

عوامل مؤثر بر قصد استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام در فعالیت‌های آموزشی در بین دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد دکتر روح‌اله رضائی ✉، دکتر لیلا صفا*، منصوره ادیبی**

چکیده

امروزه، شبکه‌های اجتماعی و از آن جمله تلگرام، جزء جدایی‌ناپذیر زندگی بسیاری از دانشجویان شده‌اند و این در حالی است که استفاده دانشجویان از این شبکه‌ها در زمینه فعالیت‌های آموزشی و درسی بسیار ناچیز است. بر این اساس و با در نظر گرفتن اهمیت قصد رفتاری به عنوان قوی‌ترین متغیر پیش‌بینی‌کننده رفتار افراد، پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر قصد استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام در فعالیت‌های آموزشی در میان دانشجویان انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش را ۷۶۷ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد رشته‌های کشاورزی دانشگاه فردوسی مشهد تشکیل داده‌اند که ۱۹۶ نفر از آنان با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای، با انتساب متناسب انتخاب شده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که متغیرهای برداشت ذهنی از مفید بودن استفاده و همچنین برداشت ذهنی از جذابیت استفاده و نگرش اثر مثبت و معناداری بر قصد استفاده دانشجویان از شبکه اجتماعی تلگرام در فعالیت‌های آموزشی داشته‌اند.

کلید واژه‌ها: رسانه‌های اجتماعی، تلگرام، آموزش عالی، قصد استفاده

✉ نویسنده مسئول: دکترای ترویج و آموزش کشاورزی، دانشیار دانشگاه زنجان

Email: r_rezaei@znu.ac.ir

* دکترای ترویج و آموزش کشاورزی، استادیار دانشگاه زنجان ** کارشناس ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه زنجان

تاریخ دریافت: ۹۴/۱۱/۱۷ تجدید نظر: ۹۵/۴/۸ پذیرش نهایی: ۹۵/۶/۱۵

در دو دهه اخیر، افزایش پرشتابی در شمار افراد دارای دسترسی به اینترنت به‌وقوع پیوسته و دامنه برنامه‌های کاربردی اینترنت برای کارکردهای مختلف گسترده‌تر شده است (وانگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۵، ص ۱۲۰)، به گونه‌ای که استفاده جهانی از اینترنت و برنامه‌های کاربردی آن تمامی جنبه‌های زندگی انسان را از کسب‌وکار و آموزش گرفته تا فعالیت‌های اجتماعی تحت تأثیر قرار داده است (ایسیک^۲، ۲۰۱۳، ص ۲۱۲). یکی از این برنامه‌های کاربردی، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی هستند که به‌منزله نوعی اجتماع مجازی به کاربران اجازه می‌دهند تا با یکدیگر ارتباط برقرار کنند، در طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های اجتماعی یا تفریحی درگیر شوند و اطلاعات مورد نیاز یا دلخواه خود را به دست آورند (وانگ و همکاران، ۲۰۱۵، ص ۱۲۰). شبکه‌های اجتماعی، سایت‌های اجتماعی مجازی^۳ به شمار می‌روند که در آنها افرادی که از نظر زمانی و مکانی از یکدیگر جدا هستند، به راحتی می‌توانند علایقشان را با یکدیگر سهیم شوند و با سایر افراد به تبادل اطلاعات بپردازند (کو^۴ و همکاران، ۲۰۰۷، ص ۷۰). در میان شبکه‌های اجتماعی مختلف، یکی از جدیدترین‌ها، شبکه ارتباطی تلگرام است که از نظر جذب کاربر به سرعت در حال رشد و گسترش است؛ این شبکه که به صورت یک برنامه متن‌باز طراحی و ساخته شده، نخستین بار در سال ۲۰۱۳ میلادی به جمع شبکه‌های ارتباطی و اجتماعی راه یافت. داشتن برخی ویژگی‌های منحصربه‌فرد همچون راه‌های ارتباطی کامل‌تر، امکانات بهتر در گروه‌ها، امنیت بسیار بالا و حفظ حریم خصوصی کاربران، امکان ارسال فایل‌های مختلف با حجم زیاد و سرعت بالای ارسال و دریافت اطلاعات، سبب شد تا تلگرام به سرعت جای خود را به عنوان یک ابزار ارتباطی محبوب و قدرتمند در میان کاربران باز کند (اسماعیلی، ۱۳۹۴، صص ۷۴-۷۲). با توجه به مشخصه‌های یاد شده، هم‌اینک شبکه اجتماعی تلگرام به پرطرفدارترین شبکه

1. Wang 2. Isik 3. virtual social sites

4. Koh

فعالیت‌های آموزشی و درسی بسیار ناچیز است. در چنین شرایطی، برنامه‌ریزی به منظور شناساندن امکانات و قابلیت‌های تلگرام به عنوان یک شبکه اجتماعی مفید و تشویق دانشجویان به استفاده از آن در فعالیت‌های آموزشی، امری اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد و این موضوع در وهله نخست، از طریق انجام بررسی‌های علمی دقیق بویژه شناخت متغیرهای اثرگذار بر قصد استفاده از شبکه‌های اجتماعی امکان‌پذیر است تا بتوان به صورت هدفمند برای توسعه استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی برنامه‌ریزی کرد. با توجه به مطالب اشاره شده، هدف اصلی از پژوهش حاضر، بررسی عوامل مؤثر بر قصد استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام در فعالیت‌های آموزشی در میان دانشجویان بوده است.

چارچوب نظری کاربرد شبکه‌های اجتماعی در فعالیت‌های آموزشی

پیدایش و محبوبیت شبکه‌های اجتماعی در چند سال گذشته و برخورداری از ویژگی‌هایی مانند کم هزینه بودن تولید محتوا در آنها، سبک ارتباطی متمایز، فراهم کردن محیط مناسب برای تولید محتوا از سوی کاربر، حس مالکیت محتوا و چندرسانه‌ای بودن (مکی‌زاده، ۱۳۹۴، ص ۱۲۴) سبب شده است تا از نظر بسیاری از پژوهشگران و صاحب‌نظران، این شبکه‌ها برای استفاده در زمینه‌های آموزشی مناسب تشخیص داده شوند (حمید^۱ و همکاران، ۲۰۱۵ و سلوین^۲، ۲۰۱۲، ص ۱۰۱). این موضوع در برخی دانشگاه‌ها به طور جدی مورد توجه قرار گرفته و اقداماتی برای استفاده از این شبکه‌ها در فعالیت‌های تدریس و یادگیری آغاز شده است (حمید و همکاران، ۲۰۱۵، ص ۲).

شبکه‌های اجتماعی مانند تلگرام، از طریق پشتیبانی از تعامل، حمایت از ارائه و دریافت بازخورد؛ همچنین تقویت ارتباط بین افراد، به بهبود فرایند یادگیری و کسب مهارت‌های اساسی مانند تفکر انتقادی، خلاقیت و حل مسئله در فراگیران کمک می‌کنند (آریانی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۳۰). از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی

دانشجویان قادر به ساختن پروفایل، تسهیم اطلاعات، دیدن یادداشتهای دیگر دانشجویان و غیره هستند (جاوا^۱ و همکاران، ۲۰۰۷، ص ۲۵). این شبکه‌ها به استادان کمک می‌کنند تا ضمن دریافت اطلاعات مورد نیاز درباره دانشجویان، فرایند یادگیری فعال و اجتماعی آنان را به نحو مطلوب‌تری پشتیبانی کنند (ایسیک، ۲۰۱۳، ص ۲۱۵). دانشجویان از طریق تلگرام می‌توانند با یکدیگر و با استادان، به نحوی سریع ارتباط برقرار کنند و به یکدیگر در خصوص مسائل مختلف درسی و کلاسی به موقع اطلاع‌رسانی کنند. با استفاده از تلگرام دانشجویان می‌توانند علاوه بر انتقال مواد و فایل‌های درسی به سایر دانشجویان، تکالیف و فعالیت‌های کلاسی خود را به استادان، ارسال و از آنها بازخورد دریافت کنند (ساری مطلق^۲ و همکاران، ۲۰۱۶). به همین منوال، تلگرام امکانات مناسبی را برای معرفی موضوعات و منابع اطلاعاتی مرتبط با موضوع تدریس، در اختیار دانشجویان و استادان قرار می‌دهد و امکان دریافت اطلاعات جدید و مورد نیاز را بدون محدودیت برای اعضای گروه فراهم می‌آورد (چراغ ملایی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۳۷). همچنین، دانشجویان می‌توانند با طرح نظر خود در فضای عمومی شبکه و با کمک استادان در بحث‌های گروهی و پرسش و پاسخ پیرامون مسائل درسی و کلاسی شرکت کنند (اروین^۳ و همکاران، ۲۰۱۲، ص ۱۲۲۱). با تسهیل همکاری و انجام کار تیمی از طریق شبکه‌های اجتماعی، دانشجویان تعاملات رسمی و غیررسمی خود را با یکدیگر گسترش می‌دهند و ضمن کار کردن بر روی پروژه‌های درسی مشترک، آنها را برای استفاده، در اختیار دانشجویان دیگر قرار می‌دهند (حمید و همکاران، ۲۰۱۵، ص ۳). افزون بر این موارد، تصویرسازی محتوای درسی برای دانشجویان (ایسیک، ۲۰۱۳، ص ۲۱۴)، افزایش اعتماد به نفس، انگیزه و مهارت یادگیری دانشجویان، ارائه مواد درسی شخصی شده و مستقل شدن دانشجو در جریان یادگیری (راچمن^۴ و فیرپو^۵، ۲۰۱۱، ص ۴)، ایجاد فضایی برای کلاس مجازی به عنوان حمایت نوآورانه از فرایندهای آموزشی (میلوسویچ و همکاران، ۲۰۱۵)، کمک به استادان

1. Java 2. Sari-Motlagh 3. Irwin
4. Racthman 5. Firpo

برای انتخاب و استفاده از روش‌های تدریس مناسب بر اساس علایق دانشجویان، تقویت تفکر انتقادی و یادگیری پروژه محور تیمی (چراغ ملایی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۳۱)، از دیگر کاربردهای تلگرام در آموزش عالی به شمار می‌روند. در مجموع، با توجه به مطالب اشاره شده و زمینه‌های پرشمار کاربرد تلگرام در فعالیتهای آموزشی، همان‌طور که چراغ ملایی و همکاران (۱۳۹۳) تأکید دارند، استفاده از تلگرام در این حوزه می‌تواند منجر به توانمندسازی استادان و دانشجویان و در نتیجه بهبود سطح کیفیت یادگیری شود.

مدل بسط یافته پذیرش فناوری

با وجود اهمیت و مزایای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در فعالیتهای آموزشی، ارزش و پایداری استفاده از این شبکه‌ها به میزان قابل توجهی به مشارکت مداوم و قصد کاربران برای استفاده شخصی خود از این شبکه‌ها و توصیه استفاده از آن به دیگران بستگی دارد (چانگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۵، ص ۵۱). پریس^۲ (۲۰۰۱) با تأکید بر این نکته می‌افزاید، برخی از شبکه‌های اجتماعی در حفظ کاربران خود با ناکامی مواجه شده و به صورت شهر ارواح مجازی در آمده‌اند. از این رو، ضروری است تا به شناخت انگیزه‌ها و متغیرهای تأثیرگذار بر قصد استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی پرداخته شود (چانگ و همکاران، ۲۰۱۵، ص ۵۱). در این زمینه، پژوهشگران با استفاده از مدل‌های گوناگون پژوهش‌های پرشماری را برای شناخت عوامل مختلف اثرگذار بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی انجام داده‌اند که یکی از جامع‌ترین این مدل‌ها، مدل پذیرش فناوری^۳ است. در پژوهش حاضر نیز بر روی همین مدل تمرکز شده است.

مدل پذیرش فناوری را نخستین بار، دیویس^۴ (۱۹۸۹) برای تبیین و پیش‌بینی پذیرش فناوری اطلاعات ارائه کرد. مبنای این مدل، نظریه عمل مستدل^۵ فیش‌بین^۶ و آیزن^۷ (۱۹۷۵) بود که در آن فرض اصلی بر این است که افراد در شرایط مختلف به طور منطقی عمل می‌کنند؛ آنها تمامی اطلاعات قابل دسترس در مورد یک رفتار خاص

-
- | | | |
|-------------|------------------------------|--------------------------------|
| 1. Chang | 2. Preece | 3. technology acceptance model |
| 4. Davis | 5. theory of reasoned action | |
| 6. Fishbein | 7. Ajzen | |

را گردآوری و به شکل منظم ارزیابی می‌کند، همچنین، با در نظر گرفتن پیامدها و نتایج فعالیت‌ها، بر اساس استدلال خود تصمیم می‌گیرند که فعالیتی را انجام دهند یا انجام ندهند (پیکاراین^۱ و همکاران، ۲۰۰۴، ص ۲۲۶). این مدل فرض می‌کند که رفتار یک فرد از طریق قصد او برای انجام رفتار پیش‌بینی می‌شود و قصد رفتاری نیز تحت تأثیر دو عامل نگرش نسبت به نتایج رفتار و هنجارهای ذهنی قرار دارد. با توجه به برخی از ضعف‌های نظریه عمل مستدل، بویژه محدود بودن آن به پیش‌بینی رفتارهای ارادی و بی‌توجهی به نقش عوامل بیرونی، مدل پذیرش فناوری که شکل تغییر یافته‌ای از نظریه عمل مستدل است، برای پیش‌بینی پذیرش فناوری اطلاعات و ارتباطات با جایگزین کردن تعیین‌کننده‌ها یا متغیرهای اعتقاداتی نظریه عمل مستدل با دو مؤلفه کلیدی برداشت ذهنی از مفید بودن^۲ فناوری و برداشت ذهنی از سهولت استفاده^۳ از فناوری ارائه شد (رضایی، ۱۳۸۸، ص ۶۷). به عبارت دیگر، برخلاف نظریه عمل مستدل، مدل پذیرش فناوری از متغیر هنجار ذهنی به عنوان یکی از تعیین‌کننده‌های قصد رفتاری استفاده نکرده و به جای استفاده از فرمول پیش‌بینی باورها، تنها از دو باور برداشت ذهنی از مفید بودن و سهولت استفاده برای پیش‌بینی نگرش افراد نسبت به یک فناوری بهره برده است (طباطبایی‌نسب و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۹۰). در این نظریه، نگرش که به عنوان احساس مثبت یا منفی درباره انجام رفتار هدف تعریف شده است، حاصل ضرب باورهای نگرشی (احتمال ذهنی فرد درباره اینکه انجام رفتار هدف نتیجه I را در پی خواهد داشت) در ارزیابی آن پیامدها (پاسخ ارزیابانه روشن نسبت به نتیجه) است و به طور مستقیم بر روی قصد رفتاری افراد مؤثر واقع می‌شود (فیش‌بین و آیژن، ۱۹۷۵، ص ۲۱۶) در حالی که خود تحت تأثیر دو متغیر کلیدی برداشت ذهنی از مفید بودن و سهولت استفاده از فناوری قرار دارد (مون^۴ و کیم^۵، ۲۰۰۱، ص ۲۱۸). در این مدل، برداشت ذهنی از مفید بودن به درجه‌ای که شخص باور دارد استفاده از یک فناوری خاص موجب تسهیل انجام وظایف و کارهای او می‌شود، بستگی دارد. به

1. Pikkarainen

2. perceived usefulness

3. perceived ease of use

4. Moon

5. Kim

همین منوال، برداشت ذهنی از سهولت استفاده نیز به منزله میزان درک فرد از راحتی و سهولت استفاده از فناوری در نظر گرفته می‌شود که علاوه بر اثر مستقیم بر نگرش، می‌تواند برداشت ذهنی افراد را نیز در مورد مفید بودن استفاده از فناوری تحت تأثیر مستقیم خود قرار دهد. با وجود اهمیت مدل پذیرش فناوری به عنوان یکی از مهم‌ترین نظریه‌های ارائه شده در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، به موازات پیشرفت فناوری‌های اطلاعاتی جدید و به منظور تکمیل و تطبیق مدل پذیرش فناوری برای کاربرد در مورد این فناوری‌ها (طباطبایی‌نسب و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۹۱)، در پژوهش‌های بعدی، این مدل مورد بررسی بیشتری قرار گرفت و با اضافه شدن برخی متغیرها بسط داده شد؛ یکی از این متغیرهای اصلی، متغیر برداشت ذهنی از جذابیت^۱ فناوری بود که با توجه به ویژگی‌های فناوری‌های اطلاعاتی جدید همچون شبکه‌های اجتماعی برای افزایش شناخت از رفتار استفاده افراد به مدل اضافه شد. برداشت ذهنی از جذابیت فناوری به باور فرد در مورد اینکه کار کردن با یک فناوری تا چه اندازه انگیزه‌های درونی او را برآورده می‌کند یا برایش جذاب و سرگرم‌کننده است، اشاره دارد (مون و کیم، ۲۰۰۱، ص ۲۱۸). این متغیر ضمن اینکه خود تحت تأثیر برداشت ذهنی از سهولت استفاده از فناوری قرار دارد، به طور مستقیم بر روی نگرش و قصد رفتاری اثرگذار است (چانگ و همکاران، ۲۰۱۵، ص ۵۰).

پیشینه تجربی پژوهش

بدون تردید، مدل پذیرش فناوری یکی از برجسته‌ترین مدل‌های نظری ارائه شده در حوزه فناوری اطلاعات به شمار می‌رود که دارای قدرت تبیینی بالایی برای پیش‌بینی قصد استفاده کاربران از طیف گسترده‌ای از فناوری‌های اطلاعاتی است (دال^۲ و همکاران، ۱۹۹۸، ص ۸۴۴) و به همین دلیل، در سال‌های اخیر، در پژوهش‌های پرشماری به کار گرفته شده است. برای نمونه، دیویس و همکاران (۱۹۹۲) در پژوهشی با استفاده از مدل پذیرش فناوری نشان دادند که مفید بودن فناوری و لذت کار با آن،

1. perceived playfulness

2. Doll

هر دو بر قصد استفاده از فناوری اطلاعات تأثیرگذارند. به طور مشابه، نتایج پژوهش‌های دیگر گویای آن بود که نگرش، مفید بودن و سهولت استفاده از فناوری از عوامل تأثیرگذار بر قصد استفاده از فناوری‌ها و نظام‌های اطلاعاتی مختلف مانند فناوری‌های دورکاری (چنگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۵، ص ۱۷)، فناوری‌های همراه (سانچزپریتو^۲ و همکاران، ۲۰۱۶، ص ۵۱۹)، تلفن‌های هوشمند (ما^۳ و همکاران، ۲۰۱۶، ص ۶۲) و بویژه رسانه‌های اجتماعی در فعالیتهای تدریس و یادگیری (عبداله و وارد^۴، ۲۰۱۶؛ آکارلی^۵ و ساگلام^۶، ۲۰۱۶؛ چانگ و همکاران، ۲۰۱۵ و حمید و همکاران، ۲۰۱۵) هستند. همچنین، مون و کیم (۲۰۰۱) و چانگ و همکاران (۲۰۱۵) در مطالعات خود نشان دادند که افزون بر متغیرهای اشاره شده، متغیر برداشت ذهنی از جذابیت فناوری نیز دارای رابطه مثبت و معناداری با نگرش نسبت به فناوری و قصد استفاده از آن است و نگرش نسبت به فناوری بر قصد استفاده از آن تأثیر می‌گذارد.

مدل نظری پژوهش

در قالب هدف اصلی پژوهش؛ شامل بررسی عوامل مؤثر بر قصد استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام در فعالیتهای آموزشی در میان دانشجویان و بر مبنای مرور ادبیات نظری و تجربی انجام گرفته، مدل نظری پژوهش در شکل ۱ ترسیم شد. شایان ذکر است که به دلیل جامع بودن و استحکام تئوریک و آزمون در شرایط مکانی و زمانی مختلف پیرامون فناوری‌های گوناگون (چانگ و همکاران، ۲۰۱۵، ص ۴۸)، در این پژوهش از مدل بسط یافته پذیرش فناوری که از سوی مون و کیم (۲۰۰۱)، چانگ و همکاران (۲۰۱۵) ارائه شده، برای بررسی قصد استفاده از تلگرام استفاده شده است.

1. Cheng

2. Sanchez-Prieto

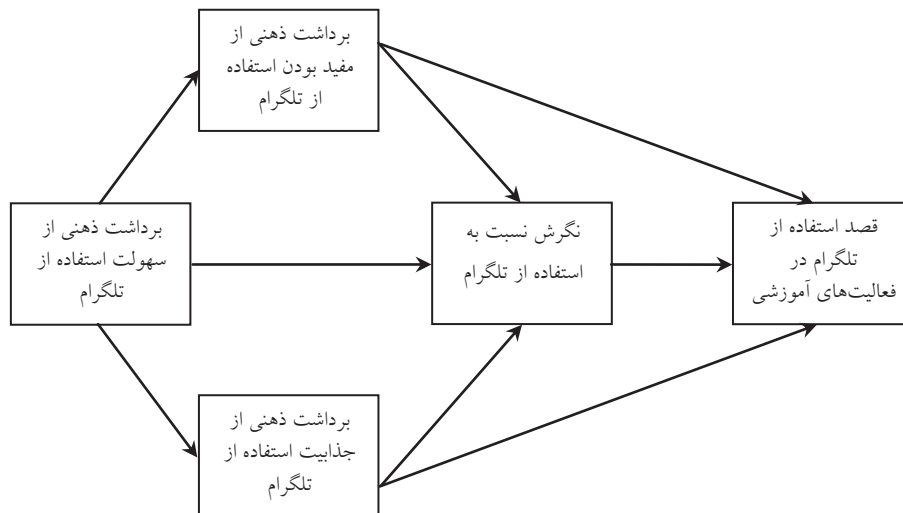
3. Ma

4. Ward

5. Acarli

6. Saglam

شکل ۱- مدل نظری پژوهش



بر مبنای مدل نظری پژوهش، مهم‌ترین فرضیه‌های پژوهش حاضر عبارت از:

فرضیه ۱: برداشت ذهنی از سهولت استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی، اثر مثبت و معناداری بر برداشت ذهنی از مفید بودن استفاده از آن دارد.

فرضیه ۲: برداشت ذهنی از سهولت استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی، اثر مثبت و معناداری بر برداشت ذهنی از جذابیت آن دارد.

فرضیه ۳: برداشت ذهنی از سهولت استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی، اثر مثبت و معناداری بر نگرش نسبت به استفاده از آن دارد.

فرضیه ۴: برداشت ذهنی از مفید بودن استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی، اثر مثبت و معناداری بر نگرش نسبت به استفاده از آن دارد.

فرضیه ۵: برداشت ذهنی از مفید بودن استفاده از تلگرام، اثر مثبت و معناداری بر قصد استفاده از آن در فعالیت‌های آموزشی دارد.

فرضیه ۶: برداشت ذهنی از جذابیت استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی، اثر مثبت و معناداری بر نگرش نسبت به استفاده از آن دارد.

عوامل مؤثر بر قصد استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام ... ❖ ۴۷

فرضیه ۷: برداشت ذهنی از جذابیت استفاده از تلگرام، اثر مثبت و معناداری بر قصد استفاده از آن در فعالیتهای آموزشی دارد.

فرضیه ۸: نگرش نسبت به استفاده از تلگرام، اثر مثبت و معناداری بر قصد استفاده از آن در فعالیتهای آموزشی دارد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ امکان کنترل متغیرها، غیرآزمایشی و توصیفی، از نظر روش گردآوری داده‌ها، میدانی و در نهایت، به لحاظ قابلیت تعمیم یافته‌ها، پیمایشی به شمار می‌رود. جامعه آماری این پژوهش را ۷۶۷ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد رشته‌های کشاورزی در دانشگاه فردوسی مشهد تشکیل می‌دهند که با استفاده از جدول بارتلت^۱ و همکاران (۲۰۰۱)، ۱۹۶ نفر از آنان به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. به گونه‌ای که ۱۰۹ نفر دانشجوی پسر و ۸۷ نفر دانشجوی دختر برای انجام تحقیق انتخاب شدند.

ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسشنامه بود که افزون بر بخش مشخصه‌های فردی، در بخش اصلی شامل پرسش‌هایی مرتبط با سنجش برداشت ذهنی از جذابیت استفاده از تلگرام (چهار پرسش)، برداشت ذهنی از مفید بودن استفاده از تلگرام (سه پرسش)، برداشت ذهنی از سهولت استفاده از تلگرام (چهار پرسش)، نگرش نسبت به استفاده از تلگرام (سه پرسش) و قصد استفاده از تلگرام در فعالیتهای آموزشی (سه پرسش) می‌شد و برای سنجش آنها از طیف لیکرت پنج سطحی (از کاملاً مخالف = ۱ تا کاملاً موافق = ۵) استفاده شد (جدول ۲). شایان ذکر است که برای استخراج پرسش‌های مرتبط با پنج بخش اصلی اشاره شده و تدوین پرسشنامه، ابتدا منابع مرتبط مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت، با توجه به ارتباط، سادگی و کاربردی بودن مقیاس استفاده شده در مطالعات چانگ و همکاران (۲۰۱۵) و همچنین میلسویچ و همکاران (۲۰۱۵)، از این مطالعات برای تدوین پرسشنامه استفاده

1. Bartlett

شد، به نحوی که پرسش‌های مرتبط با مؤلفه‌های برداشت ذهنی از جذابیت، برداشت ذهنی از مفید بودن، برداشت ذهنی از سهولت استفاده و قصد استفاده، از تحقیق چانگ و همکاران (۲۰۱۵) و مؤلفه نگرش نسبت به استفاده از تلگرام، از مطالعات چانگ و همکاران (۲۰۱۵) و میلو سویچ و همکاران (۲۰۱۵) استخراج شد. با توجه به اینکه محدوده موضوعی مطالعات اشاره شده، به صورت کلی و در برگیرنده شبکه‌های اجتماعی به صورت عام بودند، به منظور متناسب‌سازی پرسش‌ها با زمینه مورد پژوهش (یعنی استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام در فعالیت‌های آموزشی)، برخی تغییرات ضروری در گویه‌های پرسشنامه انجام گرفت. در مرحله بعد، به بررسی روایی منطقی پرسشنامه در قالب روایی ظاهری و محتوایی پرداخته شد، به نحوی که پرسشنامه اولیه، پس از تدوین در اختیار پنج نفر از کارشناسان و متخصصان در حوزه موضوع مورد پژوهش قرار گرفت و از نظر معیارهای مختلف روایی ظاهری اعم از رعایت دستور زبان، دقیق و مرتبط بودن پرسش‌ها و قرار گرفتن آنها در جای مناسب خود، استفاده از واژه‌های مناسب برای پرسش‌ها و واضح بودن معانی آنها، مناسب بودن مقیاس سنجش پرسش‌ها، جهت‌دار نبودن پرسش‌ها، ایجاد نکردن حساسیت در پاسخگویان، ساده بودن و امکان پاسخگویی آسان به آنها و نیز معیارهای مرتبط با روایی محتوایی؛ شامل کافی بودن کمیت و کیفیت پرسش‌ها و اندازه‌گیری جامع جنبه‌های اصلی مفاهیم مورد مطالعه (مهرگان و زالی، ۱۳۸۵، ص ۱۳)، بررسی شد و بر اساس نظر آنان مورد ویرایش قرار گرفت. پس از تأیید روایی ظاهری و محتوایی ابزار پژوهش، در مرحله بعد، از طریق انجام پیش‌آزمون و محاسبه مقادیر آلفای کرونباخ، به بررسی پایایی پرسشنامه پرداخته شد که نتایج حاصل از آن در جدول ۱ آورده شده است. همان‌طور که از نتایج مندرج در جدول ۱ پیداست، مقادیر آلفای کرونباخ برای تمامی بخش‌ها بیشتر از ۰/۷۵ بود که حکایت از مناسب بودن پایایی ابزار تحقیق داشت. افزون بر موارد اشاره شده، به منظور بررسی روایی و پایایی پرسشنامه در مرحله اصلی تحلیل داده‌ها و پیش از برآورد مدل

ساختاری تحقیق، به بررسی روایی سازه (شامل روایی قانونی، همگرا و تشخیصی^۱)، پایایی ترکیبی^۲ و برازش مدل تحقیق از طریق برآورد مدل اندازه‌گیری^۳ (تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول) پرداخته شد. در خصوص روایی قانونی، با توجه به اینکه ضرایب همبستگی بین پنج متغیر مکنون مورد مطالعه مثبت و معنادار شده بود، ابزار تحقیق نیز برخوردار از روایی قانونی بود (پهلوان‌شریف و مهدویان، ۱۳۹۴، ص ۸۰). در زمینه روایی همگرا، همان‌گونه که از نتایج جدول ۱ مشخص است، بر پایه سه معیار بار عاملی برابر یا بزرگ‌تر از ۰/۵، میانگین واریانس استخراج شده (AVE)^۴ برابر و بزرگ‌تر از ۰/۵ و پایایی ترکیبی (CR) برابر و بزرگ‌تر از ۰/۷ (هیر^۵ و همکاران، ۲۰۱۰، ص ۶۷۸)، ابزار تحقیق روایی همگرای مناسبی داشت. در مورد روایی تشخیصی، با در نظر گرفتن اینکه مقدار میانگین واریانس استخراج شده برای پنج متغیر مکنون مورد مطالعه در قالب مدل اندازه‌گیری کلی پژوهش، از مقادیر میانگین مجذور واریانس مشترک (ASV)^۶ و حداکثر مجذور واریانس مشترک (MSV)^۷ بین تمامی متغیرهای مکنون بزرگ‌تر بود (پهلوان‌شریف و مهدویان، ۱۳۹۴، ص ۸۱)، ابزار پژوهش از روایی تشخیصی مناسبی برخوردار بود (جدول ۱). در ادامه، به منظور بررسی پایایی ابزار پژوهش نیز از پایایی ترکیبی استفاده شد؛ از آنجا که مقادیر آن برای هر یک از پنج متغیر مکنون مورد بررسی بزرگ‌تر از ۰/۷ بودند، ابزار پژوهش پایایی مناسبی داشت (جدول ۱). در نهایت، برای آزمون درست بودن مدل و برازش آن با داده‌های میدانی از شاخص‌های برازندگی استفاده شد که بر اساس نتایج به دست آمده در جدول ۱، برازش مدل اندازه‌گیری در سطح مطلوبی بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS انجام گرفت.

-
- | | |
|---|------------------------------------|
| 1. nomological, convergent and divergent validity | 2. composite reliability |
| 3. measurement model | 4. Average Variance Extracted |
| 5. Hair | 6. Average Shared Squared Variance |
| 7. Maximum Shared Squared Variance | |

جدول ۱- خلاصه نتایج به دست آمده در مورد روایی و پایایی ابزار پژوهش و
برازش مدل اندازه‌گیری پژوهش

متغیر مکنون (نماد)	متغیر آشکار (نماد در مدل)	بار عاملی	شاخص‌های روایی و پایایی
قصد استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی (قصد)	اگر ممکن باشد، من دوست دارم که به طور مداوم از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی و درسی در آینده استفاده کنم (قصد ۱).	۰/۸۵۷	Cronbach's $\alpha = 0/781$ AVE = 0/585 CR = 0/806 MSV = 0/324 ASV = 0/231
	در صورت فراهم بودن شرایط، من دوست دارم که استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی و درسی‌ام بیشتر باشد (قصد ۲).	۰/۷۹۰	
	من قصد دارم که استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی و درسی را به سایر دانشجویان نیز توصیه کنم (قصد ۳).	۰/۶۲۹	
نگرش نسبت به تلگرام در فعالیت‌های آموزشی (نگرش)	من علاقه زیادی به استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی خود دارم (نگرش ۱).	۰/۹۲۵	Cronbach's $\alpha = 0/753$ AVE = 0/569 CR = 0/793 MSV = 0/236 ASV = 0/125
	به نظر من، تلگرام یک فرصت مناسب برای تحول و بهبود در فعالیت‌های آموزشی در دانشگاه‌ها محسوب می‌شود (نگرش ۲).	۰/۷۰۱	
	من فکر می‌کنم تلگرام یک شبکه شخصی / اجتماعی بوده و نباید در فعالیت‌های آموزشی به کار گرفته شود (نگرش ۳).	۰/۵۹۹	

ادامه جدول ۱

شاخص‌های روایی و پایایی	بار عاملی	متغیر آشکار (نماد در مدل)	متغیر مکنون (نماد)
Cronbach's $\alpha = 0.812$ AVE = 0.664 CR = 0.854 MSV = 0.324 ASV = 0.192	0.891	استفاده از تلگرام می‌تواند منجر به بهبود آموزش و سطح یادگیری من در خصوص موضوعات مختلف درسی شود (مفید بودن ۱).	برداشت ذهنی از مفید بودن استفاده از تلگرام در فعالیتهای آموزشی (مفید بودن)
	0.849	تلگرام ابزار مناسبی برای کمک به پیشرفت فعالیتهای تحصیلی من محسوب می‌شود (مفید بودن ۲).	
	0.691	تلگرام می‌تواند به من در دسترسی به اطلاعات دقیق‌تر و به‌روزتر درسی و آموزشی کمک نماید (مفید بودن ۳).	
Cronbach's $\alpha = 0.774$ AVE = 0.512 CR = 0.805 MSV = 0.152 ASV = 0.087	0.797	به نظر من، یادگیری نحوه استفاده از تلگرام و امکانات آن آسان است (سهولت ۱).	برداشت ذهنی از سهولت استفاده از تلگرام در فعالیتهای آموزشی (سهولت)
	0.559	من بدون دشواری خاصی می‌توانم از تلگرام در فعالیتهای آموزشی خود استفاده کنم (سهولت ۲).	
	0.683	من از مهارت کافی برای استفاده از امکانات و برنامه‌های مختلف تلگرام برخوردار هستم (سهولت ۳).	
	0.799	به طور کلی، من فکر می‌کنم تلگرام یک شبکه اجتماعی ساده بوده و استفاده از آن نیاز به مهارت فنی خاصی ندارد (سهولت ۴).	

ادامه جدول ۱

متغیر مکنون (نماد)	متغیر آشکار (نماد در مدل)	بار عاملی	شاخص‌های روایی و پایایی
برداشت ذهنی از جذابیت استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی (جذابیت)	استفاده از تلگرام، انجام فعالیت‌های آموزشی و درسی را برای من جذاب‌تر و سرگرم‌کننده‌تر خواهد کرد (جذابیت ۱).	۰/۸۷۲	Cronbach's α = ۰/۸۴۲ AVE = ۰/۶۴۲ CR = ۰/۸۷۶ MSV = ۰/۲۲۸ ASV = ۰/۱۳۰
	استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی و درسی، منجر به مطالعه عمیق‌تر و برانگیخته شدن بیشتر حس کنجکاوی من خواهد شد (جذابیت ۲).	۰/۸۴۱	
	استفاده از تلگرام می‌تواند به دقت و تمرکز بیشتر من بر روی فعالیت‌های آموزشی و درسی کمک کند (جذابیت ۳).	۰/۶۳۶	
	استفاده از تلگرام سبب می‌شود انجام فعالیت‌های درسی برای من به کاری مفرح و شاد تبدیل شود (جذابیت ۴).	۰/۸۳۴	
شاخص‌های برازش: کای اسکویر نسبی = ۱/۲۸۴، شاخص میزان انطباق = ۰/۹۲۶، شاخص برازندگی تطبیقی = ۰/۹۷۹، شاخص برازندگی فزاینده = ۰/۹۷۹، شاخص توکر-لویس = ۰/۹۷۴، ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب = ۰/۰۳۸، ریشه میانگین مربعات باقیمانده = ۰/۰۵۳، شاخص برازش مقتصد هنجار شده = ۰/۷۳۲			

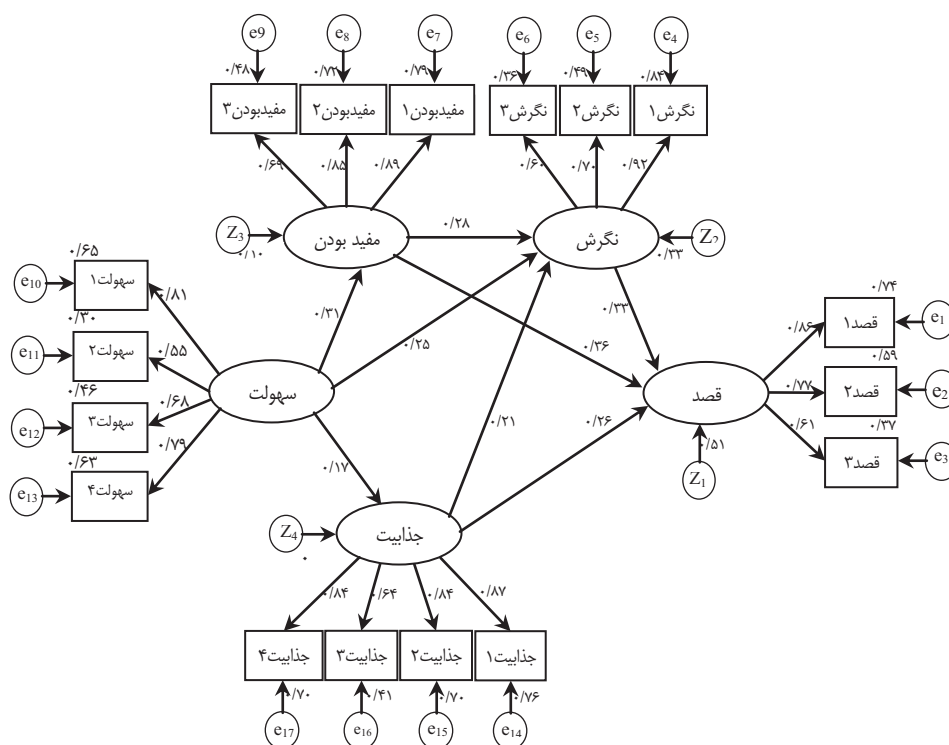
یافته‌های پژوهش

در این بخش برای آزمون فرضیه‌های پژوهش، مدل ساختاری پژوهش به اجرا درآمد. البته، پیش از اجرای مدل ساختاری، به بررسی نرمال بودن چندمتغیره داده‌ها با استفاده از دو

عوامل مؤثر بر قصد استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام ... ❖ ۵۳

شاخص چولگی و کشیدگی پرداخته شد که با توجه به نتایج به دست آمده، دامنه مقادیر شاخص چولگی بین $-۱/۴۸۹$ تا $+۰/۸۸۷$ و شاخص کشیدگی بین $-۱/۲۵۴$ تا $+۱/۷۹۱$ تعیین شد و بر این اساس، داده‌ها نرمال بودند. در زمینه برازش نیکویی، یافته‌های پژوهش نشان دادند که مدل برآورد شده دارای برازش مطلوبی بود (کای اسکور نسبی = $۱/۶۳۴$ ، شاخص میزان انطباق = $۰/۹۰۸$ ، شاخص برازندگی تطبیقی = $۰/۹۵۲$ ، شاخص برازندگی فزاینده = $۰/۹۵۳$ ، شاخص توکر - لویس = $۰/۹۴۲$ ، ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب = $۰/۰۵۷$ ، ریشه میانگین مربعات باقیمانده = $۰/۰۷۸$ ، شاخص برازش مقتصد هنجار شده = $۰/۷۲۵$). با توجه به نتایج پژوهش مشخص شد که چهار متغیر برداشت ذهنی از سهولت، مفید بودن و جذابیت تلگرام و نگرش نسبت به استفاده از آن، در حدود ۵۱ درصد از واریانس قصد استفاده دانشجویان از تلگرام را در فعالیت‌های آموزشی تبیین می‌کنند (شکل ۲).

شکل ۲- مدل ساختاری پژوهش با ضرایب رگرسیونی استاندارد شده



با توجه به مناسب بودن ساختار کلی مدل برآورد شده، در ادامه، به بررسی ضرایب مسیر به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش پرداخته شد. در این باره، همان‌گونه که از نتایج مندرج در جدول ۲ پیداست، با توجه به اینکه مقدار نسبت بحرانی^۱ برای تمامی روابط مورد بررسی در قالب مدل نظری پژوهش بزرگ‌تر از ۱/۹۶ بود، هر هشت فرضیه اصلی پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. البته، شایان ذکر است که بر اساس میزان ضریب رگرسیونی استاندارد شده که نشان دهنده شدت اثر است، متغیر برداشت ذهنی از مفید بودن تلگرام در فعالیت‌های آموزشی، دارای بیشترین تأثیر بر متغیرهای نگرش ($\beta=0/002$, $p\text{-value}=0/001$) و قصد استفاده از تلگرام ($\beta=0/279$, $p\text{-value}=0/001$) بود.

جدول ۲- نتایج به دست آمده درباره آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتیجه آزمون	سطح معناداری	مقدار نسبت بحرانی	خطای استاندارد	ضریب رگرسیونی استاندارد شده	مقدار غیراستاندارد	فرضیه‌ها
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۳/۷۰۸	۰/۰۶۶	۰/۳۱۲	۰/۲۴۵	سهولت --- < مفید بودن
تأیید فرضیه	۰/۰۴۷	۱/۹۸۴	۰/۰۶۲	۰/۱۷۴	۰/۱۲۴	سهولت --- < جذابیت
تأیید فرضیه	۰/۰۰۸	۲/۹۶۲	۰/۱۰۵	۰/۲۵۳	۰/۳۱۱	سهولت --- < نگرش
تأیید فرضیه	۰/۰۰۲	۳/۱۳۱	۰/۱۲۶	۰/۲۷۹	۰/۳۹۶	مفید بودن --- < نگرش
تأیید فرضیه	۰/۰۰۱	۴/۱۸۸	۰/۰۸۴	۰/۳۶۱	۰/۳۵۱	مفید بودن --- < قصد

1. Critical Ratio

ادامه جدول ۲

نتیجه آزمون	سطح معناداری	مقدار نسبت بحرانی	خطای استاندارد	ضریب رگرسیون استاندارد شده	مقدار غیر استاندارد	فرضیه‌ها
تأیید فرضیه	۰/۰۱۶	۲/۴۱۰	۰/۰۹۴	۰/۲۱۴	۰/۲۲۷	جذابیت <--- نگرش
تأیید فرضیه	۰/۰۰۱	۳/۲۳۵	۰/۰۸۲	۰/۲۶۲	۰/۲۷۲	جذابیت <--- قصد
تأیید فرضیه	۰/۰۰۱	۳/۸۲۷	۰/۰۶۱	۰/۳۲۹	۰/۳۳۲	نگرش <--- قصد

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف اصلی بررسی عوامل مؤثر بر قصد استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام در فعالیتهای آموزشی در میان دانشجویان انجام گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که برداشت ذهنی از سهولت استفاده، اثر مثبت و معناداری بر برداشت ذهنی از مفید بودن و جذابیت استفاده از تلگرام و نگرش نسبت به استفاده از آن در فعالیتهای آموزشی داشته است. در واقع، دانشجویان به دلیل تجربه و سابقه قبلی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی پیشین همچون فیس‌بوک، وایبر، توییتر و برخورداری از سواد رایانه‌ای و رسانه‌ای بیشتر (خلیلی، ۱۳۹۴، ص ۶۱)، در کار با تلگرام احساس سهولت، اعتماد به نفس و خودکارآمدی دارند و قادرند از این شبکه برای پیشرفت فعالیتهای تحصیلی خود استفاده کنند؛ نتیجه این امر نیز ذهنیت مطلوب دانشجویان از تلگرام به منزله ابزاری مفید برای کمک به فعالیتهای آموزشی و درسی است. افزون بر این، احساس سهولت در کار با تلگرام سبب می‌شود تا دانشجویان به هنگام استفاده از این رسانه نه تنها دچار ترس و اضطراب نشوند، بلکه در تعامل با آن به احساس رضایت و

لذت بیشتری دست یابند و تلگرام را یک شبکه اجتماعی جذاب در نظر بگیرند. علاوه بر نتایج یاد شده، یافته‌های پژوهش نشان داد که برداشت ذهنی از سهولت استفاده، به طور مستقیم می‌تواند نگرش دانشجویان را نسبت به استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی تحت تأثیر قرار دهد و این نتیجه، با نتایج پژوهش‌های آکارلی و ساگلام (۲۰۱۶)، حمید و همکاران (۲۰۱۵) همخوانی دارد. در حقیقت، برداشت ذهنی از سهولت استفاده از تلگرام سبب می‌شود تا دانشجویان به لحاظ ذهنی و روان‌شناختی، ادراک مساعدتری نسبت به تلگرام پیدا کنند و علاقه و گرایش بیشتری به استفاده از آن در فعالیت‌های درسی و آموزشی نشان دهند. با توجه به آنچه گفته شد، می‌توان نتیجه گرفت که متغیر برداشت ذهنی از سهولت استفاده از تلگرام یک متغیر اصلی در افزایش قصد رفتاری دانشجویان برای استفاده از آن در فعالیت‌های آموزشی به شمار می‌رود که ضروری است به طور جدی مورد توجه قرار گیرد و تلاش شود تا از طریق اطلاع‌رسانی و ارائه آموزش‌های عمومی بویژه با کمک رسانه‌های انبوهی چون تلویزیون و رادیو، شکاف آگاهی در میان مخاطبان کاهش یابد و اطلاعات لازم از بعد فنی و فرهنگی درباره نحوه استفاده مناسب از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی در اختیار دانشجویان و سایر افراد ذی‌نفع قرار گیرد. همچنین، در این زمینه توجه به سایر راهکارهای رسانه‌ای بویژه استفاده از رسانه‌های چاپی مانند خبرنامه‌ها، مجلات، کتابچه‌ها و نشریات آموزشی - ترویجی به منظور ارائه اطلاعات مورد نیاز به دانشجویان و برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی کوتاه‌مدت می‌تواند نقش بسیار مهمی در بهبود سطح آگاهی و کمک به دانشجویان در تسهیل استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی ایفا کند.

بر اساس نتایج پژوهش مشخص شد که برداشت ذهنی از مفید بودن استفاده از تلگرام دارای اثر مثبت و معناداری بر نگرش نسبت به استفاده از تلگرام و قصد استفاده از آن در فعالیت‌های آموزشی است. در این باره، همان‌گونه که ذکایی و حسنی (۱۳۹۴)

تأکید دارند، رسانه‌های اجتماعی همچون تلگرام، جزء رسانه‌های جدید جدید^۱ محسوب می‌شوند که برخورداری آنها از ویژگی‌هایی همچون فعال بودن کاربر به عنوان تولیدکننده محتوا، غنای شبکه‌ای و معاشرت شبکه‌ای بالا، امکان اشتراک سریع نظرها و ایده‌ها با هزینه کم و سایر موارد، آنها را به عنوان ابزاری نیرومند و مفید برای استفاده در امور آموزشی مطرح ساخته و سبب شده است تا دانشجویان به عنوان یکی از کاربران اصلی بتوانند با کمک این دسته از رسانه‌های اجتماعی، سطح عملکرد آموزشی خود را افزایش دهند. نتیجه این امر، همان‌طور که یافته‌های پژوهش نیز نشان می‌دهد ایجاد نگرش مساعد در دانشجویان نسبت به تلگرام، علاقه‌مندی بیشتر آنها به استفاده از آن در فعالیت‌های خود و در نهایت، قصد بالاتر برای به‌کارگیری این شبکه است. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های عبدالله و وارد (۲۰۱۶)، چنگ و همکاران (۲۰۱۵) همخوانی دارد. با توجه به این موضوع، به نظر می‌رسد که معرفی و برجسته‌سازی مزایا و قابلیت‌های تلگرام به عنوان یک رسانه اجتماعی مفید و سازگار برای کاربرد در فعالیت‌های آموزشی و به عبارت بهتر، بهبود سطح سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای دانشجویان در حوزه رسانه‌های اجتماعی از طریق سازوکارهای مختلف؛ اعم از برگزاری کنفرانس‌ها و سمینارهای علمی، برگزاری سخنرانی‌های رسمی با دعوت از افراد متخصص در حوزه رسانه‌های اجتماعی، معرفی پایگاه‌ها و سایت‌های اینترنتی معتبر فعال در حوزه مباحث مرتبط با رسانه‌های اجتماعی به دانشجویان، تهیه و توزیع فیلم‌ها و لوح‌های فشرده آموزشی، تدوین و توزیع بروشورها و پوستره‌های آموزشی و ترویجی و ارسال پیامک‌های آموزشی مرتبط به دانشجویان از طریق تلفن همراه می‌تواند در بهبود قصد رفتاری دانشجویان برای استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی اثرگذار باشد. در این زمینه، حتی ایجاد و راه‌اندازی یک کانال رسمی مشخص برای دانشگاه در تلگرام و اطلاع‌رسانی از طریق آن به منظور تشویق و هدایت دانشجویان برای استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی نیز می‌تواند بسیار مفید باشد.

افزون بر یافته‌های اشاره شده، بخش دیگری از نتایج این پژوهش نشان داد که متغیر برداشت ذهنی از جذابیت استفاده از تلگرام، دارای اثر مثبت و معناداری بر نگرش و قصد استفاده از آن در فعالیت‌های آموزشی بود؛ این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های چانگ و همکاران (۲۰۱۵)، مون و کیم (۲۰۰۱) همخوانی داشتند. به هر حال، به همان اندازه که یک رسانه اجتماعی از جذابیت بیشتری برای کاربران برخوردار است، می‌تواند نگرش مساعدتری را در کاربران ایجاد کند و قصد استفاده از آنها را افزایش دهد. این موضوع در مورد شبکه اجتماعی تلگرام که از نسل جدید رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شود، تا حدود زیادی صدق می‌کند؛ به نحوی که برخورداری از محیط کاربری دوستانه و جذاب و امکانات وسیعی همچون ایجاد گروه‌های بزرگ، قابلیت ارسال پیام شخصی به صورت انبوه بدون ساخت گروه، امکان چت مخفی برای جلوگیری از سوءاستفاده و بویژه داشتن نسخه فارسی با ترجمه تمام امکانات، سبب شده است تا تلگرام در میان دانشجویان به عنوان یک رسانه اجتماعی جذاب و محبوب شناخته شود و این موضوع، انگیزه دانشجویان را برای استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی افزایش دهد. همچنین، بر اساس یافته‌های این پژوهش مشخص شد که نگرش نسبت به استفاده از تلگرام، اثر مثبت و معناداری بر قصد استفاده از آن در فعالیت‌های آموزشی دارد. این یافته با نتایج پژوهش‌های چنگ و همکاران (۲۰۱۵)، مون و کیم (۲۰۰۱) همخوانی داشت، ولی با نتایج پژوهش‌های ما و همکاران (۲۰۱۶) همسو نبود. در این زمینه، همان‌طور که فیش‌بین و آیزن (۱۹۷۵) تأکید دارند، نگرش نقش اساسی در ارزیابی مثبت یا منفی افراد در مورد یک رفتار خاص و قصد آنان برای انجام آن ایفا می‌کند؛ در واقع، از آنجا که نگرش یک فرد نشان‌دهنده نحوه تفکر، ارزش‌ها، باورها و واکنش او نسبت به محیط اطراف است، به طور مستقیم می‌تواند قصد رفتاری وی را تحت تأثیر قرار دهد. در این خصوص، با توجه به اینکه شبکه اجتماعی تلگرام در زمینه‌های آموزشی نیز رسانه مفید و جذابی برای دانشجویان به شمار می‌رود، احساس خوشایند و ذهنیت مثبتی برای آنان ایجاد می‌کند و به همین دلیل ممکن است دانشجویان قصد رفتاری قوی‌تری برای استفاده از تلگرام در فعالیت‌های آموزشی از خود نشان دهند.

در نهایت، می‌توان اذعان کرد که شبکه اجتماعی تلگرام به مثابه یک رسانه اجتماعی اثرگذار، از نقش‌های آموزشی مختلفی همچون تبادل معلومات عمومی کاربران با یکدیگر، اطلاع‌رسانی آموزش‌های تخصصی و تحصیلی، مشاوره، پشتیبانی از مؤسسات آموزشی حضوری و مجازی و سایر موارد برخوردار است (عزت‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴) و ضروری است که این موضوع به عنوان یک فرصت، از سوی دانشگاه‌ها و سایر نهادهای ذی‌ربط، بویژه رسانه ملی به رسمیت شناخته شود تا با اتخاذ رویکردی فعالانه، الزامات و بسترهای لازم برای مدیریت و تشویق دانشجویان و بهبود قصد آنان برای استفاده از این شبکه در زمینه فعالیت‌های آموزشی فراهم آید.

منابع

- آریانی، ابراهیم؛ زاهد بابلان، عادل؛ معینی‌کیا، مهدی و خالق‌خواه، علی. (۱۳۹۴). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در قابلیت‌های پژوهشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی. فصلنامه یادگیری الکترونیکی، ۶ (۲)، صص ۳۹-۲۶.
- اسماعیلی، امیررضا. (۱۳۹۴). از دهستان وایر تا شهر تلگرام چه گذشت؟. ماهنامه وب، ۱۶۶، صص ۷۴-۶۸.
- پهلوان‌شریف، سعید و مهدویان، وحید. (۱۳۹۴). مدل‌سازی معادلات ساختاری با AMOS. تهران: بیشه.
- چراغ ملایی، لیلا؛ کدیور، پروین و صرامی، غلامرضا. (۱۳۹۳). استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در آموزش: فرصت‌ها و چالش‌ها. فصلنامه اندیشه‌های نوین تربیتی، ۱۰ (۳)، صص ۵۱-۲۹.
- خلیلی، لیلا. (۱۳۹۴). استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی. فصلنامه تعامل انسان و اطلاعات، ۲ (۱)، صص ۷۳-۵۹.
- ذکایی، محمدسعید و حسنی، محمدحسین. (۱۳۹۴). رسانه‌های اجتماعی: مفهوم‌سازی و گونه‌شناسی (مطالعه دانشجویان دانشگاه تهران). فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۲۲ (۴)، صص ۹۵-۷۷.

- رضایی، مسعود. (۱۳۸۸). نظریه‌های رایج درباره پذیرش فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۱۶ (۴)، صص ۹۳-۶۳.
- زاهد بابلان، عادل؛ معینی‌کیا، مهدی؛ خالق‌خواه، علی و آریانی، ابراهیم. (۱۳۹۳). اهمیت و ضرورت شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان ابزاری برای آموزش و یادگیری. مجموعه مقالات همایش ملی مهندسی رایانه و مدیریت فناوری اطلاعات. تهران: شرکت علم و صنعت طلوع فرزین.
- طباطبایی‌نسب، سیدمحمد؛ اردکانی، سعید و نیکزاد، فاطمه. (۱۳۹۲). مقایسه مدل پذیرش تکنولوژی و تئوری عمل مستدل در رابطه با پذیرش تبلیغات موبایلی. فصلنامه تحقیقات نوین بازاریابی، ۳ (۴)، صص ۱۹۶-۱۸۱.
- عزت‌زاده، مستوره؛ ربیعی، علی؛ فرهنگی، علی‌اکبر و سلطانی‌فر، محمد. (۱۳۹۴). رتبه‌بندی میزان موفقیت شبکه‌های اجتماعی در ایفای نقش آموزشی از نظر نخبگان رسانه. فصلنامه راهبرد اجتماعی - فرهنگی، ۵ (۱۷)، صص ۱۱۱-۹۵.
- فیروزآبادی، ابوالحسن. (۱۳۹۴). سخنرانی در همایش شبکه‌های اجتماعی مجازی: فرصت‌ها و تهدیدها. بازیابی شده: سایت خبری تابناک، پنجم دی ماه.
- مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران. (۱۳۹۴). بررسی روندی دیدگاه مردم نسبت به شبکه‌های اجتماعی و میزان مصرف آن. تهران: مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران وابسته به جهاد دانشگاهی.
- مکی‌زاده، فاطمه. (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر قصد استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه یزد. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۲۲ (۲)، صص ۱۴۰-۱۲۳.
- مهرگان، محمدرضا و زالی، محمدرضا. (۱۳۸۵). در جستجوی فنون تعیین روایی در پژوهش‌های مدیریتی. فصلنامه فرهنگ مدیریت، ۴ (۱۴)، صص ۲۶-۵.
- Abdullah, F. & Ward, R. (2016). Developing A General Extended Technology Acceptance Model For E-Learning By Analyzing Commonly Used External Factors. *Computers in Human Behavior*, Vol. 56, No. 2, Pp. 238-256.

- Acarli, D. & Saglam, Y. (2016). Investigation of Pre-Service Teachers' Intentions To Use of Social Media in Teaching Activities Within The Framework of Technology Acceptance Model. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, Vol. 176, Pp. 709-713.
- Bartlett, J.; Kotrlik, J. & Higgins, C. (2001). Organizational Research: Determining Appropriation Sample Size in Survey Research. **Information Technology, Learning, and Performance Journal**, Vol. 19, No. 1, Pp. 43-50.
- Bicen, H. (2015). Determination of University Students' Reasons of Using Social Networking Sites in Their Daily Life. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, Vol. 190, Pp. 519-522.
- Chang, C.; Hung, S.; Cheng, M. & Wu, C. (2015). Exploring the Intention to Continue Using Social Networking Sites. **Technological Forecasting & Social Change**, Vol. 95, Pp. 48-56.
- Chen, B. & Bryer, T. (2012). Investigating Instructional Strategies for Using Social Media in Formal and Informal Learning. **The International Review of Research in open and Distributed Learning**, Vol. 13, No. 1, Pp. 87-104.
- Cheng, S.; Chen, S. & Yen, D. (2015). Continuance Intention of E-Portfolio System: A Confirmatory and Multi-Group Invariance Analysis of Technology Acceptance Model. **Computer Standards & Interfaces**, Vol. 42, Pp. 17-23.
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. **MIS Quarterly**, Vol. 13, No. 3, Pp. 319-340.

- Davis, F.; Bagozzi, R. & Warshaw, P. (1992). Extrinsic and Intrinsic Motivation to use Computers in the Workplace¹. **Applied Social Psychology**, Vol. 22, No. 14, Pp. 1111-1132.
- Doll, J.; Hendrickson, A. & Deng, X. (1998). Using Davis's Perceived Usefulness and Ease-of-use Instruments for Decision Making: A Confirmatory and Multi-Group Invariance Analysis. **Decision Sciences**, Vol. 29, No. 4, Pp. 839-869.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). **Belief, Attitude, Intentions and Behavior: an Introduction to Theory and Research**. Boston: Addison-Wesley.
- Gikas, J. & Grant, M. (2013). Mobile Computing Devices in Higher Education: Student Perspectives on Learning with Cellphones, Smartphones & Social Media. **The Internet and Higher Education**, Vol. 19, Pp. 18-26.
- Hair, J.; Black, C.; Babin, J. & Anderson, E. (2010). **Multivariate Data Analysis**. USA: Pearson.
- Hamid, S.; Waycott, J.; Kurnia, S. & Chang, S. (2015). Understanding Students' Perceptions of The Benefits of online Social Networking use For Teaching and Learning. **The Internet and Higher Education**, Vol. 26, Pp. 1-9.
- Irwin, C.; Ball, L.; Desbrow, B. & Leveritt, M. (2012). Students' Perceptions of Using Facebook as an Interactive Learning Resource at University. **Australasian Journal of Educational Technology**, Vol. 28, No. 7, Pp. 1221-1231.

- Isik, F. (2013). Comparison of The use of Social Network in Education Between North and South Cyprus. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, Vol. 103, Pp. 210-219.
- Java, A.; Song, X.; Finin, T. & Tseng, B. (2007). **Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage And Communities**. Proceedings of the Joint 9th WEBKDD and 1st SNA-KDD Workshop, 12 August 2007, Pp. 56-65.
- Koh, J.; Kim, Y.; Butler, B. & Bock, G. (2007). Encouraging Participation in Virtual Communities. **Communications of the ACM**, Vol. 50, No. 2, Pp. 68-73.
- Ma, Q.; Chan, A. & Chen, K. (2016). Personal and Other Factors Affecting Acceptance of Smartphone Technology By older Chinese Adults. **Applied Ergonomics**, Vol. 54, Pp. 62-71.
- Milošević, I.; Ivković, D. & Arsić, S. (2015). Facebook as Virtual Classroom: Social Networking in Learning among Serbian Students. **Telematics and Informatics**, Vol. 32, Pp. 576-585.
- Moon, J. & Kim, Y. (2001). Extending the TAM For A World-Wide-Web Context. **Information & Management**, Vol. 38, Pp. 217-230.
- Pikkarainen, T.; Karjaluoto, H. & Pahlila, S. (2004). Consumer Acceptance of Online Banking: Technology Acceptance Model. **Internet Research**, Vol. 14, No. 3, Pp. 224-235.
- Preece, J. (2001). Sociability and Usability in Online Communities: Determining and Measuring Success. **Behaviour & Information Technology**, Vol. 20, No. 5, Pp. 347-356.

- Rachman, P. & Firpo, D. (2011). **Using Social Networking Technology to Enhance Learning in Higher Education: A Case Study Using Facebook. Proceeding of 44th Hawaii international Conference on Systems Sciences**, 4-7 June 2011, Pp. 1-10.
- Sanchez-Prieto, J.; Olmos-Miguelanez, S. & García-Penalvo, F. (2016). Informal Tools in Formal Contexts: Development of a Model to Assess the Acceptance of Mobile Technologies among Teachers. **Computers in Human Behavior**, Vol. 55, Pp. 519-528.
- Sari-Motlagh, R.; Ebrahimi, S.; Nikfallah, A.; Hajebrahimi, S. & Shakiba, B. (2016). Lifelong Learning In Practice: The age of Discussion Through Social Media. **European Urology**, Vol. 69, No. 6, Pp. 1162-1163.
- Selwyn, N. (2012). **Social Media in Higher Education**. London: Routledge.
- Wang, J.; Jackson, L.; Wang, H. & Gaskin, J. (2015). Predicting Social Networking Site use: Personality, Attitudes, Motivation and Internet Self-Efficacy. **Personality and Individual Differences**, Vol. 80, Pp. 119-124.