸
صنف سوم	۸۷	۲۳,۵
صنف چهارم	۱۱۴	۳۰,۷
مجموعه	۳۷۱	۱۰۰

۲, ۴ پرسش‌ها و نتایج تحقیق

داده‌های جمع‌آوری شده با توجه به سوال‌های تحقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. جهت دریافت میزان استفاده رسانه‌های اجتماعی میان دانشجویان، سوال تحقیق زیر شکل گرفته است:

پرسش تحقیق ۱: میزان استفاده رسانه‌های اجتماعی میان دانشجویان پوهنتون البیرونی چگونه است؟

از دانشجویان پوهنتون البیرونی پرسیده شد که آیا از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌نمایند، اکثریت قابل ملاحظه (۸۹,۸٪) آنان پاسخ دادند که بلی از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌نمایند، در حالیکه در حدود ده فیصد (۱۰,۲٪) ایشان از رسانه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کردند. هم‌چنان از میان رسانه‌های اجتماعی، تعداد کثیری (۷۷,۹٪) دانشجویان پوهنتون البیرونی از فیسبوک^۱ استفاده می‌نمایند، در عین زمان کمتر از ده فیصد (۹,۲٪) ایشان از دیگر شبکه‌های اجتماعی مثل وبلاگ^۲، ایمو^۳، واتس‌آپ^۴، وایبر و تلگرام^۵ استفاده می‌نمایند. در حالی که حدود (۸,۹٪) از یوتیوب^۶ استفاده می‌کنند و صرف چهار درصد ایشان از تویتر^۷ استفاده می‌نمودند.

از سوی دیگر، اکثریت (۶۰,۶٪) آن‌ها از ۳۰ دقیقه الی یک ساعت را روزانه صرف استفاده رسانه‌های اجتماعی می‌نمایند. هفده فیصد آن‌ها یک الی دو ساعت را روزانه در استفاده رسانه‌های اجتماعی سپری می‌نمایند و صرف (۲,۲) درصد آن‌ها بیشتر از چهار ساعت را صرف استفاده این گونه رسانه‌ها می‌نمایند. هم‌چنان، دانشجویان بیشتر به موضوعات آموزشی علاقمند بوده اند.

Facebook	۱
Weblog	۲
imo	۳
Viber	۴
Telegram	۵
Yotube	۶
Twitter	۷

جدول ۴، ۴: میزان استفاده دانشجویان از رسانه‌های اجتماعی

درصد	فراوانی	
		آیا از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌نمایید
۸۹,۸	۳۳۳	بلی
۱۰,۲	۳۸	خیر
۱۰۰	۳۷۱	مجموعه
		کدام یک از رسانه‌های اجتماعی را بیشتر استفاده می‌نمایید
۷۷,۹	۲۸۹	فیسبوک
۸,۹	۳۳	یوتیوب
۴,۰	۱۵	تویتر
۹,۲	۳۴	دیگران
۱۰۰	۳۷۱	مجموعه
		مدت زمانی که در یک روز صرف خواندن روزنامه می‌شود
۱۲,۷	۴۷	نخیر من هرگز از رسانه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کنم.
۶۰,۶	۲۲۵	از ۳۰ دقیقه الی یک ساعت
۱۷,۰	۶۳	از یک الی ۲ ساعت
۵,۹	۲۲	از ۲ الی ۳ ساعت
۱,۶	۶	از ۳ الی ۴ ساعت
۲,۲	۸	بیشتر از ۴ ساعت
۱۰۰	۳۷۱	مجموعه

مناقشه

یافته‌های تحقیق نشان دادند که تعداد زیادی از دانشجویان پوهنتون البیرونی، به رسانه‌های اجتماعی علاقمند بوده و از آن‌ها استفاده می‌کنند. علاقمندی تعداد کثیری از دانشجویان به رسانه‌های اجتماعی مبین اهمیت و جایگاه این رسانه‌ها در

محیط اکادمیک تلقی می‌گردد. رسانه‌های اجتماعی با توجه به عمر اندکی که در کشور دارند توانسته اند علاقمندان زیادی را، به ویژه میان دانشجویان داشته باشند. رو آوری و استفاده تعداد کثیری از دانشجویان به رسانه‌های اجتماعی می‌تواند زنگ خطری به رسانه سنتی مثل روزنامه، رادیو و تلویزیون نیز باشد.

تمایل و علاقمندی بیشتر دانشجویان به رسانه‌های اجتماعی مشابه است با یافته‌های مشتاق (۱۳۹۵). وی در تحقیق اش در میان دانشجویان پوهنتون البیرونی دریافته که یکی از عوامل عمده‌ای که عادات روزنامه خوانی دانشجویان را متأثر می‌سازد عبارت از رشد رسانه‌های اجتماعی و علاقمندی بیشتر دانشجویان به آن‌ها می‌باشد. شاید دانشجویان جهت مرفوع ساختن نیازهای خبری، معلوماتی و تفریحی ایشان به رسانه‌های اجتماعی مراجعه کنند. قابل ذکر است که استفاده بیش از حد رسانه‌های اجتماعی توسط دانشجویان باعث خواهد شد که آن‌ها از خواندن روزنامه‌ها، کتب و دیگر فعالیت‌های آموزشی باز بمانند.

در پژوهش دیگری در کشور ایران، میزان استفاده رسانه‌های اجتماعی میان دانشجویان ایرانی متوسط و کمتر از دانشجویان افغانستان به ملاحظه رسیده است. خداپاری، حسینی و حمیدی (۱۳۹۳) تحقیقی را تحت عنوان میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی میان دانشجویان به راه انداخته اند. یافته‌های تحقیق ایشان نشان می‌دهد که ۵۵,۵ درصد دانشجویان ایرانی استفاده اندکی از شبکه‌های اجتماعی دارند؛ میزان استفاده ۳۱,۶ درصد متوسط است و ۱۳,۱ درصد دیگر از این شبکه‌ها زیاد استفاده می‌کنند. در حالی که در تحقیق کنونی نود درصد دانشجویان به رسانه‌های اجتماعی سر و کار داشتند.

هم‌چنان، در این تحقیق دریافت شد که از میان رسانه‌های اجتماعی، در حدود هشتاد و هشت درصد (۷۷,۹٪) دانشجویان از فیسبوک^۱ استفاده می‌نمودند. این یافته نشان دهنده این است که اکثریت دانشجویان به فیسبوک علاقمند بوده و از آن استفاده می‌نمایند. علاقمندی اکثریت دانشجویان به رسانه اجتماعی فیسبوک

شاید به خاطر شهرت و جایگاه آن در میان دانشجویان است که علاقمندی ایشان را جهت استفاده اش برانگیخته است. خدمات سریع و سهل فیسبوک نیز می‌تواند باعث جلب توجه دانشجویان شود. اگرچه در کشور های دیگر دانشجویان بیشتر علاقمندی به رسانه اجتماعی فیسبوک نشان داده اند اما در تحقیق الامری^۱ (۲۰۱۹) که در کشوری عربستان سعودی انجام یافته دانشجویان کمترین علاقه را به شبکه اجتماعی فیسبوک نشان دادند.

نتیجه گیری

در کل می‌توان گفت که رسانه‌های اجتماعی در سراسر جهان رشد قابل ملاحظه‌یی کرده اند و اکثریت مردم از آن‌ها استفاده می‌نمایند. هم‌چنان این رسانه‌ها در بین دانشجویان پوهنتون البیرونی نیز از محبوبیت خاصی برخوردار بوده اند. زیرا تعداد کثیری از دانشجویان به استفاده این رسانه‌ها در محیط اکادمیک می‌پردازند. گرچه استفاده بیش از دانشجویان از رسانه‌های اجتماعی مایه نگرانی بیان شده است اما دانشجویان بیشتر به موضوعات آموزشی در رسانه‌های اجتماعی تمایل داشته و این خوشبینی‌های زیادی را در مورد تأثیرات مثبت آن‌ها افزایش می‌دهد. میزان استفاده رسانه‌های اجتماعی میان دانشجویان بسیار زیاد بوده است. در میان رسانه‌های اجتماعی، فیسبوک مشهورترین و پر استفاده‌ترین رسانه پدیدار گشت؛ زیرا تعداد زیادی از دانشجویان از فیسبوک استفاده می‌نمودند. دانشجویان هم‌چنان روزانه از ۳۰ دقیقه الی یک ساعت را در استفاده رسانه‌های اجتماعی سپری می‌نمودند. علاقمندی تعداد زیادی از دانشجویان به رسانه‌های اجتماعی می‌تواند در قسمت بلند بردن سطح آگاهی آن‌ها در مورد اخبار و آگاهی‌ها و سایر موضوعات آموزشی، علمی، فرهنگی و تفریحی کمک شایانی نماید. آگاهی‌دهی در مورد استفاده بهینه رسانه‌های اجتماعی میان دانشجویان در صنوف درسی از

پوهنمل احمد جاهد مشتاق

طرف استادان می تواند نقش مثبتی را در استفاده بهتر این رسانه داشته باشد.

منابع

- اکبری تبار، علی اکبر و اسکندری پور، ابراهیم. (۱۳۹۲). رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی مجازی. تهران: مرکز توسعه و فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال.
- الوندی، پدرام. (۱۳۹۴). روزنامه‌نگاری شبکه‌ای. چاپ دوم. تهران: انتشارات ثانیه. مجموعه کتاب‌های نقطه.
- روی، ظفرشاه. (۱۳۹۳). تاثیر مثبت شبکه‌های اجتماعی بر شرایط کشور. برگرفته شده از وبسایت روزنامه هشت صبح <http://8am.af/1393/social-networking-afghanistan-/06/09/http://8am.af/1393/situation>
- خدایاری، گلثوم، حسینی، فاطمه دانشور، سعیدی، حمیدی. (۱۳۹۳). میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی دانشجویان پوهنتون آزاد مشهد). فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی / سال بیست و یکم / شماره ۱ (پیاپی ۷۷) بهاره ۱۳۹۳ / ۱۶۷-۱۹۲.
- کوثری، مسعود. (۱۳۸۷). رسانه‌های کوچک. نامه صادق، سال پانزدهم، شماره اول-بهار و تابستان، صص ۱۴۷-۱۶۷.