

Examining the Role of New Media in the Teaching and Learning Process of Students: A Case Study of High School Teenagers in Various Districts of Tehran

Alireza
Abdollahinejad  *

Associate Professor, Department of Public Relation,
Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Zahra
Mohajeriamiri 

PhD Student in Communication Sciences, Allameh
Tabataba'i University, Tehran, Iran

Abstract

Teenagers, as a dynamic and active generation entrusted with shaping the future of their country, develop many of their behaviors and actions within virtual social networks—often beyond real-life communication. As digital natives born into a technologically driven society, they have transferred a significant portion of their real-world interactions to the virtual sphere. Now more than ever, they are influenced by technology, embodying Marshall McLuhan's concept of technological determinism.

In today's technology-driven social life, a significant portion of teenagers' daily experiences unfolds within the school environment and through interactions with new communication tools, platforms, and spaces—particularly social media. As the largest demographic of Generation Z (or the "digital generation"), teenagers rely on social media as a key source of information and a primary means of interaction among their peers.

For this generation, electronic devices—once considered a luxury by their parents—are now fundamental necessities for navigating modern life. They are the first cohort for whom the groundbreaking technological advancements of the 20th century are not innovations but mundane aspects of everyday existence.

* Corresponding Author: abdollahinejad@atu.ac.ir

How to Cite: Abdollahinejad, A., Mohajeriamiri, Z. (2025). Examining the Role of New Media in the Teaching and Learning Process of Students: A Case Study of High School Teenagers in Various Districts of Tehran, *Journal of New Media Studies*, 10(40), 99-126. DOI: 10.22054/nms.2024.74097.1574

In recent years, virtual social networks have experienced significant growth in usage, particularly among teenagers and high school students. However, there remains limited understanding about the extent, purpose, and patterns of new media use among Iranian students. More specifically, the academic implications of these tools - whether they ultimately support or hinder educational achievement - require further examination.

This study aims to investigate the prevalence, scope, and contextual usage of new media platforms among Iranian adolescents. The central research question focuses on how high school students in Tehran utilize social media to:

- Enhance educational activities
- Facilitate learning processes
- Communicate with peers and academic groups
- Complete school-related tasks
- Follow up on curricular materials and related academic matters

This study examines how Tehrani high school students utilize social media platforms for educational purposes. Specifically, it investigates potential correlations between key variables - including gender, duration of social media use, and frequency of network engagement - and students' participation in educational activities.

The present study explores the influence of new media platforms on the educational experiences of Generation Z high school students (grades 10-12) in Tehran, employing a survey research methodology. Data were collected through a researcher-developed questionnaire administered to a representative sample of 450 students across eight gender-segregated high schools in Tehran.

Key findings reveal that 66.9% of participating students - both male and female - engage with new social media platforms for more than two hours daily. Their usage spans multiple activities including entertainment, peer communication, and academic-related purposes such as schoolwork coordination and educational content consumption.

Conducting various statistical tests, including K-square and two-way ANOVA, demonstrated that the independent variable—students' presence on virtual social platforms—significantly influenced four aspects of teaching and learning: receiving help from teachers, alleviating stress related to lessons and exams, accessing educational content within virtual social networks, and experiencing study

disruptions due to engagement with new media platforms. Additionally, the independent variable of gender only had a significant effect on one component: the use of social media for collaborative learning.

The findings indicate that students' presence on virtual social platforms has a significant relationship with these outcomes. Specifically, increased participation in new media platforms correlates with both greater study disruption and enhanced stress relief from lessons and exams (a direct relationship). However, the presence of most students on social media does not necessarily translate to improved access to educational content or increased teacher assistance in this context.

The findings demonstrate a significant relationship between students' presence on virtual social platforms and key academic outcomes. Specifically, increased participation in new media platforms correlates positively with both greater study disruption and enhanced relief from lesson- and exam-related stress, indicating a direct relationship. However, the data reveals that while students are frequently present on these platforms, such presence does not automatically translate to improved access to educational content or increased likelihood of receiving teacher assistance within these digital spaces.

Keywords: Social Media; Education; Learning; Generation Z; Youth; High school Students; Tehran.



نقش رسانه‌های جدید در فرایند آموزش و یادگیری دانش‌آموزان (مطالعه موردی نوجوانان دانش‌آموز دبیرستان‌های مناطق چندگانه شهر تهران)

دانشیار گروه آموزشی روابط عمومی، دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه
علامه طباطبائی، تهران، ایران

علیرضا عبداللهی نژاد * 

دانشجوی دکتری ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه
طباطبائی، تهران، ایران

زهره مهاجری امیری 

چکیده

در سال‌های اخیر، استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌ویژه در میان نوجوانان نسل زد و دانش‌آموزان دبیرستانی رشد قابل توجهی داشته است. یکی از زمینه‌های استفاده‌ی این نسل از ابزارهای نوین، در حوزه آموزش و یادگیری است. مسئله اصلی در این مقاله این است که چگونه دانش‌آموزان نوجوان دبیرستانی در شهر تهران از رسانه‌های اجتماعی برای پیشبرد فعالیت‌های آموزشی و درسی خود و برقراری ارتباط با گروه‌های همسال و تحصیلی در انجام امور مربوط به مدرسه، پیگیری مباحث درسی و نظایر آن استفاده می‌کنند. در این راستا، این پژوهش باهدف مطالعه تأثیر پلتفرم‌های رسانه‌ای جدید بر فرایند آموزش تحصیلی دانش‌آموزان نوجوان نسل زد در مقطع متوسطه اول و دوم دبیرستان‌های شهر تهران با روش پیمایش انجام شده است. داده‌ها در این تحقیق با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته و توزیع آن در میان حجم نمونه معتبر ۴۵۰ نفر از دانش‌آموزان در هشت دبیرستان دخترانه و پسرانه تهران گردآوری شده است. تجزیه و تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد که نزدیک به ۷۰ درصد از دانش‌آموزان دختر و پسر مشارکت‌کننده در تحقیق، بیش از دو ساعت در روز از رسانه‌های اجتماعی جدید برای فعالیت‌های مختلف از تفریح و سرگرمی تا ارتباط با دوستان و هم‌کلاسی‌ها و پیگیری امور مربوط به مدرسه و تحصیل خود استفاده می‌کنند. انجام آزمون‌های مختلف آماری از جمله کای اسکور و واریانس دو طرفه نشان داد که متغیر مستقل میزان حضور دانش‌آموزان در پلتفرم‌های اجتماعی مجازی در چهار مورد از مجموع موارد مرتبط با

نقش رسانه‌های جدید در فرایند آموزش و یادگیری دانش‌آموزان...؛ عبداللهی نژاد و مهاجری امیری | ۱۰۳

بحث آموزش و یادگیری شامل کمک گرفتن از معلم، رهایی از استرس درس و امتحان، دسترسی به محتوای درسی و آموزشی در بستر شبکه‌های اجتماعی مجازی و ایجاد اختلال در درس خواندن به علت حضور در پلتفرم‌های رسانه‌ای جدید، تأثیرگذار بوده است و متغیر مستقل جنسیت تنها در مؤلفه استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای یادگیری مشارکتی نقش اثربخشی داشته است. در این میان، بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده، متغیر میزان حضور دانش‌آموزان در پلتفرم‌های اجتماعی مجازی دارای رابطه معناداری است؛ به عبارت دیگر، هرچه میزان حضور دانش‌آموزان در پلتفرم‌های رسانه‌ای جدید بیشتر می‌شود، «اختلال در درس خواندن» و «رهایی از استرس درس و امتحان» بیشتر می‌شود (رابطه مستقیم).

کلیدواژه‌ها: نوجوانان. نسل زد. دانش‌آموزان دبیرستانی. رسانه‌های اجتماعی. آموزش. تهران.

مقدمه و بیان مسئله

نوجوانان به عنوانی نسل پویا و فعال که قرار است آینده کشور را بسازند، بسیاری از کنش‌ها و رفتارهای خود را در بستر شبکه‌های اجتماعی مجازی و ورای ارتباطات در محیط واقعی زندگی شکل می‌دهند. آن‌ها به عنوان نسلی که با تکنولوژی زاده شده و در جامعه مبتنی بر فناوری‌های ارتباطی رشد کرده و بخش مهمی از رفتار و کنش‌های زندگی واقعی خود را به دنیای مجازی منتقل کرده، اکنون بیش از هر زمان دیگری تحت تأثیر تکنولوژی قرار داشته و به قول مارشال مک لوهان، در گیر جبرگرایی تکنولوژیک شده است.

در این میان، در زیست اجتماعی و ارتباطی مبتنی بر تکنولوژی، بخش عمده‌ای از زندگی نسل نوجوان در محیط مدرسه و تعامل با ابزارها، امکان‌ها و مکان‌های ارتباطی جدید به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد و تداوم می‌یابد.

نوجوانان که جمعیت بزرگی از نسل موسوم به زد یا نسل الکترونیک را تشکیل می‌دهند، در کنار همسالان خود، رسانه اجتماعی جدید را به‌مثابه منبع مهم اطلاعات و ابزاری برای تعامل و ارتباط در میان شبکه دوستان انتخاب و به کار می‌گیرند. برای این نسل، ابزارهای الکترونیک که زمانی برای والدین آن‌ها تجملاتی بود، همواره به‌عنوان یک ضرورت اساسی برای زیست در دنیای مدرن به حساب می‌آید. آن‌ها اولین نسلی هستند که پیشرفت‌های فناوری خارق‌العاده قرن بیستم برایشان فقط بخشی عادی از زندگی است.^۱

در سال‌های اخیر، استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌ویژه در میان نوجوانان و دانش‌آموزان دبیرستانی رشد قابل توجهی داشته است. با این حال، در مورد مقیاس استفاده، هدف و نحوه استفاده دانش‌آموزان از رسانه‌های جدید در ایران و به‌طور خاص‌تر، اینکه آیا این ابزارهای رسانه‌ای جدید به پیشرفت تحصیلی آن‌ها کمک می‌کند یا آسیب می‌زند، اطلاعات کمی وجود دارد.

از این رو و باهدف مطالعه میزان، گستره و زمینه‌های استفاده از پلتفرم‌های رسانه‌ای

نگاه کنید به: ^۱

<https://www.oxford-royale.com/articles/7-unique-characteristics-generation-z.2018>

نقش رسانه‌های جدید در فرایند آموزش و یادگیری دانش‌آموزان...؛ عبداللّهی نژاد و مهاجری امیری | ۱۰۵

جدید در میان نوجوانان ایران، مسئله اصلی پژوهش حاضر این است که چگونه دانش‌آموزان نوجوان دبیرستانی در شهر تهران از رسانه‌های اجتماعی برای پیشبرد فعالیت‌های آموزشی و درسی خود و برقراری ارتباط با گروه‌های همسال و تحصیلی در انجام امور مربوط به مدرسه، پیگیری مباحث درسی و نظایر آن استفاده می‌کنند.

به عبارت دیگر، این پژوهش تلاش می‌کند اهداف استفاده‌های آموزشی دانش‌آموزان دبیرستانی در شهر تهران از رسانه‌های اجتماعی را مورد مطالعه قرار داده و بررسی کند که آیا متغیرهایی همچون جنسیت، میزان زمان حضور و استفاده از شبکه‌های اجتماعی رابطه معناداری با فعالیت‌های آموزشی و یادگیری دانش‌آموزان دارد یا خیر؟

زمینه‌های مفهومی و نظری پژوهش

پژوهش حاضر به بررسی تأثیر مصرف رسانه‌های اجتماعی توسط دانش‌آموزان تهرانی مقطع متوسطه بر مؤلفه‌های آموزش و یادگیری می‌پردازد.

در سال‌های اخیر، کاربرد رسانه‌های اجتماعی در ساحت‌های مختلف زندگی گروه‌های سنی مختلف به‌ویژه نوجوانان و جوانان دوچندان شده و بسیاری از فعالیت‌های آن‌ها از تفریح و سرگرمی گرفته تا خرید و بازارگردی و از همه مهم‌تر، آموزش و یادگیری تحت تأثیر رسانه‌های اجتماعی قرار گرفته است.

از نگاه رون جونز، رسانه‌های اجتماعی به گروهی از رسانه‌های اینترنتی آنلاین اطلاق می‌شود که در آن گفت‌وگو، مشارکت، به اشتراک‌گذاری، تشکیل شبکه‌ها و نشانه‌گذاری آنلاین توسط افراد صورت می‌گیرد. لیانگ شش مقوله مشارکت، تجمیع، شفافیت، استقلال، ماندگاری و نوظهور بودن را به‌عنوان شش ویژگی اصلی رسانه‌های اجتماعی در نظر می‌گیرد (لیانگ و همکاران، ۲۰۱۲: ۲-۳۰۱).

با پیشرفت پژوهش‌های ارتباطی و همچنین تکنولوژی‌های ارتباطی از جمله رسانه‌های اجتماعی، جهت‌گیری نظریه‌ها از مخاطب منفعل، به سمت مخاطب فعال تغییر یافته و قوت گرفته است. در این نظریه‌ها، مخاطب به‌مثابه گیرنده‌ای فعال در نظر گرفته می‌شود که نقش نسبتاً خلاق و معناسازی دارد و بر اساس ویژگی‌های اجتماعی و فردی خود الزاماً تحت

تأثیر پیام ارسالی قرار نمی‌گیرد (ویندال و همکاران، ۱۳۹۷).

ظهور رسانه‌های مبتنی بر تلفن همراه، وب مشارکتی و اپلیکیشن‌ها (نرم‌افزارهای کاربردی) نسل دوم گام نوینی از کاربرد و ارتباطات رسانه‌ای را ترویج می‌کند که در آن، شهروندان نه تنها در معرض پیام‌های رسانه‌ای قرار می‌گیرند بلکه می‌توانند پیام‌ها را به اشتراک گذارند یا در جهت نیاز و رضایتمندی خود، آن‌ها را خلق و حتی دستکاری کنند. این زمینه جدید فرهنگ همگرایی نامیده می‌شود (Costa-Sanchez, Guerrero-Pico, 2020: 3).

چنان‌که اشاره شد، در پرتو این نظریه، مخاطبان در تولید محتوا و کنشگری در رسانه‌های اجتماعی نقش فعال و مشارکتی دارند.

فرهنگ مشارکتی جدید در تقاطع بین سه گرایش در حال شکل‌گیری است:

۱) ابزارها و فناوری‌های جدید مصرف‌کنندگان را قادر می‌سازد تا محتوای رسانه‌ای را بایگانی، حاشیه‌نویسی، مناسب‌سازی و بازتولید کنند

۲) طیفی از خرده‌فرهنگ‌ها که «تولید رسانه‌ای خود را انجام بده» (Do-It-Yourself (DIY)) را ترویج می‌کنند، گفتمانی حول محور نحوه به کارگیری فناوری‌ها توسط مصرف‌کنندگان را شکل می‌دهد

۳) روندهای اقتصادی به نفع گروه‌های رسانه‌ای یکپارچه افقی، جریان تصاویر، ایده‌ها و روایت‌ها را در کانال‌های رسانه‌های متعدد تشویق می‌کند و حالت‌های فعال‌تری از تماشاگر را می‌طلبد

فرهنگ مشارکتی و در نتیجه‌ی آن، هوش جمعی، ظرفیت تولید یک جامعه را گسترش می‌دهد، زیرا افراد را از محدودیت‌های حافظه‌شان رها می‌کند و گروه را قادر می‌سازد تا بر اساس طیف وسیع‌تری از تخصص عمل کند. همان‌طور که لوی می‌نویسد، در یک جامعه، «هیچ‌کس همه‌چیز را نمی‌داند، همه، چیزی را می‌دانند، همه‌ی دانش در انسان قرار دارد» (جنکینز، ۲۰۰۲: ۱۳۷-۱۳۶).

در ادامه‌ی مبحث فرهنگ مشارکتی، ما در رسانه‌های مختلف شاهد توسعه

نقش رسانه‌های جدید در فرایند آموزش و یادگیری دانش‌آموزان...؛ عبداللّهی نژاد و مهاجری امیری | ۱۰۷

تکنولوژی‌های تولید - مصرف‌کننده بوده‌ایم؛ فرهنگ مشارکتی به مثابه مفهومی در برابر فرهنگ مصرفی؛ فرهنگی است که در آن افراد خصوصی (عمومی) تنها به عنوان مصرف‌کننده صرف عمل نمی‌کنند، بلکه در جایگاه مشارکت‌کننده یا تولیدکننده نیز عمل می‌کنند.

فرهنگ مشارکتی اغلب برای تولید یا ایجاد برخی از انواع محتوای رسانه‌ای جدید به کار می‌رود. همان گونه که لانگ و آی تو (۲۰۱۰) می‌گویند؛ گسترش دسترسی به ابزارهای رسانه‌ای جدید و قابلیت‌های متنوع در تولید و اشتراک‌گذاری محتوای نوین، یک بوم‌شناسی رسانه‌ای جدیدی را ایجاد کرده که کاربران به ویژه نسل نوجوان از طریق این بستر می‌توانند در حین استفاده از متن یا تصاویر به اشتراک گذاشته شده از سوی دیگر کاربران، محتوای چندرسانه‌ای و ترکیبی خود را بسازند و آن را برای مصرف دیگران از طریق صفحات شخصی یا عمومی در رسانه‌های جدید به اشتراک گذارند. -Guerrero (Pico, Masanet&Scolari, 2018:3)

به عبارت دیگر، در بستر چنین رویکردی است که می‌توان از مشارکت کاربران در تولید و به اشتراک‌گذاری محتوای جدید به جای مصرف‌کنندگان متن‌های رسانه‌ای سنتی سخن به میان آورد.

دانش‌آموزان مقطع متوسطه که در یک دسته‌بندی نسلی، عضو نسل Z به شمار می‌روند، سهم بزرگی از تولیدات رسانه‌ای در فضای مجازی را به خود اختصاص می‌دهند و مشارکت‌کنندگان فعال شبکه‌های اجتماعی هستند. آنان را که بومیان دیجیتال و نسل آنلاین نیز می‌نامند و متولدین ۱۹۹۶ به بعد هستند، در جهان پر از وسایل ارتباطی متولد شدند و به همین دلیل، شاهد تفاوت‌هایی در حوزه روابط اجتماعی آنلاین، یادگیری و عادات زندگی این نسل با نسل‌های قبلی هستیم.

آن‌ها روابط خانوادگی محکمی مانند نسل‌های پیشین ندارند؛ باهوش هستند اما هوش هیجانی آن‌ها به طور قابل توجهی توسعه نیافته است؛ به دلیل کار با برنامه‌های دیجیتالی، چند کار را در یک زمان انجام می‌دهند و دقیق بودن یا توانایی تمرکز و به خاطر

سپردن برای آن‌ها دشوار است. تصور بصری در این نسل غالب است و تخیل و خلاقیت در رتبه دوم قرار دارد.

نسل زد نسلی است که آواتارها جهان دوم زندگی و ازجمله نقش‌های عادی هستند. بسیاری از آنان از اختلال خواب رنج می‌برند زیرا نمی‌خواهند چیزی را در فضای مجازی از دست بدهند.

از جهت میزان مطالعه، آن‌ها لزوماً کمتر از نسل‌های قبل مطالعه نمی‌کنند، بلکه سبک مطالعه در این نسل با مطالعه سنتی متفاوت است و مطالعه همراه با جهش، با سرعت زیاد و با تمرکز بر خواننده و نه نویسنده انجام می‌شود. حضور و وجود داشتن در میان این نسل با آنلاین بودن در فضای مجازی تعریف می‌شود (ژوزا امسه چوبانکا، ۲۰۱۶: ۷۱-۶۷).

برای این نسل، به فراخور سن و نقش اجتماعی «دانش‌آموزی»، حضور در مدرسه و آموزش بخش مهمی از فعالیت‌های روزانه آن‌ها را تشکیل می‌دهد. **آموزش** به عنوان تلاشی آگاهانه برای ترویج یادگیری به دیگران برای کسب دانش، مهارت‌ها و شخصیت تعریف می‌شود.

برای دستیابی به آموزش مطلوب، از روش‌های مختلف استفاده می‌شد. ظهور فناوری‌های جدید اطلاعات و ارتباطات و اینترنت، فرآیند آموزش و یادگیری را ساده کرد و تا زمان تولد یادگیری الکترونیک گسترش یافت.

آموزش الکترونیک یادگیرنده را قادر می‌سازد تا مرحله یادگیری خود را تنظیم کند. همچنین شکستن محدودیت‌های جغرافیایی، یادگیری فردی را ارتقا می‌دهد.

آموزش الکترونیک چیزی نیست جز استفاده گسترده از اینترنت، وسایل الکترونیکی و شبکه‌های اجتماعی برای انتشار دانش. ازجمله ویژگی‌های کلیدی یادگیری الکترونیک، استفاده مجدد، به اشتراک گذاری منابع و قابلیت همکاری است (دومینیس و همکاران، ۲۰۱۴: ۹-۸).

ورود فن آوری به عرصه فعالیت‌های یادگیری، منجر به انتقال نظریه‌های یادگیری به عصر دیجیتال می‌شود. ما دیگر نمی‌توانیم شخصاً همه‌ی آموخته‌هایی را که باید عمل

نقش رسانه‌های جدید در فرایند آموزش و یادگیری دانش‌آموزان...؛ عبداللهی نژاد و مهاجری امیری | ۱۰۹

کنیم، تجربه و کسب کنیم. ما شایستگی خود را از «ایجاد ارتباطات» می‌گیریم. تجربه از دیرباز بهترین معلم دانش محسوب می‌شود. از آنجایی که ما نمی‌توانیم همه چیز را تجربه کنیم، تجربیات افراد دیگر جایگزین دانش می‌شوند. «من دانش خود را در دوستانم ذخیره می‌کنم». (زیمنس ۲۰۰۵)

یکی از نظریه‌های مهم و مرتبط با بحث نقش رسانه‌های جدید در آموزش و یادگیری، نظریه ارتباط گرایی یا کانکتیویزم^۱ است.

این نظریه بر این مفروضه نظری استوار است که نظریه‌های موجود یادگیری، در عصر فناوری و عصر مجازی قادر نیستند تبیین کنند که انسان در این عصر «چگونه زندگی می‌کند»، «چگونه ارتباط برقرار می‌کند» و «چگونه یاد می‌گیرد» (خوردسندی طاسکوه، ۱۳۹۶: ۳۲۳).

در این نظریه، نقطه شروع یادگیری زمانی اتفاق می‌افتد که انتقال دانش توسط یادگیرندگان که به یک جامعه یادگیری متصل می‌شوند و در آن شرکت می‌کنند، فعال می‌شود. جوامع یادگیرنده به عنوان کسانی که «خوشه‌بندی حوزه‌های مشابه موردعلاقه که امکان تعامل، اشتراک‌گذاری، گفتگو و تفکر باهم را فراهم می‌کند» تعریف می‌شوند. مشارکت، منجر به مکالمه بین فراگیران و سایر اعضای جامعه از جمله افراد آگاه‌تر می‌شود. این مکالمات در عصر وب ۲، نه تنها از کلمات، بلکه از تصاویر و ویدئو نیز تشکیل شده است. با ظهور وب ۲، یادگیرندگان قادر به ایجاد محیط‌های یادگیری شخصی هستند.

در مدل ارتباط گرایی، جامعه یادگیری به عنوان یک گره توصیف می‌شود که همیشه بخشی از یک شبکه بزرگ‌تر است. گره‌ها از نقاط اتصال در یک شبکه پدید می‌آیند. گره‌ها همچنین ممکن است سازمان‌ها، کتابخانه‌ها، وب‌سایت‌ها، مجلات، پایگاه‌های داده یا هر منبع اطلاعات دیگری باشند.

ارتباط گرایی ادعا می‌کند که دانش به عنوان یک فرآیند سیال و پویا در شبکه‌های انسان‌ها و مصنوعات آن‌ها جریان دارد. همان‌طور که از طریق شبکه جریان می‌یابد و به

¹ connectivism

بخشی از شبکه تبدیل می‌شود، در معرض تفسیرها و تغییرات متعدد است (گلدی ۲۰۱۶: ۱۰۶۸-۱۰۶۵).

اصول ارتباط گرایی را به صورت زیر می‌توان فهرست بندی کرد:

- (۱) یادگیری و دانش در تنوع نظرات استوار است.
 - (۲) یادگیری فرآیند اتصال گره‌های تخصصی یا منابع اطلاعاتی است.
 - (۳) یادگیری و یاددهی ممکن است توسط ابزار غیر بشری (ماشین) انجام گیرد.
 - (۴) پرورش و حفظ ارتباطات برای تسهیل یادگیری مستمر از نیازهای اصلی یادگیری مشارکتی است.
 - (۵) توانایی درک ارتباط بین زمینه‌ها، ایده‌ها و مفاهیم یک مهارت اصلی است.
 - (۶) دستیابی به دانش دقیق و به روز، هدف همه فعالیت‌های یادگیری ارتباط گرایانه است.
 - (۷) تصمیم‌گیری خود یک فرآیند یادگیری است
- در پرتو این نظریه، تجزیه و تحلیل شبکه‌های اجتماعی یک عنصر مهم در درک مدل‌های یادگیری در عصر دیجیتال است. (زیمنس ۲۰۰۵)
- به بیانی دیگر، نظریه ارتباط گرایی، وجه آموزش و یادگیری در بستر جامعه شبکه‌ای است که مانوئل کاستلز بیان می‌کند.
- در نگاه کاستلز، جامعه شبکه‌ای صورتی از جامعه است که روابط میان خود را در بستر شبکه‌های رسانه‌ای ساماندهی می‌کند و به تدریج جای شبکه‌های مبتنی بر ارتباطات چهره به چهره را می‌گیرد یا آن را کامل می‌نماید؛ بنابراین شبکه‌های رسانه‌ای در حال تشکیل شکل نوینی از شیوه‌های سازمان‌دهی و ساختارهای اصلی جامعه مدرن هستند.
- او، شبکه را گروهی از نقاط اتصال یا گره‌های متصل به یکدیگر تعریف می‌کند. به بیان دیگر شبکه، مجموعه‌ای از اتصالات میان اعضای یک واحد است. اجزای هر شبکه روابط داخلی و میان سطوح واقعیت اجتماعی را مدیریت و سازمان‌دهی می‌کنند.
- در این رویکرد، شبکه‌ها پایه‌های اجتماعی جامعه را تشکیل می‌دهند و رشد شبکه‌ها موجب پیشرفت‌های بسیاری در نتایج فرآیندهای قدرت، تجربه، فرهنگ و تولید ایجاد

نقش رسانه‌های جدید در فرایند آموزش و یادگیری دانش‌آموزان...؛ عبداللّهی نژاد و مهاجری امیری | ۱۱۱

می‌کند. شبکه‌ها امکان گسترش بدون محدودیت دارند و می‌توانند تا زمانی که نقاط و گره‌های جدید امکان و توانایی ایجاد ارتباط با سایر نقاط شبکه را داشته باشند، مثلاً ارزش‌ها یا اهداف یکسان داشته باشند، ادامه‌دار باشد.

شبکه‌ها ابزار قدرتمندی برای دستیابی به اهداف در حوزه‌های مختلف هستند. از جمله اهداف اقتصاد سرمایه‌داری، فرهنگ بر پایه ساختارشکنی، ساختارهای حکومتی که با ارزش‌های عمومی جدید سازگار شده است و همچنین برای سازمان‌های اجتماعی که در پی نابودی زمان و مکان هستند.

در نگاهی عمیق‌تر، پایه‌های مادی جامعه، یعنی زمان و مکان، در حال تغییر است و پیرامون بی‌زمانی و بی‌مکانی شکل می‌گیرد. همچنین فاصله اجتماعی نامحدودی میان این شبکه گسترده و بیشتر افراد و مشاغل و فعالیت‌ها و مکان‌ها در تمام جهان ایجاد می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۰).

پرسش‌ها و فرضیه‌های پژوهش

- دانش‌آموزان تهرانی مقطع متوسطه به‌صورت میانگین روزانه، چقدر در شبکه‌های اجتماعی حضور دارند؟

- میزان محبوبیت و مطلوبیت کدام‌یک از شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان دانش‌آموزان مورد بررسی بیشتر است؟

- میان جنسیت دانش‌آموزان تهرانی مقطع متوسطه با استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌منظور یادگیری مشارکتی رابطه معنادار وجود دارد.

- میان میزان استفاده دانش‌آموزان تهرانی مقطع متوسطه از رسانه‌های اجتماعی با اختلال در درس خواندن آن‌ها به علت استفاده از رسانه‌های اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد.

- میان میزان استفاده دانش‌آموزان تهرانی مقطع متوسطه از رسانه‌های اجتماعی با استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت رهایی از استرس درس و امتحان رابطه معنادار وجود دارد.

- میان میزان استفاده دانش‌آموزان تهرانی مقطع متوسطه از رسانه‌های اجتماعی با استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌منظور دسترسی به محتوای درسی و آموزشی رابطه معنادار وجود

دارد.

-میان میزان استفاده دانش‌آموزان تهرانی مقطع متوسطه از رسانه‌های اجتماعی با کمک گرفتن از معلم در این بستر رابطه معنادار وجود دارد.

روش‌شناسی

این پژوهش با توجه به موضوع و اهداف آن با استفاده از روش کمی (پیمایش) انجام شده است. بنا به تعریف دواس، پیمایش مجموعه‌ای از روش‌های منظم و استاندارد است که برای جمع‌آوری اطلاعات درباره افراد، خانواده‌ها و یا مجموعه‌های بزرگ‌تر مورد استفاده قرار می‌گیرد. پیمایش به معنی تکنیک خاصی در گردآوری اطلاعات نیست هرچند عمدتاً از پرسشنامه استفاده می‌شود اما فنون دیگری از قبیل مصاحبه عمیق و مصاحبه ساختنی مشاهده تحلیل محتوی جز این‌ها هم به کار می‌رود (دواس، ۱۳۹۵: ۱۳).

پرسشنامه محقق ساخته به‌عنوان ابزار گردآوری داده‌ها در این مطالعه مورد استفاده قرار گرفته است. جامعه آماری این پژوهش تمامی دانش‌آموزان مقطع متوسطه اول و دوم شهر تهران است که با انجام نمونه‌گیری به شیوه احتمالی (تصادفی) پس از به دست آوردن حجم نمونه در فرمول کوکران به میزان ۴۵۰ دانش‌آموز در ۸ دبیرستان (۴ مدرسه دخترانه و ۴ مدرسه پسرانه) کار جمع‌آوری داده‌ها انجام شده است.

در این تحقیق از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شده است به‌این ترتیب که ابتدا با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای شده از بین مناطق مختلف تهران هشت منطقه به‌طور تصادفی ساده انتخاب شد. در مرحله دوم از میان مدارس مقطع متوسطه هر منطقه، یک مدرسه را انتخاب کرده و در نهایت از هر مدرسه، چندپایه به‌صورت تصادفی ساده انتخاب شد و در مرحله آخر با استفاده از روش نمونه‌گیری منظم یا سیستماتیک پاسخگویان را از میان دانش‌آموزان انتخاب کردیم.

در این پژوهش از جداول فراوانی در سطح توصیف یافته‌ها و از آزمون‌های آماری کاسکوئر (مجذور کا)، واریانس دوطرفه و ... برای تبیین و تشریح یافته‌ها در سطح آمار استنباطی بهره گرفته شده است.

روایی و پایایی تحقیق

روایی

استفاده از یک پرسشنامه بدون آزمون اولیه، منجر به پژوهشی ضعیف می‌شود. از این رو با استفاده از قواعدی می‌توان از روایی (اعتبار) و پایایی وسیله اندازه‌گیری به کار گرفته شده اطمینان حاصل کرد.

سؤالی که در آزمون روایی مطرح می‌شود این است که آیا واقعاً همان چیزی اندازه‌گیری می‌شود که ما مدعی اندازه‌گیری آن هستیم؟ برای پی بردن به روایی اعتبار یک شیوه مطالعه، راه‌های مختلفی وجود دارد که یکی از این راه‌ها، اعتبار صوری است. منظور از اعتبار صوری، میزان توافق متخصصان یک امر در رابطه با یک شاخص یا معیار است (ساروخانی ۱۳۸۷: ۱۲۴).

به منظور کسب اطمینان از اعتبار صوری، سؤالات طراحی شده در اختیار چند نفر از اساتید دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی قرار گرفت و نظرات کارشناسانه آن‌ها در پرسشنامه اعمال شد. به این ترتیب روایی سؤالات تأیید شد و در نتیجه مقیاس واجد روایی صوری است.

پایایی

آمار پایایی شاخص آموزش و یادگیری در شبکه‌های اجتماعی در صورت حضور تمام گویه‌ها در مقیاس میزان پایایی، مقیاس بر اساس آلفای کرونباخ ۰,۳۲۰ نسبتاً پایین است. شاخص آموزش و یادگیری در شبکه‌های اجتماعی مجازی که مسئله اصلی پژوهش پیش رو است؛ شامل پنج مقوله «یادگیری مشارکتی از طریق رسانه‌های اجتماعی»، «اختلال در درس خواندن به علت حضور در رسانه‌های اجتماعی»، «استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت رهایی از استرس درس و امتحان»، «استفاده از رسانه‌های اجتماعی به منظور دسترسی به محتوای درسی و آموزشی» و «کمک گرفتن از معلم در این بستر» می‌شود. به منظور سنجش ضریب پایایی این شاخص از آلفای کرونباخ استفاده شد که بر اساس مقدار

به‌دست آمده، در چهار مقوله «یادگیری مشارکتی از طریق رسانه‌های اجتماعی»، «اختلال در درس خواندن به علت حضور در رسانه‌های اجتماعی»، «استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت رهایی از استرس درس و امتحان»، «استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌منظور دسترسی به محتوای درسی و آموزشی» ضریب پایایی نسبتاً قابل قبول و به میزان ۵۲۰ است. در شاخص پنجم یعنی «کمک گرفتن از معلم» این ضریب پایین‌تر از حداقل مورد انتظار بود که از فرایند تبیین در پژوهش کنار گذاشته شد.

یافته‌های پژوهش

در این بخش، یافته‌های حاصل از پژوهش در دو بخش یافته‌های توصیفی (جداول فراوانی) و یافته‌های تبیینی (حاصل از آزمون‌های آماری) ارائه می‌شود.

یافته‌های توصیفی

سیمای پاسخگویان

از مجموع ۴۵۰ دانش‌آموز شرکت‌کننده در این پیمایش، تعداد ۲۰۶ پسر (۴۵٫۸ درصد) و تعداد ۲۴۸ دختر (۵۴٫۲ درصد) بوده‌اند.

در این میان، تعداد ۷۶ پسر (۱۶٫۹ درصد) در دبیرستان پسرانه اسوه، تعداد ۳۷ پسر (۸٫۲ درصد) در دبیرستان پسرانه هاتف، تعداد ۱۵ پسر (۳٫۳ درصد) در دبیرستان پسرانه سلام ایران‌زمین، تعداد ۷۸ پسر (۱۷٫۳ درصد) در دبیرستان پسرانه فرهنگ، ۲۳ دختر (۵٫۱ درصد) در دبیرستان دخترانه بهار پروانه‌ها، ۵۶ دختر (۱۲٫۴ درصد) در دبیرستان دخترانه عترت، ۱۲۶ دختر (۲۸ درصد) در دبیرستان دخترانه امام صادق، ۳۹ دختر (۸٫۷ درصد) در دبیرستان دخترانه مکتب پارسا مشغول به تحصیل در مقطع متوسطه اول و دوم می‌باشند.

همچنین بررسی سن پاسخگویان نشان می‌دهد که از مجموع ۴۵۰ دانش‌آموز دبیرستانی مورد مطالعه، بیشترین دانش‌آموزان یعنی ۱۰۹ نفر ۱۴ سال (۲۴٫۲ درصد)، ۸۴ نفر ۱۳ سال (۱۸٫۷ درصد)، ۸۳ نفر ۱۵ سال (۱۸٫۴ درصد)، ۸۰ نفر ۱۷ سال (۱۷٫۸ درصد)، ۵۳ نفر ۱۶ سال (۱۱٫۸ درصد)، ۱۱ نفر ۱۸ سال (۲٫۴ درصد) و ۷ نفر ۱۲ سال (۱٫۶ درصد)

نقش رسانه‌های جدید در فرایند آموزش و یادگیری دانش‌آموزان...؛ عبداللهی نژاد و مهاجری امیری | ۱۱۵

بودند.

بیشتر پاسخگویان ۳۱,۹ درصد (۹۹ نفر) ساکن شمال شهر شامل مناطق ۱ و ۲ و ۳ بودند. کمترین آن‌ها پاسخگویان ساکن منطقه جنوب تهران شامل مناطق ۱۶ و ۱۹ و ۲۰ با ۰,۶ درصد (۲ نفر) بودند.

بررسی متغیر شغل پدر دانش‌آموزان نشان می‌دهد که بیشتر آن‌ها (۴۲,۲) اعلام کرده‌اند که پدرشان دارای شغل کارمند بوده و به ترتیب مشاغل دیگر هر کدام به صورت زیر می‌باشد:

۱۸۰ نفر شغل آزاد (۴۰ درصد)، ۲۲ نفر استاد دانشگاه (۴,۹ درصد)، ۱۳ نفر کارگر (۲,۹ درصد)، ۱۰ نفر معلم مدرسه (۲,۲) و ۹ نفر بیکار یا دارای شغل نیمه‌وقت (۲ درصد).

جدول ۱. فراوانی و درصد فراوانی میزان حضور در شبکه‌های اجتماعی

میزان حضور در شبکه‌های اجتماعی	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
کمتر از ۱ ساعت	۵۰	۱۱,۱	۱۱,۱	۱۱,۱
از ۱ تا ۲ ساعت	۹۸	۲۱,۸	۲۱,۸	۳۳,۰
از ۲ تا ۳ ساعت	۹۴	۲۰,۹	۲۰,۹	۵۳,۹
از ۳ تا ۴ ساعت	۸۱	۱۸,۰	۱۸,۰	۷۱,۹
از ۴ تا ۵ ساعت	۵۹	۱۳,۱	۱۳,۱	۸۵,۱
بیشتر از ۵ ساعت	۶۷	۱۴,۹	۱۴,۹	۱۰۰,۰
مجموع	۴۴۹	۹۹,۸	۱۰۰,۰	
نامشخص	۱	۰,۲		
مجموع	۴۵۰	۱۰۰		

جدول فوق نشان می‌دهد از مجموع ۴۵۰ دانش‌آموز دبیرستانی مورد مطالعه، ۹۸ دانش‌آموز از ۱ تا ۲ ساعت (۲۱,۸ درصد)، ۹۴ دانش‌آموز از ۲ تا ۳ ساعت (۲۰,۹ درصد)، ۸۱ دانش‌آموز از ۳ تا ۴ ساعت (۱۸ درصد)، ۶۷ دانش‌آموز بیش از ۵ ساعت (۱۴,۹ درصد)، ۵۹ دانش‌آموز از ۴ تا ۵ ساعت (۱۳,۱) و ۵۰ دانش‌آموز کمتر از ۱ ساعت (۱۱,۱ درصد) از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند.

جدول ۲. فراوانی و درصد فراوانی میزان مطلوبیت رسانه‌های اجتماعی از نگاه پاسخگویان

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	رسانه اجتماعی مطلوب	
۵۸,۴	۵۸,۴	۵۵,۸	۲۵۱	اینستاگرام	پاسخ‌های معتبر
۸۲,۶	۲۴,۳	۲۳,۱	۱۰۴	واتساپ	
۹۳,۵	۱۰,۹	۱۰,۴	۴۷	بله	
۱۰۰,۰	۶,۴	۶,۰	۲۷	رویتیکا	
	۱۰۰,۰	۹۵,۶	۴۳۰	مجموع	
		۴,۴	۲۰	مجموع	بدون پاسخ
		۱۰۰,۰	۴۵۰	مجموع	

بر اساس داده‌های جدول بالا، از مجموع ۴۵۰ دانش‌آموز و ۴۳۰ پاسخ صحیح به سؤال «اگر قرار باشد از میان شبکه‌های اجتماعی زیر یکی را انتخاب کنید کدام یک گزینه مطلوب شماست؟»، ۲۵۱ نفر (۵۵,۴ درصد) اینستاگرام، ۱۰۴ نفر (۲۴,۳ درصد) واتساپ، ۴۷ نفر (۱۰,۹ درصد) بله و ۲۷ نفر (۶,۴ درصد) رویتیکا را انتخاب کردند.

یافته‌های تبیینی

بررسی رابطه جنسیت دانش‌آموزان تهرانی مقطع متوسطه با استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌منظور یادگیری مشارکتی

جدول ۳. فراوانی و جنسیت در گویه‌ی استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌منظور یادگیری مشارکتی

مجموع	جنسیت		استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌منظور یادگیری مشارکتی	
	زن	مرد		
۲۰	۱۶	۴	تعداد	همیشه
٪۱۰۰	٪۸۰,۰	٪۲۰,۰	درصد استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌منظور یادگیری مشارکتی	
٪۴,۵	٪۶,۶	٪۱,۹	درصد در: جنسیت	
۸۵	۵۳	۳۲	تعداد	بیشتر اوقات
٪۱۰۰	٪۶۲,۴	٪۳۷,۶	درصد استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌منظور یادگیری مشارکتی	
٪۱۸,۹	٪۲۱,۸	٪۱۵,۵	درصد در: جنسیت	

نقش رسانه‌های جدید در فرایند آموزش و یادگیری دانش‌آموزان...؛ عبداللهی نژاد و مهاجری امیری | ۱۱۷

مجموع	جنسیت		استفاده از رسانه‌های اجتماعی به منظور یادگیری مشارکتی	
	زن	مرد		
۱۲۸	۷۷	۵۱	تعداد	گاهی اوقات
%۱۰۰	%۶۰,۲	%۳۹,۸	درصد استفاده از رسانه‌های اجتماعی به منظور یادگیری مشارکتی	
%۲۸,۵	%۳۱,۷	%۲۴,۸	درصد در: جنسیت	
۱۴۱	۶۵	۷۶	تعداد	به ندرت
%۱۰۰	%۴۶,۱	%۵۳,۹	درصد استفاده از رسانه‌های اجتماعی به منظور یادگیری مشارکتی	
%۳۱,۴	%۲۶,۷	%۳۶,۹	درصد در: جنسیت	
۷۵	۳۲	۴۳	تعداد	هرگز
%۱۰۰	%۴۲,۷	%۵۷,۳	درصد استفاده از رسانه‌های اجتماعی به منظور یادگیری مشارکتی	
%۱۶,۷	%۱۳,۲	%۲۰,۹	درصد در: جنسیت	
۴۴۹	۲۴۳	۲۰۶	تعداد	مجموع
%۱۰۰	%۵۴,۱	%۴۵,۹	درصد استفاده از رسانه‌های اجتماعی به منظور یادگیری مشارکتی	
%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	درصد در: جنسیت	

از میان ۴۴۹ پاسخگو به این گویه، ۲۰۶ نفر مرد و ۲۴۳ نفر زن بودند. پاسخ ۱۶ نفر از زنان (۶,۶ درصد) و پاسخ ۴ نفر از مردان (۱,۹ درصد) همیشه بوده است. همچنین پاسخ ۵۳ نفر از زنان (۲۱,۸ درصد) و پاسخ ۳۲ نفر (۱۵,۵ درصد) از مردان بیشتر اوقات بوده است. از سوی دیگر ۷۶ نفر از مردان (۳۶,۹ درصد) و تنها ۶۵ نفر از زنان (۲۶,۷ درصد) گزینه به ندرت و ۴۳ نفر از مردان (۲۰,۹ درصد) در برابر ۳۲ نفر از زنان (۱۳,۲ درصد) هرگز را انتخاب کردند.

آزمون‌های کای اسکوتر			
آزمون‌ها	مقدار	درجه آزادی	معناداری
کای اسکوتر پیرسون	۱۷,۲۰۹	۴	۰,۰۰۲
نسبت احتمال	۱۷,۶۹۶	۴	۰,۰۰۱
همبستگی خطی	۱۵,۵۰۴	۱	۰,۰۰۰
تعداد نمونه‌های معتبر	۴۴۹		

جدول فوق نتیجه آزمون کای اسکور یا خی دو را نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود با توجه به میزان خطا (۰.۰۲۰) با اطمینان ۰.۹۵ می‌توان گفت که بین جنسیت و استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای یادگیری به صورت مشارکتی با دوستان و همکلاسی‌ها رابطه معناداری وجود دارد؛ و زنان بیش از مردان تمایل به استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای یادگیری به صورت مشارکتی با دوستان و همکلاسی‌ها دارند.

ضرایب فی و وی کرامرز	مقدار	معناداری تقریبی
ضریب فی	۰.۱۹۶	۰.۰۰۲
ضریب وی کرامرز	۰.۱۹۶	۰.۰۰۲
تعداد نمونه‌های معتبر	۴۴۹	

جدول فوق ضرایب فی و وی کرامرز را در مورد شدت رابطه همبستگی بین دو متغیر جنسیت و گویه من از رسانه‌های اجتماعی برای یادگیری به صورت مشارکتی با دوستان و همکلاسی‌هایم استفاده می‌کنم نشان می‌دهد. همان‌طور که گفته شد رابطه معناداری میان این دو متغیر وجود دارد اما شدت این رابطه ضعیف است. (وی کرامرز: ۰.۱۹۶)

میان میزان استفاده دانش‌آموزان تهرانی مقطع متوسطه از رسانه‌های اجتماعی با اختلال در درس خواندن آن‌ها به علت استفاده از رسانه‌های اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد. این متغیر با گویه‌ی «حضور در شبکه‌های اجتماعی باعث ایجاد اختلال در درس خواندن من می‌شود» در طیف لیکرت سنجیده شد.

از میان ۴۴۸ پاسخگو به این گویه، ۱۴۷ نفر کمتر از ۲ ساعت، ۱۷۵ نفر ۲ تا ۴ ساعت و ۱۲۶ نفر بیشتر از ۴ ساعت در رسانه‌های اجتماعی حضور داشتند. از میان افرادی که بیشترین حضور در رسانه‌های اجتماعی را داشتند، تعداد افراد بیشتری گزینه همیشه (۲۴ نفر، ۵.۴ درصد) و بیشتر اوقات (۲۸ نفر، ۶.۳ درصد) را انتخاب کردند. همچنین افرادی که کمترین حضور را در رسانه‌های اجتماعی داشتند بیشتر گزینه هرگز (۳۸ نفر، ۸.۵ درصد) و به ندرت (۵۳ نفر، ۱۱.۸ درصد) را انتخاب کردند.

نتیجه آزمون کای اسکور یا خی دو نشان می‌دهد با اطمینان ۰.۹۵ می‌توان گفت که بین

نقش رسانه‌های جدید در فرایند آموزش و یادگیری دانش‌آموزان...؛ عبداللهی نژاد و مهاجری امیری | ۱۱۹

میزان حضور در رسانه‌های اجتماعی و گویه حضور در شبکه‌های اجتماعی باعث ایجاد اختلال در درس خواندن من می‌شود رابطه معناداری وجود دارد.

درواقع افرادی که بیشتر در رسانه‌های اجتماعی حضور دارند، بیشتر اثرات مخرب آن بر درس خواندن را گزارش کرده‌اند تا افرادی که کمتر در رسانه‌های اجتماعی حضور دارند؛ و به این خاطر افراد کم حضور در رسانه‌های اجتماعی، گزینه‌های هرگز و به‌ندرت را انتخاب کرده‌اند.

میان میزان استفاده دانش‌آموزان تهرانی مقطع متوسطه از رسانه‌های اجتماعی با استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت رهایی از استرس درس و امتحان رابطه معنادار وجود دارد. این متغیر با گویه‌ی «من از رسانه‌های اجتماعی برای رهایی از استرس‌های درس و امتحان استفاده می‌کنم» در طیف لیکرت سنجیده شد.

از میان ۴۴۸ پاسخگو به این گویه، ۱۴۷ نفر کمتر از ۲ ساعت، ۱۷۵ نفر ۲ تا ۴ ساعت و ۱۲۶ نفر بیشتر از ۴ ساعت در رسانه‌های اجتماعی حضور داشتند.

نتیجه آزمون کای اسکوئر یا خی دو نشان می‌دهد با توجه به میزان خطا (۰,۰۰۰) با اطمینان ۰,۹۵ می‌توان گفت که بین میزان حضور در رسانه‌های اجتماعی و گویه من از رسانه‌های اجتماعی برای رهایی از استرس‌های درس و امتحان استفاده می‌کنم رابطه معناداری وجود دارد.

از میان افرادی که بیشترین حضور در رسانه‌های اجتماعی را داشتند، تعداد افراد بیشتری گزینه همیشه (۳۷ نفر، ۸,۳ درصد) و بیشتر اوقات (۲۵ نفر، ۵,۶ درصد) را انتخاب کردند. همچنین افرادی که کمترین حضور را در رسانه‌های اجتماعی داشتند بیشتر گزینه هرگز (۶۴ نفر، ۱۴,۳ درصد) و به‌ندرت (۳۴ نفر، ۷,۶ درصد) را انتخاب کردند.

میان میزان استفاده دانش‌آموزان تهرانی مقطع متوسطه از رسانه‌های اجتماعی با استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌منظور دسترسی به محتوای درسی و آموزشی رابطه معنادار وجود دارد. این متغیر با گویه‌ی «من از رسانه‌های اجتماعی برای دسترسی به محتوای درسی و آموزشی استفاده می‌کنم» در طیف لیکرت سنجیده شد.

از میان ۴۴۸ پاسخگو به این گویه، ۱۴۷ نفر کمتر از ۲ ساعت، ۱۷۵ نفر ۲ تا ۴ ساعت و ۱۲۶ نفر بیشتر از ۴ ساعت در رسانه‌های اجتماعی حضور داشتند. از میان افرادی که بیشترین حضور در رسانه‌های اجتماعی را داشتند، تعداد افراد بیشتری گزینه هرگز (۱۹ نفر، ۴٫۲ درصد) و به‌ندرت (۴۱ نفر، ۹٫۱ درصد) را انتخاب کردند.

نتیجه آزمون کای اسکوئر یا خی دو نشان می‌دهد با اطمینان ۰٫۹۵ می‌توان گفت که بین میزان حضور در رسانه‌های اجتماعی و گویه من از رسانه اجتماعی برای دسترسی به محتوای درسی و آموزشی استفاده می‌کنم رابطه معناداری وجود دارد.

یعنی افراد پرحضور، کمتر به این دلیل در رسانه‌های اجتماعی حضور دارند که به محتوای درسی دسترسی پیدا کنند. از سوی دیگر افرادی که کمتر در رسانه‌های اجتماعی حضور دارند از همان زمان نیز برای دسترسی به محتوای درسی استفاده می‌کنند. بر این اساس ۲۸ نفر از افراد (۶٫۲ درصد) گزینه همیشه و ۳۸ نفر (۸٫۵ درصد) گزینه بیشتر اوقات را انتخاب کردند.

میان میزان استفاده دانش‌آموزان تهرانی مقطع متوسطه از رسانه‌های اجتماعی با کمک گرفتن از معلم در این بستر رابطه معنادار وجود دارد.

این متغیر با گویه‌ی «من از رسانه‌های اجتماعی برای کمک گرفتن بیشتر از معلم استفاده می‌کنم...» در طیف لیکرت سنجیده شد.

از میان ۴۴۸ پاسخگو به این گویه، ۱۴۷ نفر کمتر از ۲ ساعت، ۱۷۵ نفر ۲ تا ۴ ساعت و ۱۲۶ نفر بیشتر از ۴ ساعت در رسانه‌های اجتماعی حضور داشتند.

نتیجه آزمون کای اسکوئر یا خی دو نشان می‌دهد با اطمینان ۰٫۹۵ می‌توان گفت که بین میزان حضور در رسانه‌های اجتماعی و گویه من از رسانه‌های اجتماعی برای کمک گرفتن بیشتر از معلم استفاده می‌کنم رابطه معناداری وجود دارد.

نسبت افراد کم حضور به افراد پرحضور در انتخاب گویه من از رسانه‌های اجتماعی برای کمک گرفتن بیشتر از معلم استفاده می‌کنم معکوس است.

یعنی افرادی که حضور کمتری در رسانه‌های اجتماعی دارند نسبت به افرادی که حضور بیشتری دارند بیشتر گزینه‌های مثبت همیشه (۱۲ نفر، ۲٫۷ درصد) و بیشتر اوقات (۲۹ نفر، ۶٫۵

نقش رسانه‌های جدید در فرایند آموزش و یادگیری دانش‌آموزان...؛ عبداللّهی نژاد و مهاجری امیری | ۱۲۱

درصد) را انتخاب کردند. درحالی‌که افراد پرحضور کمتر به نسبت افراد کم حضور کمتر گزینه مثبت را انتخاب کردند (۵ نفر، ۱،۱ درصد همیشه و ۱۰ نفر، ۲،۲ بیشتر اوقات). از سوی دیگر افراد پرحضور نسبت به افراد کم حضور بیشتر گزینه منفی را انتخاب کردند؛ یعنی این افراد (پرحضور) کمتر از افراد کم حضور از رسانه‌های اجتماعی برای کمک گرفتن از معلم استفاده می‌کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

در این مقاله، تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر فرآیند آموزش و یادگیری دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر تهران مورد مطالعه قرار گرفته است که با توجه به موضوع و اهداف از روش کمی (پیمایش) در آن استفاده شده است. پرسشنامه محقق‌ساخته میان ۴۵۰ دانش‌آموز مقطع متوسطه اول و دوم در مناطق مختلف تهران به لحاظ جغرافیایی توزیع شد که ۲۰۶ نفر (۴۵،۸ درصد) پسر و ۲۴۸ نفر (۵۴،۲ درصد) دختر و سن پاسخگویان میان ۱۴ تا ۱۸ سال بوده است.

از مجموع ۴۵۰ دانش‌آموز دبیرستانی مورد مطالعه، ۹۸ دانش‌آموز از ۱ تا ۲ ساعت (۲۱،۸ درصد)، ۹۴ دانش‌آموز از ۲ تا ۳ ساعت (۲۰،۹ درصد)، ۸۱ دانش‌آموز از ۳ تا ۴ ساعت (۱۸ درصد)، ۶۷ دانش‌آموز بیش از ۵ ساعت (۱۴،۹ درصد)، ۵۹ دانش‌آموز از ۴ تا ۵ ساعت (۱۳،۱ درصد) و ۵۰ دانش‌آموز کمتر از ۱ ساعت (۱۱،۱ درصد) از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. این آمار گویای این مسئله است که رسانه‌های اجتماعی جزء لاینفک زندگی این نسل (نسل Z) به شمار می‌آید و آنان زمان زیادی را صرف حضور در فضای مجازی و استفاده از انواع محتواهای موجود در آن می‌کنند.

در عصر پلتفرم‌های رسانه‌ای جدید، ماهیت، اهداف و کارکردهای سنتی و کلاسیک آموزش تغییر کرده و آموزش از طریق ابزارهای ارتباطی الکترونیک در دستور کار قرار گرفته است. همان‌گونه که دومینیس و همکاران (۲۰۱۴) عنوان می‌کنند، آموزش الکترونیک چیزی جز استفاده گسترده از اینترنت، وسایل الکترونیکی و شبکه‌های اجتماعی برای انتشار دانش نیست و ازجمله ویژگی‌های کلیدی آن، استفاده مجدد، به اشتراک‌گذاری منابع و قابلیت همکاری است. یافته‌های این پژوهش نیز در همین راستا میزان تأثیرگذاری و نقش آفرینی

رسانه‌های جدید در فرایند آموزش و یادگیری در میان دانش‌آموزان را تأیید می‌کند. نتایج در مورد رسانه‌های مطلوب در امر پیشبرد برنامه‌های آموزشی و کاربردهای آن در یادگیری نوجوانان نسل زد مورد مطالعه، بیانگر این موضوع است که در میان چهار رسانه اجتماعی مورد مطالعه یعنی اینستاگرام، واتساپ، بله و رویکا، رسانه اجتماعی اینستاگرام با ۵۵٫۸ درصد بالاترین محبوبیت را دارد و پس از آن واتساپ با ۲۳٫۱ درصد در جایگاه دوم قرار دارد. سپس بله با ۱۰٫۴ درصد و در آخر، رویکا با ۶ درصد در رتبه سوم و چهارم قرار می‌گیرند.

در سطح یافته‌های تبیینی نیز بررسی رابطه متغیر جنسیت دانش‌آموزان با متغیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی به منظور یادگیری مشارکتی، بیانگر وجود رابطه معنادار میان این دو متغیر است و زنان بیش از مردان تمایل به استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای یادگیری به صورت مشارکتی با دوستان و همکلاسی‌ها دارند.

همچنین یافته‌های این تحقیق حکایت از آن دارد که هرچه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی از سوی دانش‌آموزان مورد مطالعه بیشتر باشد، اثرات مخرب بیشتری بر درس خواندن و آموزش برجای می‌گذارد و در این راستا، همچنین افراد کم حضور در رسانه‌های اجتماعی، کمتر دچار این اثرات مخرب شده‌اند. از این رو، می‌توان گفت که میان میزان حضور در رسانه‌های اجتماعی و اختلال در درس خواندن در نتیجه حضور در شبکه‌های اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. یافته اخیر در بسیاری از پژوهش‌هایی که با موضوع مطالعه تأثیرگذاری استفاده بیش از حد از محتواهای پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی بر انواع اختلالات شخصیتی و روانی انجام شده به چشم می‌خورد و تأیید شده است (اناری و همکاران، ۱۳۹۲: ۴۳).

یافته‌های مقاله همچنین وجود رابطه معنادار میان میزان استفاده دانش‌آموزان از رسانه‌های اجتماعی با استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت رهایی از استرس درس و امتحان را تأیید می‌کند و از میان افرادی که بیشترین حضور در رسانه‌های اجتماعی را داشتند، تعداد افراد بیشتری گزینه «همیشه» و «بیشتر اوقات» را انتخاب کردند. همچنین افرادی که کمترین حضور

نقش رسانه‌های جدید در فرایند آموزش و یادگیری دانش‌آموزان...؛ عبداللهی نژاد و مهاجری امیری | ۱۲۳

را در رسانه‌های اجتماعی داشتند بیشتر گزینه «هرگز» و «به ندرت» را انتخاب کردند. نتایج آزمون‌های آماری وجود رابطه معنادار اما معکوس را میان میزان استفاده دانش‌آموزان از رسانه‌های اجتماعی با استفاده از رسانه‌های اجتماعی به منظور دسترسی به محتوای درسی و آموزشی را تأیید می‌کنند؛ یعنی افراد پرحضور، کمتر به این دلیل در رسانه‌های اجتماعی حضور دارند که به محتوای درسی دسترسی پیدا کنند. از سوی دیگر افرادی که کمتر در رسانه‌های اجتماعی حضور دارند از همان زمان نیز برای دسترسی به محتوای درسی استفاده می‌کنند.

بررسی رابطه میزان استفاده دانش‌آموزان از رسانه‌های اجتماعی و متغیر «کمک گرفتن از معلم در این بستر»، بیانگر معناداری رابطه است و نسبت افراد کم حضور به افراد پرحضور در انتخاب گویه «من از رسانه‌های اجتماعی برای کمک گرفتن بیشتر از معلم استفاده می‌کنم»، معکوس است؛ یعنی افرادی که حضور کمتری در رسانه‌های اجتماعی دارند نسبت به افرادی که حضور بیشتری دارند بیشتر گزینه‌های مثبت را انتخاب کردند. از سوی دیگر افراد پرحضور نسبت به افراد کم حضور بیشتر گزینه منفی را انتخاب کردند؛ یعنی این افراد (پرحضور) کمتر از افراد کم حضور از رسانه‌های اجتماعی برای کمک گرفتن از معلم استفاده می‌کنند.

یافته‌های این پژوهش در مجموع می‌تواند در راستای گزاره‌های نظری جدید در حوزه آموزش و یادگیری همچون نظریه ارتباط گرایی تفسیر شود. بر اساس مطالعات خورسندی طاسکوه (۱۳۹۶)، نظریه‌های موجود یادگیری، در عصر فناوری و عصر مجازی قادر نیستند تبیین کنند که انسان در این عصر «چگونه زندگی می‌کند»، «چگونه ارتباط برقرار می‌کند» و «چگونه یاد می‌گیرد». در این نظریه، نقطه شروع یادگیری زمانی اتفاق می‌افتد که انتقال دانش توسط یادگیرندگان که به یک جامعه یادگیری متصل می‌شوند و در آن شرکت می‌کنند، فعال می‌شود. جوامع یادگیرنده به عنوان کسانی که «خوشه‌بندی حوزه‌های مشابه مورد علاقه که امکان تعامل، اشتراک‌گذاری، گفتگو و تفکر باهم را فراهم می‌کند» تعریف می‌شوند (خورسندی طاسکوه، ۱۳۹۶: ۳۲۳).

بر اساس آنچه یافته‌های پژوهش پیش رو به دست می‌دهد؛ در ساحت‌هایی که

دانش‌آموزان در کنار محیط سنتی درس و مدرسه وارد فضای جدید آموزش مشارکتی و یادگیری تعاملی در بستر شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌شوند؛ درواقع ارتباط‌گرایی را به‌مثابه مفهوم و عرصه‌ای به کار می‌گیرند تا با استفاده از تعامل‌ها و ارتباطاتی که در پلتفرم‌های متنوع شبکه‌های مجازی ایجاد می‌کنند، به محتواهای درسی و آموزشی دسترسی گسترده‌تر و بهتری پیدا کنند، از معلم خود در میدان آموزش سنتی فراتر روند و ورای مدرسه و کلاس درس کمک بگیرند. در این عرصه نوظهور، دانش‌آموزان به‌عنوان کنش‌گرانی فعال با اشتراک‌گذاری محتواهای متنوع چندرسانه‌ای و فرامتنی آموزشی (ترکیبی جذاب و یکپارچه از انواع محتواهای نوشتاری، صوتی (پادکست) و تصویری (عکس، فیلم و ...) وارد فرایند یادگیری مشارکتی شوند و افزون بر ایفای نقش یادگیرنده به ارسال و انتشار محتواها در فضای شبکه‌ای اقدام می‌کنند. همچنین این نسلی که بسیاری از اندیشمندان به آن‌ها «بومیان دیجیتال» (Digital natives) لقب داده‌اند، از بستر ارتباط‌گرایی و تعامل برای غلبه بر استرس‌های درس و امتحان بهره می‌جویند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Alireza
Abdollahinejad
Zahra
Mohajeriamiri

 <https://orcid.org/0000-0002-4966-4225>

 <https://orcid.org/0000-0002-4966-4225>

منابع

- اناری، آسیه، طهماسیان، کارینه و مظاهری تهرانی، محمدعلی. (۱۳۹۲). شبکه‌های اجتماعی، رضایت از زندگی، اختلالات درونی سازی شده و برونی سازی شده در نوجوانان. کنگره سراسری روانشناسی کودک و نوجوان SID. <https://sid.ir/paper/825060/fa>
- خورسندی طاسکوه، علی (۱۳۹۶). *گفتمان میان رشته‌ای دانش*. تهران: نشر پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی
- دواس، دیوید (۱۳۹۵) *طرح تحقیق در تحقیقات اجتماعی*. مترجم: ناییبی، هوشنگ. تهران: آگاه
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). *عصر اطلاعات ظهور جامعه‌ی شبکه‌ای (جلد اول)*. مترجم: علیقلیان، احمد، خاکباز، افشین. تهران: نشر طرح نو
- ویندال، س. (۱۳۹۷). *کاربرد نظریه‌های ارتباطات*. مترجم: علیرضا دهقان. تهران: نشر علمی فرهنگی.

References

- Costa-Sanchez Carmen and Mar Gerrero-Pico (2020), What is WhatsApp for? Developing through the use of whatsapp__ a case study with teenagers from Spain. *Social Media and Society*, July-September, Pp: 1-11-DOI:10.1177/2056305120942886 DOI: 10.1177/2056305120942886
- Dominic, Maria, Francis, Sagayaraj, Pilomenra, Anthony (2014). E-Learning in Web 3.0, *Modern Education and Computer Science*, Vol 2, Pp 8-14-DOI:10.5815/ijmecs.2014.02.02
- Goldie, J. G. S. (2016) Connectivism: a knowledge learning theory for the digital age?, *Medical Teacher*, Vol 38(10), pp. 1064-1069. DOI:10.3109/0142159X.2016.1173661
- Guerrero-Pico, Maria-Jose Masanet and Carlos A Scolari (2018), Toward a typology of young producers: Teenagers' transmedia skills, media production, and narrative and aesthetic appreciation. *New Media and Society*, Vol. 01, Pp:1-18.
- Henry Jenkins, (2022), Interactive Audiences? The "Collective Intelligence" of Media Fans, *New York University Press*, Vol.11, Pp:134-149. DOI:10.18574/nyu/9780814743690.001.0001
- Liang H, Xue Y, & Bradley J. (2010). Team climate, empowering leadership, and knowledge sharing, *Emerald Group Publishing Limited*, 15(2):299-312. DOI:10.1108/13673271111119709
- Siemens, G. (2005). Connectivism: A learning theory for the digital age. *International Journal of Instructional Technology and Distance*

Learning.

Zsuzsa Emese Csobanka, (2016), The Z Generation, *Technologica Dubnicae*, Vol 6(2), Pp:63-76. DOI:10.18860/abj.v8i2.23885

References [In Persian]

- Anari, Asiyeh, Tahmasiyan, Karineh, and Mazaheri Tehrani, Mohammad Ali. (2013). Social networks, life satisfaction, internalized and externalized disorders in adolescents. *National Congress of Child and Adolescent Psychology*. SID. <https://sid.ir/paper/825060/fa>
- Castells, Manuel (2001). *The information age: the emergence of a network society (Volume One)*. Translator: Aligholiyan, Ahmad, Khakbaz, Afshin. Tehran: Tarh No Publishing.
- Dawas, David (2016). *Research design in social research*. Translator: Naibi, Houshang. Tehran: Aware
- Khorsandi Taskoeh, Ali (2017). *Interdisciplinary discourse of knowledge*. Tehran: Cultural and Social Studies Research Institute.
- Windall, S. (2018). *Application of communication theories*. Translator: Alireza Dehghan. Tehran: Elmi-Farhang Publishing.

استناد به این مقاله: عبداللہی نژاد، علیرضا، مهاجری امیری، زهرا. (۱۴۰۳). نقش رسانه‌های جدید در فرایند آموزش و یادگیری دانش‌آموزان (مطالعه موردی نوجوانان دانش‌آموز دبیرستان‌های مناطق چندگانه شهر تهران)، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۱۰(۴۰)، ۹۹-۱۲۶. DOI: 10.22054/nms.2024.74097.1574



New Media Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License..