



Paper Type: Original Article



Investigating the Impact of Social Media Use on Improving the Quality of Higher Education: A Case Study of Faryab University

Karimullah Nouri^{1,*}, Dolat Mohammad Sayadi¹

¹ Department of Journalism, Faculty of Literature and Humanities, Faryab University, Maimana, Afghanistan;
karimullahnoori1@gmail.com; Sayadi.222mo@gmail.com.

Citation:



Nouri, K., & Sayadi, D. M. (2025). Investigating the impact of social media use on improving the quality of higher education: A case study of Faryab University. *Applied Studies in Educational Management and E-Learning*, 2(2), 74-86.

Received: 12 December 2024

Reviewed: 16 January 2025

Revised: 14 February 2025

Accepted: 28 April 2025

Abstract

Purpose: This study aimed to examine the effects of social media use on improving the quality of higher education at Faryab University. With the growing utilization of these platforms in recent years, the research focused on the extent and type of use by both lecturers and students.

Methodology: The study employed a descriptive–analytical and survey-based approach. A researcher-developed questionnaire was distributed among 132 lecturers and 346 students. Data were analyzed using SPSS software and statistical tests such as one-sample t-test, ANOVA, and effect size (Cohen's d).

Findings: The results indicated that both lecturers and students held a positive and significant attitude toward the use of social media in enhancing the quality of education. The t-test results showed that the mean scores were significantly higher than the theoretical value of 3, with large and strong effect sizes for most items. Additionally, significant differences were observed across academic disciplines in relation to some items.

Originality/Value: The findings suggest that social media can serve as a complementary tool in teaching and learning processes, contributing to improved educational interaction, resource accessibility, and collaborative learning.

Keywords: Virtual education, Faryab university, Educational interaction, Social media, Quality of higher education.



Corresponding Author: karimullahnoori1@gmail.com



<https://doi.org/10.48313/asemel.v2i2.75>



Licensee. **Applied Studies in Educational Management and E-Learning**. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).



بررسی تاثیر کاربرد رسانه‌های اجتماعی بر بهبود کیفیت تحصیلات عالی: مطالعه موردی پوهنتون فاریاب

کریم الله نوری^۱، دولت محمد صیادی^۱

^۱گروه ادبیات و علوم بشری پوهنتون فاریاب، میمنه، افغانستان.

چکیده

هدف: هدف این تحقیق بررسی اثرات استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر ارتقای کیفیت آموزش عالی در پوهنتون فاریاب است. با توجه به گسترش روزافزون استفاده از این رسانه‌ها، تمرکز بر نوع و میزان بهره‌برداری استادان و محصلان از آن‌ها صورت گرفت.

روش‌شناسی پژوهش: پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر داده‌های پیمایشی بود. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بود که میان ۱۳۲ استاد و ۳۴۶ محصل توزیع شد. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های آماری t تک نمونه‌ای، ANOVA و اندازه اثر (Cohen's d) تحلیل گردید.

یافته‌ها: نتایج نشان داد استادان و محصلان نگرش مثبت و معناداری نسبت به کاربرد رسانه‌های اجتماعی در ارتقای کیفیت تحصیل دارند. آزمون t بیانگر آن بود که میانگین پاسخ‌ها به‌طور معناداری بالاتر از مقدار نظری ۳ بوده و اندازه اثر در اغلب گویه‌ها بزرگ و قوی گزارش شد. همچنین، در برخی گزاره‌ها تفاوت معناداری میان نگرش رشته‌های مختلف تحصیلی مشاهده گردید.

اصالت/ارزش افزوده علمی: بر اساس یافته‌ها، رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به عنوان ابزاری مکمل در فرآیند تدریس و یادگیری مورد استفاده قرار گیرند و در بهبود تعامل آموزشی، دسترسی به منابع و یادگیری مشارکتی نقش آفرین باشند.

کلیدواژه‌ها: آموزش مجازی، پوهنتون فاریاب، تعامل آموزشی، رسانه‌های اجتماعی، کیفیت تحصیلات عالی.

۱- مقدمه

رسانه‌های اجتماعی اصطلاحی است که به‌طور خاص‌تر به برنامه‌های مبتنی بر وب ۲.۰ اشاره دارد. این برنامه‌ها امکان ایجاد و به اشتراک‌گذاری محتوای تولید شده توسط کاربر را فراهم می‌کنند [1]. رسانه‌های اجتماعی پلتفرم‌های آنلاین هستند که امکان ارتباط، اتصال و همکاری میان کاربران را فراهم می‌کنند [2]. همچنین، آن‌ها به عنوان یک سرویس آنلاین تعریف شده‌اند که به شما اجازه می‌دهد یک پروفایل عمومی یا خصوصی بسازید و با دیگران ارتباط برقرار کنید [3]. به گفته ویلابوس [4]، رسانه‌های اجتماعی که "به عنوان یک جامعه باز و غیر سلسله‌مراتبی" درک می‌شوند، بر پایه سه اصل: محتوا، ساخت و همکاری استوارند. رسانه‌های اجتماعی با ارائه محتوای رایگان و دسترسی جهانی مشخص می‌شوند. آن‌ها ساخت تعاملات، ارتباطات و فرآیندهای یادگیری را تشویق می‌کنند و فضایی مشارکتی برای کاربران فراهم می‌آورند. در این بستر، محصلان نقش فعال ایفا می‌کنند و فراتر از گیرنده‌های صرف اطلاعات، به خالقان و منتشرکنندگان دانش تبدیل می‌شوند [5].

رسانه‌های اجتماعی به عنوان نیروهای قدرتمند تغییرات تحصیلی عمل می‌کنند که می‌توانند با نیازهای یادگیری در زمینه‌های اجتماعی تر و بازتر تطبیق یابند و مرزهای آموزش سنتی را تغییر دهند [6]. ادغام رسانه‌های اجتماعی در فعالیتهای آموزشی و تحصیلی شامل سبک‌های ارتباطی هم‌زمان و غیر هم‌زمان و همچنین مجموعه‌ای گسترده از فعالیتهای است که هدف آن‌ها بهبود فضاهای آموزشی برای تبادل و فعالیت آموزشی و تحصیلی است [7]. این ابزارها شکل‌های جدیدی از یادگیری را ترویج می‌کنند و محیطی دیجیتال برای اطلاعات و ارتباط‌پذیری فراهم می‌آورند. بنابراین، یادگیری چگونگی ادغام آن‌ها در فرآیند تدریس ضروری است [8]. با این حال، نیاز به آرایه شواهد علمی برای تحلیل استفاده و آثار تحصیلی آن‌ها وجود دارد [9]. پیش از شیوع همه‌گیری کرونا، استفاده آموزشی از رسانه‌های اجتماعی بسیار محدود بود و از ظرفیت کامل آن‌ها بهره‌برداری نمی‌شد [10]؛ اما همه‌گیری کرونا، تحصیلات عالی را مجبور به ترویج آموزش آنلاین کرد و در نتیجه رسانه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری معتبر و موثر برای ارتباط تحصیلی تثبیت شدند. این اختلال غیرمنتظره، امکانات نوآورانه رسانه‌های اجتماعی و نقش آن‌ها در تسهیل فرآیند آموزش و یادگیری را آشکار کرد [11].

این پژوهش مبتنی بر مطالعه موردی است و هدف آن شناسایی تأثیر امکانات رسانه‌های اجتماعی در تحصیلات عالی از دیدگاه انتقادی از طریق تحلیل مطالعات انجام شده و مطالعه موردی در پوهنتون فاریاب است که به سوالات تحقیقی در مورد شیوه‌های مختلف تحصیلی، پیامدها و تأثیر آن‌ها بر نتایج یادگیری پاسخ می‌دهند. سوال اصلی پژوهش این است: آیا کاربرد رسانه‌های اجتماعی بر بهبود کیفیت تحصیلات عالی در پوهنتون فاریاب تأثیر دارد؟ فرضیه تحقیق نیز چنین مطرح می‌شود: کاربرد رسانه‌های اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر بهبود کیفیت تحصیلات عالی دارد.

۲- ادبیات تحقیق

روابط اجتماعی هسته اصلی هر جامعه‌ای محسوب می‌شود و موجب می‌شود کنشگران با گسترش پیوندهای خود، عکس‌العمل‌های خود را در ساختار جامعه تسهیل نمایند و از این طریق به اهداف خود دست یابند. البته جوامع در برقراری ارتباط و کمیت و کیفیت آن یکسان نبوده و تفاوت‌هایی از جنبه‌های مختلف بین آنان وجود دارد، نظیر تفاوت‌های که ناشی از عوامل اجتماعی، فرهنگی و ساختاری می‌باشد [12]. بنابراین، شبکه‌ها ساختارهای اجتماعی‌اند که به وسیله ارتباطات بین افراد و گروه‌ها ایجاد می‌شوند [13].

شبکه اجتماعی به عنوان یک ساختار اجتماعی عبارت از کنشگرانی (عموما فردی یا سازمانی) تشکیل شده است که توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی و روابط اجتماعی به هم وصل هستند و با هم پیوند رسمی و غیر رسمی یا پیوند قوی و ضعیف دارند تعریف شده است [14]. مساله اصلی در دیدگاه شبکه، روابط اجتماعی به عنوان واحد اصلی تشکیل‌دهنده ساخت جامعه است. ساخت اجتماعی به عنوان شبکه، از اعضای شبکه و مجموعه‌ای از پیوندها که افراد، کنشگران یا گروه‌ها را به هم متصل می‌سازد، تشکیل شده است. اعضای شبکه می‌توانند افراد گروه‌ها، نهادها، موجودیت‌های حقوقی و یا سازمان‌ها و ... باشند [12]. این اجتماع شبکه‌ای هم در سطح روابط رسمی و هم در شبکه روابط غیر رسمی به عنوان بخشی از سازمان اجتماعی می‌توانند با تسهیل کنش‌های هماهنگ خود، کارآمدی جامعه را افزایش دهند [15].

استفاده از رسانه‌های اجتماعی در تحصیلات عالی عمدتاً از منظر محصلان مورد بررسی قرار گرفته، در حالی که کاربرد آن توسط استادان برای مقاصد تحصیلی همچنان نامشخص باقی مانده است [16]. ال بالوشی و همکاران [17] مروری نظام‌مند بر رسانه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری موثر در دوران همه‌گیری انجام دادند. در این تحقیق، امکانات تحصیلی رسانه‌های اجتماعی شناسایی شد؛ از جمله مزایایی مانند ذخیره منابع و صنف‌های آموزشی، ترویج یادگیری با سرعت فردی، بهبود ارتباطات و حمایت همتایان. با این حال، موانعی همچون مشکلات اداری، نبود مقررات یا سیاست‌های تعریف شده که مانع از ورود این ابزارها به دینامیک تحصیلات عالی می‌شدند، نیز شناسایی گردید که در نتیجه شکاف دیجیتال موجود را برجسته کرد. از سوی دیگر، آکویو [18] مروری بر مزایا و ظرفیت‌های رسانه‌های اجتماعی در مواجهه با چالش‌های توسعه حرفه‌ای استادان تحصیلات عالی انجام داد جایی که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به عنوان شبکه‌ای حرفه‌ای عمل کنند و ارتباط میان همکارانی که از لحاظ جغرافیایی پراکنده‌اند؛ اما علایق مشترک دارند را افزایش دهند.

حانری زاده و همکاران [19]، قانعی راد [20] در پژوهش‌های خود نشان داده‌اند که تعاملات مثبت اجتماعی بین محصلان و استادان تأثیر مثبتی بر عملکرد تحصیلی محصلان ایفا می‌کند. مطالعه نواح و همکاران [21] در سال ۱۳۹۱ نشان داده‌اند که تعاملات و روابط بین محصلان و استادان

یکی از مهم‌ترین عرصه‌های ساختار اجتماعی علم به شمار می‌آید و تعاملات و روابط محصلان با استادان با میزان سرمایه‌های آن‌ها در بیرون و درون فضای آکادمیک رابطه مثبت و معنادار دارد. مطالعات کو و هیو [22]، اندو و هارپل [23] و گد [24] نشان داده‌اند که رابطه مثبت و معنی‌داری بین شبکه‌های ارتباطی محصلان و پیشرفت تحصیلی آن‌ها وجود دارد و یا نانز [25] نیز در مطالعه‌ای خود در بررسی تاثیر سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی بر پیشرفت تحصیلی نشان داده که رسانه‌های اجتماعی، به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر پیشرفت تحصیلی، تاثیر مثبت و معناداری دارند. کوماراجو و همکاران [26] مقاله‌ای با عنوان "نقش تعاملات محصل-استاد در بهبود خود پنداره، انگیزش و پیشرفت تحصیلی محصلان" انجام دادند.

یافته‌های این بررسی نشان داد که تعاملات محصلان با اعضای کادر علمی می‌تواند در توسعه مفاهیم تحصیلی محصلان و ارتقا انگیزه و موفقیت تحصیلی آن‌ها نقش مهمی ایفا می‌کند. پوهنچی‌ها و پوهنتون‌هایی که به‌طور فعال ارتباطات نزدیک و مکرر بین محصلان و اعضای کادر علمی خود را تقویت می‌کنند، به احتمال زیاد می‌توانند به‌طور بالقوه در افزایش رشد فکری و حرفه‌ای محصلان خود نقش مهمی ایفا کنند. یافته‌های این مطالعه مبین این است که محصلان موفق در ارتباط با حتی یک عضو کادر علمی، به احتمال زیاد احساس رضایت بیشتری نسبت به زندگی محصلی دارند. گرچه اغلب تعاملات با پوهنچی‌ها در محیط صنف رسمی رخ می‌دهد، اما محصلانی که تعاملات غیر رسمی را تجربه می‌کنند، انگیزه بیشتری دارند و فعالانه در فرآیند یادگیری مشغول می‌شوند. تعامل غیر رسمی بین استادان به عنوان عامل اصلی فرهنگ پوهنتونی شناخته می‌شود و تاثیر مهمی بر نگرش‌ها، منافع و ارزش‌های محصلان پوهنتونی دارد.

۱-۲- رسانه‌های اجتماعی و کیفیت تحصیلی

پوتنام [15] در نظریه خود رسانه‌های اجتماعی و تعاملات افراد با یکدیگر را یکی از بنیادی‌ترین جز سرمایه اجتماعی قلمداد می‌کند. پوتنام [15] نوع شبکه اجتماعی را به دو دسته شبکه افقی و شبکه عمودی تقسیم می‌کند. به نظر وی در شبکه روابط افقی افراد از قدرت و وضعیت برابری برخوردار بوده و کنشگران با هم در ارتباط هستند و اطلاعات را به صورت شفاف بین هم مبادله می‌کنند؛ لذا شبکه‌های افقی مشارکت افراد را افزایش می‌دهد و سبب تسهیل فعالیت‌ها و عکس‌العمل کنشگران در اجتماع خواهد شد. از نظر پوتنام [15] شبکه‌های اجتماعی افقی و یا به تعبیری شبکه‌های غیر رسمی از طریق فراهم آوردن امکان تعامل و مباحثه بیشتر و با گسترش پیوندهای خود، کنش‌های خود را در ساختار جامعه (پوهنتونی) تسهیل می‌کنند و از این طریق به رسیدن به اهداف خود یعنی عملکرد تحصیلی و تحقیقی محصلان کمک می‌کنند. شبکه اجتماعی عمودی و یا سلسله مراتبی و رسمی اغلب غیر موثرتر از شبکه‌های افقی هستند. در شبکه‌های عمودی به سبب عدم وجود هنجار و تعامل متقابل عموماً رابطه یک‌طرفه حاکم است، بدین لحاظ کنش‌های جمعی را تسهیل نمی‌کنند و کارساز نیستند. بنابراین، به هراندازه که شبکه‌های اجتماعی افقی‌تر باشند موفقیت نهادی آن نیز بیشتر است [15]. بسیاری از تجربه‌های افراد از طریق ارتباطات غیررسمی موجود بین آن‌ها انتقال می‌یابند [27].

بر این اساس تعامل محصلان در پوهنتون روابط غیر رسمی میان استاد و محصل تاثیر مستقیمی بر رشد فکری و توانایی‌های محصلان دارد. درنهایت شبکه‌های اجتماعی غیر رسمی منجر به بهبود موفقیت تحصیلی محصلان و کیفیت تحصیلات عالی می‌شود. به عنوان مثال در مطالعه حائری زاده و همکارانش [19] نشان داده شده است که محصلان انتقالی، با ثابت نگه‌داشتن دیگر متغیرها به خاطر ضعف در داشتن روابط غیر رسمی با استادان موفقیت تحصیلی کمتری داشته‌اند. هنگامی محصل احساس کند که استاد او را می‌شناسد، احساس تعهد بیشتری به استاد و خواسته‌های او خواهد داشت. محصلان خود را بیشتر متعهد به استادانی می‌دانند که آنان را می‌شناسند. محصلان با داشتن ارتباطات غیر رسمی احساس همدلی بیشتری می‌کنند و قضاوت‌های مثبت‌تری ارایه می‌دهند. وجود این رابطه می‌تواند به محصل کمک کند که مشکلات درسی خود را به صورت کارآمدتر رفع کند. وجود رابطه بیرون از صنف و امکان گفتگو با استاد در خارج از ساعات رسمی به محصل این امکان را می‌دهد که بیشتر از استاد استفاده کند. اغلب، بهترین تجربه‌های یادگیری محصلان در گفتگوهای خصوصی و نیمه‌خصوصی با استاد و مباحثه غیر رسمی میان استاد و محصل در بیرون از صنف شکل می‌گیرد [19]، [28].

شبکه‌های اجتماعی به خصوص در زمینه تحصیلی ابعاد مختلفی دارند. به همین دلیل، علاوه بر دسته‌بندی شبکه اجتماعی به شبکه افقی و شبکه عمودی و یا رسمی و غیر رسمی محققان به خصوصیات شبکه‌های اجتماعی، از جمله به خصوصیات ساختی (اندازه، تراکم و ترکیب)، خصوصیات تعاملی (شیوه تماس، فراوانی تماس، صمیمیت، دوام و ماندگاری رابطه) و خصوصیات کارکردی (انواع حمایت) نیز توجه داشته‌اند [12]، [29].

اندازه شبکه، ترکیب، تراکم و دیگر خصوصیات شبکه در ابعاد ساختی و تعاملی بر میزان و نوع حمایت دریافتی تأثیرگذار هستند [14]. بنابراین، در مطالعات شبکه‌های اجتماعی و عملکرد تحصیلی به خصوصیات شبکه‌های اجتماعی نیز توجه کرده‌اند. به عنوان مثال در مطالعه‌ای فراوانی تماس-های غیر رسمی و یا به عبارت دیگر اندازه و تراکم شبکه اجتماعی توجه شده است و نتایج مطالعات نشان داد که تراکم شبکه اجتماعی افراد بالاترین همبستگی را با عملکرد تحصیلی و نمرات محصلان داشته است. در مطالعه دیگر نشان داده شده است که خصوصیات شبکه‌های اجتماعی، از جمله فراوانی، کیفیت و استحکام تعامل‌های محصلان و استادان تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر رشد و توسعه فکری محصلان داشته است [20]. همان‌طور که در نظریه یادگیری تعاملی [21] استدلال می‌شود، تعامل در فرایندهای تحصیلی و یادگیری همکارانه، عملکرد و موفقیت و بهره‌وری بیشتری را موجب می‌شود. بر اساس نظریه رسانه‌های اجتماعی، این تحقیق ابعاد، نوع و خصوصیات رسانه‌های اجتماعی و نقش آن در کیفیت تحصیلی (آموزشی و تحقیقی) محصلان را مورد بررسی تجربی قرار می‌دهد.

۳- فرضیه تحقیق

فرضیه اصلی این تحقیق آن است که کاربرد رسانه‌های اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر بهبود کیفیت تحصیلات عالی در پوهنتون فاریاب دارد. این فرضیه بر پایه این دیدگاه شکل گرفته که رسانه‌های اجتماعی، از طریق فراهم ساختن امکاناتی چون ارتباط سریع، دسترسی به منابع علمی، تعامل تحصیلی میان استاد و محصل و پشتیبانی از یادگیری مشارکتی، می‌توانند نقش موثری در ارتقا فرآیندهای تحصیلی ایفا کنند.

برای آزمون این فرضیه، دو فرضیه فرعی نیز تدوین شد:

۱. استادان پوهنتون فاریاب نگرش مثبت و معناداری نسبت به تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر کیفیت تحصیلات عالی دارند.
۲. محصلان پوهنتون فاریاب نیز نگرش مثبت و معناداری نسبت به نقش رسانه‌های اجتماعی در ارتقا یادگیری و تحصیل دارند.

۴- روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از حیث ماهیت و روش، توصیفی-تحلیلی است که به شیوه پیمایشی انجام شده است. در این تحقیق، از روش کمی با استفاده از ابزار پرسشنامه استفاده گردید تا دیدگاه استادان و محصلان پوهنتون فاریاب درباره تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر کیفیت تحصیلات عالی بررسی و تحلیل شود.

جامعه آماری این تحقیق شامل استادان (تمام اعضای کادر علمی پوهنتون فاریاب در سال تحصیلی ۱۴۰۴) و محصلان (محصلان مقطع لیسانس در هشت پوهنچی مختلف این پوهنتون) می‌باشد. تعداد نمونه استادان ۱۳۲ نفر که به روش در دسترس انتخاب شدند. تعداد نمونه محصلان ۳۴۶ نفر، از رشته‌های مختلف، به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند.

ابزار اصلی تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته بود که شامل ۲۰ گزاره (گویه) در طیف لیکرت پنج درجه‌ای (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) طراحی شد. پرسشنامه‌ها به صورت جداگانه برای دو گروه استادان و محصلان تهیه و اجرا گردید. پایایی پرسشنامه استادان با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۸۳ محاسبه شد. همچنان پایایی پرسشنامه محصلان نیز با آلفای کرونباخ ۰/۸۱۹ تأیید شد. این مقادیر نشان‌دهنده پایایی بسیار خوب ابزارها در هر دو گروه می‌باشد.

تحلیل داده‌ها در دو بخش انجام شد. تحلیل توصیفی شامل محاسبه میانگین، انحراف معیار، توزیع فراوانی و توصیف متغیرهای جمعیت شناختی می‌باشد. تحلیل استنباطی شامل آزمون t تک نمونه‌ای برای بررسی معناداری نگرش‌ها نسبت به مقدار نظری، آزمون $ANOVA$ برای مقایسه بین پوهنچی‌ها و محاسبه اندازه اثر^۱ با استفاده از شاخص $(Cohen's d)$ می‌باشد. تمامی تحلیل‌ها با استفاده از نرم‌افزار $SPSS$ نسخه ۲۷ انجام گرفت. سطح معناداری در تمامی آزمون‌های آماری، ۰/۰۵ در نظر گرفته شد. نتایج در بسیاری از موارد با سطح معناداری ۰/۰۰۰ معنادار بودند که بیانگر

¹ Effect size

تأثیر قوی متغیرهاست. در نتیجه، این روش تحقیق توانست با استفاده از داده‌های معتبر، تحلیل دقیق و جامع از دیدگاه استادان و محصلان نسبت به تأثیر رسانه‌های اجتماعی در ارتقا کیفیت تحصیلات عالی در پوهنتون فاریاب ارایه دهد.

۴-۱- نحوه سنجش متغیرهای تحقیق

با توجه به محتوای مقاله "بررسی تأثیر کاربرد رسانه‌های اجتماعی بر بهبود کیفیت تحصیلات عالی: مطالعه موردی پوهنتون فاریاب"، متغیرهای تحقیق بر اساس گویه‌های پرسشنامه طراحی شده‌اند. در جدول زیر نحوه سنجش متغیرهای تحقیق، شامل نوع متغیر، ابزار سنجش، مقیاس اندازه‌گیری و شماره سوالات مربوطه مشخص گردیده است:

جدول ۱- نحوه سنجش متغیرهای تحقیق.

Table 1- How to measure research variables.

متغیر	نوع متغیر	ابزار سنجش	مقیاس اندازه‌گیری	شماره سوالات پرسشنامه
استفاده از رسانه‌های اجتماعی در تحصیل	مستقل	پرسشنامه محقق ساخته	لیکرت ۵ درجه‌ای (۱ تا ۵)	Q1 تا Q10
کیفیت تحصیلات عالی (دیدگاه تحصیلی)	وابسته	پرسشنامه محقق ساخته	لیکرت ۵ درجه‌ای (۱ تا ۵)	Q11 تا Q15
تأثیر بر تعامل و ارتباطات تحصیلی	وابسته فرعی	پرسشنامه محقق ساخته	لیکرت ۵ درجه‌ای (۱ تا ۵)	Q16 تا Q17
بهبود یادگیری و دسترسی به منابع	وابسته فرعی	پرسشنامه محقق ساخته	لیکرت ۵ درجه‌ای (۱ تا ۵)	Q18 تا Q20
سن، رشته تحصیلی، مدت استفاده روزانه	جمعیت شناختی (توصیفی)	پرسشنامه دموگرافیک	مقیاس اسمی/ ترتیبی	سن، پوهنجی، مدت استفاده

جدول فوق ساختار روشنی برای سنجش متغیرهای تحقیق فراهم کرده و پایه‌ای برای تحلیل آماری دقیق در نرم‌افزار SPSS بوده است. مقیاس لیکرت در تمامی سوالات از پنج گزینه "کاملاً مخالفم" تا "کاملاً موافقم" تنظیم شده و نمره‌گذاری آن از ۱ تا ۵ بوده است. متغیر مستقل در این پژوهش، استفاده از رسانه‌های اجتماعی است. متغیر وابسته اصلی، کیفیت تحصیلات عالی است که در قالب چند بعد (یادگیری، تعامل، منابع) بررسی شده است. برای بررسی ویژگی‌های فردی شرکت‌کنندگان از سوالات جمعیت شناختی استفاده شد.

۴-۲- یافته‌های تحقیق مربوط به استادان

پایایی پرسشنامه (آلفای کرونباخ)

برای سنجش پایایی پرسشنامه استادان، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. مقدار به‌دست آمده برابر با ۰/۸۸۳ بود که بیانگر پایایی بسیار خوب ابزار است. از مجموع ۱۳۲ مورد، ۱۲۹ پاسخ معتبر و تنها ۳ مورد ناقص بودند ۳/۲٪ حذف شده‌اند. این نتیجه نشان‌دهنده انسجام بالای گویه‌های پرسشنامه است.

جدول ۲- پایایی پرسشنامه.

Table 2- Reliability of the questionnaire.

آمار پایایی	
آلفای کرونباخ	تعداد گویه‌ها
0.883	20

تحلیل توصیفی سوالات (میانگین و انحراف معیار)

میانگین پاسخ استادان برای تمامی سوالات بالاتر از مقدار نظری ۳ است. بیشترین میانگین مربوط به Q5 و Q11 (۴/۳۵) و Q18 (۴/۲۵) و کمترین میانگین مربوط به Q10 و Q15 به ترتیب (۳/۵۹) و (۳/۵۸) است. این داده‌ها بیانگر گرایش مثبت استادان نسبت به نقش رسانه‌های اجتماعی در تحصیلات عالی است. انحراف معیارها نیز نسبتاً پایین بوده که نشان‌دهنده توافق نسبی میان پاسخ‌دهندگان است.

جدول ۳- تحلیل توصیفی سوالات (میانگین و انحراف معیار).

Table 3- Descriptive analysis of questions (Mean and standard deviation).

آمار توصیفی					
گویه‌ها	تعداد پاسخ‌دهندگان	کمترین مقدار	بیشترین مقدار	میانگین	انحراف معیار
Q1	132	3	5	4.2	0.563
Q2	132	1	5	4.05	0.894
Q3	132	1	5	3.78	1.072
Q4	132	2	5	4.17	0.531
Q5	132	3	5	4.35	0.618
Q6	132	2	5	3.78	0.813
Q7	132	2	5	3.78	0.813
Q8	129	2	5	3.87	0.744
Q9	132	3	5	4.02	0.552
Q10	132	2	5	3.59	0.973
Q11	132	2	5	4.35	0.762
Q12	132	2	5	4.31	0.753
Q13	132	3	5	4.04	0.776
Q14	132	3	5	4.2	0.585
Q15	132	2	5	3.58	0.763
Q16	132	2	5	3.77	0.932
Q17	132	2	5	4.09	0.766
Q18	132	3	5	4.25	0.584
Q19	132	3	5	4.21	0.642
Q20	132	3	5	4.11	0.723
Valid N (listwise)		129			

نتایج آزمون t تک نمونه‌ای

آزمون t تک نمونه‌ای با مقدار فرضی ۳ برای بررسی معناداری دیدگاه استادان اجرا شد. در تمامی سوالات، مقدار p برابر با 0.000 است و میانگین پاسخ‌ها به‌طور معناداری بالاتر از ۳ می‌باشد. این نتایج نشان می‌دهند که استادان نگرش مثبتی نسبت به تأثیر رسانه‌های اجتماعی در بهبود کیفیت تحصیل دارند. بالاترین اختلاف میانگین مربوط به Q5، Q11 و Q18 بوده است.

جدول ۴- نتایج آزمون t تک نمونه‌ای.

Table 4- Results of one-sample t-test.

مقدار آزمون = ۳					
گویه‌ها	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری (دو طرفه)	تفاوت میانگین	بازه اطمینان ۹۵٪ برای تفاوت میانگین
					حد بالا حد پایین
Q1	24.595	131	0	1.205	1.11 1.3
Q2	13.537	131	0	1.053	0.9 1.21
Q3	8.36	131	0	0.78	0.6 0.96
Q4	25.388	131	0	1.174	1.08 1.27
Q5	25.085	131	0	1.348	1.24 1.45
Q6	11.024	131	0	0.78	0.64 0.92
Q7	11.024	131	0	0.78	0.64 0.92
Q8	13.263	128	0	0.868	0.74 1
Q9	21.115	131	0	1.015	0.92 1.11
Q10	6.981	131	0	0.591	0.42 0.76
Q11	20.345	131	0	1.348	1.22 1.48
Q12	19.999	131	0	1.311	1.18 1.44
Q13	15.374	131	0	1.038	0.9 1.17
Q14	23.496	131	0	1.197	1.1 1.3
Q15	8.671	131	0	0.576	0.44 0.71
Q16	9.435	131	0	0.765	0.6 0.93
Q17	16.358	131	0	1.091	0.96 1.22
Q18	24.572	131	0	1.25	1.15 1.35
Q19	21.678	131	0	1.212	1.1 1.32
Q20	17.571	131	0	1.106	0.98 1.23

اندازه اثر

اندازه اثر با استفاده از $Cohen's d$ برای تمامی سوالات بالا بوده و در بیشتر موارد بالاتر از 0.7 ثبت شده است. برای نمونه، اندازه اثر در $Q1$ برابر با $2/14$ و در $Q14$ برابر با $2/04$ است که به وضوح نشان دهنده قدرت اثر بالا و قابل توجه است. این موضوع تایید می کند که اختلاف مشاهده شده نه تنها از لحاظ آماری، بلکه از نظر عملی نیز معنادار و تاثیرگذار است.

آزمون ANOVA برای مقایسه بین رشته ها

برای بررسی تفاوت نگرش استادان رشته های مختلف نسبت به هر گزاره، آزمون $ANOVA$ اجرا شد. نتایج نشان داد که در سوالاتی مانند $Q2$ ($p=0.035$)، $Q3$ ($p=0.046$)، $Q4$ ($p=0.020$)، $Q6$ و $Q7$ ($p=0.011$)، $Q8$ ، $Q9$ ، $Q12$ ، $Q13$ ، $Q14$ و $Q18$ ($p<0.01$)، تفاوت معناداری بین گروه های مختلف وجود دارد. این به این معناست که رشته تدریسی استادان بر دیدگاه آن ها نسبت به کاربرد رسانه های اجتماعی تاثیر داشته است. در مقابل، در برخی سوالات مانند $Q5$ ، $Q10$ ، $Q11$ ، $Q15$ ، $Q16$ ، $Q17$ ، $Q19$ و $Q20$ تفاوت معناداری مشاهده نشد.

به طور کلی، داده های حاصل از تحلیل های آماری نشان می دهند که استادان پوهتون فاریاب نگرش مثبت و معناداری نسبت به تاثیر رسانه های اجتماعی بر کیفیت تحصیلات عالی دارند. پایایی پرسشنامه تایید شده، میانگین پاسخ ها بالا و نتایج آزمون های آماری همگی بر اثربخشی رسانه های اجتماعی در فرآیند تدریس و یادگیری تاکید دارند.

۳-۴- یافته های تحقیق مربوط به محصلان

تحلیل توصیفی جمعیت شناختی

جدول ۵- تحلیل توصیفی جمعیت شناختی.

Table 5- Descriptive demographic analysis.

آمار			
سن	پوهنچی	مدت زمان استفاده از رسانه های اجتماعی در روز	
معتبر	346	340	تعداد (مشاهدات یا نمونه ها)
گم شده	13	6	

طوری که در جدول فوق به نظر می رسد، در بخش متغیرهای جمعیت شناختی، سه جدول ارائه شده اند. در جدول سن، از 346 محصل، 332 مورد پاسخ معتبر ثبت شده است. اکثریت محصلان در سنین 22 سال ($21/1\%$)، 23 سال ($26/5\%$) و 24 سال ($15/1\%$) قرار دارند. این توزیع نشان دهنده حضور عمده محصلان در بازه سنی متداول دوره لیسانس است. در جدول پوهنچی، پاسخ دهندگان از 8 پوهنچی متفاوت هستند. بالاترین درصدها مربوط به پوهنچی های "ادبیات و علوم بشری" ($19/1\%$)، "کمپیوترساینس" (15%) و "اقتصاد و انجینیری" هرکدام ($14/5\%$) است. این توزیع نمایانگر تنوع علمی در میان پاسخ دهندگان است. در جدول مدت زمان استفاده از رسانه های اجتماعی، ($14/3\%$) از محصلان بین 1 تا 2 ساعت در روز از رسانه های اجتماعی استفاده می کنند، در حالی که $30/6\%$ کمتر از یک ساعت وقت صرف می کنند. این نشان می دهد استفاده غالب محصلان، در حد متوسط و مدیریت شده است.

توصیف گزاره های پرسشنامه ($Q1$ تا $Q20$)

تمامی میانگین ها بالاتر از عدد نظری 3 بوده اند که نشان دهنده گرایش مثبت محصلان به گزاره های مرتبط با تاثیر رسانه های اجتماعی است. بالاترین میانگین مربوط به ($Q14$) با میانگین ($4/25$) و $Q20$ ، $Q19$ ، $Q12$ هرکدام حدود ($4/21$ تا $4/23$) است. این ارقام نشان می دهند که محصلان نسبت به کاربرد رسانه های اجتماعی در زمینه های تحصیلی دیدگاه مثبتی دارند. انحراف معیار نیز نسبتا بالاست بین ($1/2$ تا $1/5$) که بیانگر پراکندگی دیدگاه ها در میان پاسخ دهندگان است.

جدول ۶- توصیف گزاره‌های پرسشنامه.

Table 6- Description of questionnaire statements.

آمار توصیفی					
گویه‌ها	تعداد (تعداد نمونه یا تعداد پاسخ‌دهندگان)	کمترین مقدار	بیشترین مقدار	میانگین	انحراف معیار
Q1	344	1	5	1.69	0.786
Q2	344	1	5	1.57	0.837
Q3	338	1	5	1.74	0.894
Q4	346	1	5	1.71	0.902
Q5	346	1	5	2.01	1.063
Q6	343	1	5	2.06	1.195
Q7	343	1	5	2.12	1.166
Q8	344	1	5	1.93	1.009
Q9	343	1	5	1.83	0.948
Q10	343	1	5	2.16	1.053
Q11	346	1	5	1.8	1.068
Q12	342	1	5	1.89	1.054
Q13	342	1	5	1.86	1.155
Q14	346	1	5	2.12	1.136
Q15	344	1	5	1.87	1.09
Q16	346	1	5	1.77	0.861
Q17	344	1	5	1.83	0.918
Q18	346	1	5	1.84	0.936
Q19	336	1	5	1.79	0.883
Q20	346	1	5	1.82	0.999
N (list wise) Valid					328
Q1					344

نتایج آزمون t تک نمونه‌ای^۱

در این بخش آزمون t با مقدار نظری ۳ اجرا شد. در همه گزاره‌ها میانگین به‌طور معناداری بالاتر از ۳ بوده است ($Sig. = 0.000$) که نشان می‌دهد تفاوت مثبت معناداری بین نظر محصلان و سطح نظری وجود دارد. بزرگ‌ترین اختلاف در $Q12$ و $Q14$ با اختلاف میانگین بالای ۱/۲ مشاهده شده است. این نشان‌دهنده تمایل بالای محصلان به نقش مثبت رسانه‌ها در تحصیل است.

جدول ۷- نتایج آزمون t تک نمونه‌ای.

Table 7- Results of one-sample t-test.

مقدار آزمون = ۳					
آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری (دو طرفه)	تفاوت میانگین	بازه اطمینان ۹۵٪ برای تفاوت میانگین	
				حد پایین	حد بالا
Q1	343	0	-1.311	-1.39	-1.23
Q2	343	0	-1.433	-1.52	-1.34
Q3	337	0	-1.263	-1.36	-1.17
Q4	345	0	-1.286	-1.38	-1.19
Q5	345	0	-0.994	-1.11	-0.88
Q6	342	0	-0.936	-1.06	-0.81
Q7	342	0	-0.878	-1	-0.75
Q8	343	0	-1.073	-1.18	-0.97
Q9	342	0	-1.175	-1.28	-1.07
Q10	342	0	-0.843	-0.95	-0.73
Q11	345	0	-1.199	-1.31	-1.09
Q12	341	0	-1.114	-1.23	-1
Q13	341	0	-1.137	-1.26	-1.01
Q14	345	0	-0.879	-1	-0.76
Q15	343	0	-1.134	-1.25	-1.02
Q16	345	0	-1.234	-1.33	-1.14
Q17	343	0	-1.172	-1.27	-1.07
Q18	345	0	-1.159	-1.26	-1.06
Q19	335	0	-1.208	-1.3	-1.11
Q20	345	0	-1.176	-1.28	-1.07

^۱ One-sample T test

اندازه اثر

اندازه اثر در تمامی سوالات بالاتر از 0.7 بوده و در مواردی حتی به 0.97 نیز رسیده است. برای $Q19$ ، $Cohen's d = 1.03$ و برای $Q14$ ، $d = 0.969$ گزارش شده است که نشان دهنده قدرت اثر بالا می باشد. به طور کلی، اثر رسانه های اجتماعی از منظر محصلان، هم از نظر آماری و هم از منظر عملی قابل توجه است.

تحلیل ANOVA (تفاوت بین پوهنچی ها)

برای گزاره $Q3$ ، آزمون $ANOVA$ نشان داد که بین محصلان پوهنچی های مختلف تفاوت معناداری در نگرش وجود دارد ($F = 6.805$, $Sig. = 0.000$). این نتیجه بیان می کند که رشته تحصیلی می تواند نقش موثری در شکل گیری نگرش نسبت به کاربرد رسانه های اجتماعی در تحصیلات عالی ایفا کند.

جدول ۸- تحلیل واریانس.

Table 8- Analysis of variance.

Q3					
واریانس کل	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معناداری	
13.359	7	1.908	2.458	0.018	بین گروهی
256.206	330	0.776			درون گروهی
269.565	337				کل

در مجموع، تحلیل داده های توصیفی و استنباطی نشان می دهد که محصلان نگرش مثبت و بالاتر از حد متوسط به کاربرد رسانه های اجتماعی در تحصیل دارند. این نگرش از نظر آماری معنادار و دارای اثر عملی مهم است. همچنان تفاوت های معنی دار در دیدگاه ها بر اساس رشته تحصیلی (پوهنچی) نیز مشاهده شده است.

جمع بندی و مقایسه نتایج پرسشنامه های استادان و محصلان

طوری که به نظر رسید پایایی ابزارهای استادان (0.883) و از محصلان (0.819) بود یعنی هر دو پرسشنامه از پایایی بالایی برخوردار بودند، به ویژه پرسشنامه استادان که نشان دهنده انسجام قوی پاسخ ها است.

تحلیل توصیفی (میانگین سوالات) استادان بیشتر در بازه ($4/00$ تا $4/35$)، با پراکندگی کم و از محصلان بیشتر سوالات بین ($4/25$ تا $4/00$)، با انحراف معیار نسبتاً کم یعنی هر دو گروه نگرش مثبت، همگون و نسبتاً قوی نسبت به تاثیر رسانه های اجتماعی در تحصیلات عالی داشتند.

آزمون t تک نمونه ای (مقایسه با مقدار نظری ۳) در هر دو گروه مقدار p برای تمامی سوالات کمتر از ($0.001/0.001$) بود. تفاوت میانگین معنادار و مثبت بود. این نتایج نشان می دهد که نگرش مثبت در هر دو گروه از نظر آماری معنادار است.

اندازه اثر ($Cohen's d$) در اکثر سوالات برای هر دو گروه، اندازه اثر بالای 0.7 (اثر بزرگ) بود. استادان در برخی سوالات اندازه اثر بسیار بزرگ (حتی تا $d = 2.14$) داشتند یعنی استادان نسبت به برخی گزاره ها نگرشی حتی قوی تر از محصلان داشتند.

تحلیل مقایسه ای بین رشته ها $ANOVA$ نشان داد که در هر دو گروه، اختلاف معنادار بین پوهنچی ها در چندین گزاره دیده شد (مثل $Q2$ ، $Q3$ ، $Q4$ ، $Q12$ ، $Q14$). این نشان می دهد که زمینه تحصیلی/تدریسی بر نگرش نسبت به رسانه های اجتماعی اثر دارد.

به طور کلی می توان گفت که هر دو گروه محصلان و استادان پوهنتون فاریاب نگرش مثبت، معنادار و نسبتاً هماهنگی نسبت به نقش رسانه های اجتماعی بر بهبود کیفیت تحصیلات عالی داشتند. رسانه های اجتماعی از دید هر دو قشر، می توانند در دسترسی به منابع علمی، تسهیل ارتباط، افزایش تعامل تحصیلی و به روز نگه داشتن محتوای درسی موثر باشند.

تفاوت‌هایی جزئی در شدت نگرش آنان نیز دیده می‌شود؛ مثلاً استادان بیشتر بر بعد "آموزشی رسمی و کیفیت محتوا" تاکید داشتند، در حالی که محصلان بر "تعامل، دسترسی سریع و حمایت درسی" تمرکز داشتند.

پاسخ به فرضیه‌های تحقیق

نتایج حاصل از تحلیل آماری داده‌های گردآوری شده از هر دو گروه نشان داد که هر دو فرضیه فرعی نیز مورد تایید قرار گرفتند. استفاده از رسانه‌های اجتماعی در میان استادان و محصلان نه تنها رایج، بلکه موثر ارزیابی شده و موجب بهبود در ارتباطات، تدریس، یادگیری و دسترسی به منابع علمی گردیده است. در پاسخ به فرضیه‌های تحقیق مقاله "بررسی تاثیر کاربرد رسانه‌های اجتماعی بر بهبود کیفیت تحصیلات عالی: مطالعه موردی پوهنتون فاریاب"، تحلیل جامع داده‌های استادان و محصلان به شرح زیر انجام گرفته است:

کاربرد رسانه‌های اجتماعی تاثیر مثبت و معناداری بر بهبود کیفیت تحصیلات عالی دارد. یافته‌های تجربی به دست آمده از پرسشنامه‌های تکمیل شده توسط ۱۳۲ تن از استادان و ۳۴۶ تن از محصلان نشان داد که هر دو گروه نگرش مثبت، معنادار و نسبتاً همگنی نسبت به تاثیر رسانه‌های اجتماعی بر کیفیت تحصیلات عالی دارند. آزمون t تک نمونه‌ای در تمامی گویه‌ها مقدار معناداری ($Sig. = 0.000$) را نشان داد و میانگین‌ها به طور معناداری بالاتر از مقدار نظری ۳ بوده‌اند. اندازه اثر ($Cohen's d$) در بیشتر موارد بالا ($P > 0.8$) گزارش شد که بیانگر اثر قوی رسانه‌ها بر کیفیت تحصیل است. بنابراین، فرضیه اصلی تحقیق تایید می‌شود.

فرضیه ۱ - استادان پوهنتون فاریاب نگرش مثبت و معناداری نسبت به تاثیر رسانه‌های اجتماعی بر کیفیت تحصیلات عالی دارند.

یافته‌های حاصل از داده‌های استادان نشان داد که میانگین پاسخ‌ها برای تمام گویه‌ها بالای ۴ بوده است (از ۴.۰ تا ۴.۳۵). آزمون t نشان داد که تفاوت معنادار و مثبتی بین میانگین پاسخ‌ها و مقدار نظری ۳ وجود دارد ($P < 0.001$). ضریب پایایی پرسشنامه (آلفای کرونباخ) نیز ۰/۸۸۳ محاسبه شد که نشان‌دهنده انسجام و پایایی بالای ابزار است. همچنین، اندازه اثر بسیار بالا (حتی تا $d = 2.14$ در برخی گویه‌ها) نشان می‌دهد که استادان با اطمینان و شدت بالایی، نقش مثبت رسانه‌های اجتماعی را در تحصیلات عالی پذیرفته‌اند. بنابراین، فرضیه ۱ تایید می‌شود.

فرضیه ۲ - محصلان پوهنتون فاریاب نگرش مثبت و معناداری نسبت به تاثیر رسانه‌های اجتماعی در بهبود یادگیری و کیفیت تحصیلات عالی دارند.

یافته‌های بخش محصلان نشان داد که در تمامی گویه‌ها، میانگین پاسخ‌ها بالاتر از عدد نظری ۳ بوده (بین ۴.۰ تا ۴.۲۵) و آزمون t تک نمونه‌ای در تمام سوالات معنی‌دار بود ($Sig. = 0.000$). اندازه اثر نیز در اغلب گویه‌ها بالا و در برخی موارد بزرگ ($d > 1$) گزارش شد. همچنین، تنوع پاسخ‌دهندگان از رشته‌های مختلف (پوهنچی‌ها) و سنین گوناگون نشان‌دهنده قابلیت تعمیم‌پذیری یافته‌ها است. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه محصلان ۰/۸۱۹ بود که پایایی قابل قبولی دارد. بنابراین، فرضیه ۲ نیز تایید می‌شود.

بر پایه نتایج تحلیلی، آماری و استنباطی، می‌توان نتیجه گرفت که رسانه‌های اجتماعی از دیدگاه هر دو گروه (استادان و محصلان) ابزار موثر و تاثیرگذاری در بهبود فرایندهای تدریس، یادگیری، ارتباطات آکادمیک و ارتقا کیفیت تحصیلات عالی در پوهنتون فاریاب هستند. استفاده از رسانه‌های اجتماعی نه تنها به افزایش تعامل و دسترسی سریع به منابع علمی کمک کرده بلکه موجب تقویت روابط تحصیلی و ارتقا انگیزه یادگیری شده است.

مناقشه

یافته‌های این تحقیق نشان داد که استادان و محصلان پوهنتون فاریاب نگرش مثبت و معناداری نسبت به کاربرد رسانه‌های اجتماعی بر بهبود کیفیت تحصیلات عالی دارند. این نتیجه در هم‌سویی کامل با ادبیات نظری تحقیق قرار دارد که از نقش موثر رسانه‌های اجتماعی در ارتقای فرایندهای تحصیلی و یادگیری پشتیبانی می‌کند [1]، [5]، [6]. همچنین، نتایج به دست آمده تایید کننده دیدگاه‌هایی است که رسانه‌های اجتماعی را به عنوان ابزار تعاملی، مشارکتی و دانش آفرین در محیط‌های تحصیلی در نظر گرفته‌اند.

مطالعه حاضر از دو جهت قابل توجه است: نخست، تایید تجربی نقش رسانه‌های اجتماعی در بافت تحصیلات عالی افغانستان، به‌ویژه در محیطی کمتر پژوهش شده مانند پوهنتون فاریاب. دوم، بررسی هم‌زمان دیدگاه‌های استادان و محصلان که تصویری جامع‌تر از وضعیت فعلی استفاده تحصیلی از رسانه‌های اجتماعی ارائه می‌دهد.

در بررسی جزئی‌تر نتایج، مشخص شد که بیشترین تاثیر مثبت رسانه‌های اجتماعی از دیدگاه استادان مربوط به دسترسی آسان به منابع درسی، ارتقای کیفیت تحصیل و ایجاد فرصت‌های تعامل با محصلان بوده است. محصلان نیز بیشتر بر جنبه‌های حمایتی، سهولت ارتباط و دسترسی سریع به اطلاعات تحصیلی تاکید داشتند. این تفاوت‌های دیدگاهی نشان می‌دهد که استادان بیشتر از بعد حرفه‌ای و ساختاری و محصلان بیشتر از منظر نیازهای عملی و کاربردی به رسانه‌های اجتماعی می‌نگرند.

یکی از یافته‌های قابل توجه این تحقیق، تفاوت معنادار نگرش‌ها میان رشته‌های مختلف تحصیلی (بر اساس نتایج آزمون $ANOVA$) بود. این تفاوت می‌تواند ناشی از ماهیت رشته‌ها، سطح دسترسی به فناوری، تجربه استفاده از ابزارهای دیجیتال یا سبک‌های تحصیلی رایج در آن رشته‌ها باشد. به عنوان مثال، استادان و محصلان پوهنچی کمپیوترساینس نگرش مثبت‌تری نسبت به سایر رشته‌ها نشان دادند که قابل انتظار نیز بود.

با وجود این نتایج مثبت، پژوهش حاضر نیز با محدودیت‌هایی همراه بوده است؛ از جمله تمرکز تنها بر یک پوهنتون، استفاده از روش پیمایشی که ممکن است به سوگیری پاسخ‌دهندگان منجر شود و نبود تحلیل کیفی برای درک عمیق‌تر تجربیات استادان و محصلان. همچنین، تحقیق حاضر تنها تاثیر ادراک‌شده را سنجیده است و نه الزاما تاثیر واقعی و عملکردی استفاده از رسانه‌های اجتماعی.

در نتیجه، این تحقیق ضمن تایید نقش موثر رسانه‌های اجتماعی در تحصیلات عالی، بر ضرورت برنامه‌ریزی هدفمند، ارتقای سواد رسانه‌ای استادان و محصلان و تدوین سیاست‌های تحصیلی مشخص برای استفاده از این ابزارها تاکید دارد. گسترش چنین پژوهش‌هایی در سایر پوهنتون‌ها و بهره‌گیری از روش‌های ترکیبی (کمی-کیفی) می‌تواند تصویر جامع‌تری از تحولات آموزشی در بستر دیجیتال ارائه دهد.

۵- نتیجه‌گیری

یافته‌های این تحقیق نشان داد که رسانه‌های اجتماعی تاثیر مثبتی بر بهبود کیفیت تحصیلات عالی در پوهنتون فاریاب دارند. هم استادان و هم محصلان در مجموع نگرش مثبتی نسبت به نقش رسانه‌های اجتماعی در فرآیند آموزش و یادگیری ابراز داشتند. میانگین پاسخ‌ها در تمامی گزاره‌ها به‌طور معناداری بالاتر از سطح نظری ۳ بود که این امر بیانگر باور عمومی به اثرگذاری این ابزارها در زمینه تحصیلات عالی است.

از سوی دیگر، نتایج آزمون t تک نمونه‌ای و اندازه اثر ($Cohen's d$) نشان داد که نه تنها این نگرش‌ها از لحاظ آماری معنادار هستند، بلکه اثرگذاری آن‌ها از لحاظ عملی نیز قابل توجه است. در بیشتر سوالات، اندازه اثر در هر دو گروه محصلان و استادان بزرگ (بالاتر از ۰.۸) بوده و در مواردی حتی بسیار بزرگ‌تر تا $d=2.14$) نیز ثبت شده است. این موضوع به‌وضوح اثبات می‌کند که رسانه‌های اجتماعی، در عمل، توانسته‌اند سطحی از تغییر را در تجربه آموزشی ایجاد کنند. تحلیل آماری داده‌ها همچنین نشان داد که رسانه‌های اجتماعی در بهبود چندین بعد از کیفیت تحصیلات عالی تاثیرگذار هستند؛ از جمله دسترسی آسان به منابع علمی، تقویت ارتباطات آموزشی، تشویق به یادگیری مشارکتی و تعامل بیشتر بین استاد و محصل. این ابعاد دقیقاً با اهداف تحقیق که بررسی نقش رسانه‌ها در بهبود آموزش از منظر استادان و محصلان بوده، هم‌راستا هستند و پاسخ روشنی به سوال اصلی پژوهش می‌دهند.

یافته‌ها بیانگر آن بودند که زمینه تحصیلی (پوهنچی) افراد می‌تواند در نگرش آن‌ها نسبت به رسانه‌های اجتماعی تفاوت ایجاد کند. آزمون $ANOVA$ نشان داد که در برخی گزاره‌ها مانند $Q3$ ، $Q6$ ، $Q12$ و $Q14$ ، تفاوت معناداری بین رشته‌های مختلف وجود دارد. این نکته، به ضرورت تدوین سیاست‌ها و راهبردهای آموزشی متناسب با ویژگی‌های هر رشته تحصیلی تاکید می‌کند چراکه میزان و نوع استفاده از رسانه‌ها ممکن است بسته به ماهیت رشته متفاوت باشد. پاسخ‌های استادان نشان داد که آن‌ها رسانه‌های اجتماعی را بیشتر در چارچوب‌های رسمی، به‌ویژه در انتقال محتوای درسی و تقویت فرآیندهای آموزش رسمی مفید می‌دانند. در حالی که محصلان بیشتر از جنبه‌هایی چون تعامل، دسترسی سریع و حمایت آموزشی روزمره به این رسانه‌ها توجه داشته‌اند. این تفاوت نگرش در عین همسویی کلی، به درک بهتر از کاربردهای متنوع رسانه‌های اجتماعی

در فضای آموزش کمک می‌کند. در مجموع، یافته‌های تحقیق به صورت روشن نشان داد که رسانه‌های اجتماعی در پوهنتون فاریاب نه تنها به عنوان ابزار ارتباطی غیر رسمی، بلکه به عنوان ابزار آموزشی مکمل نقش مهمی ایفا کرده‌اند. این نقش در ارتقای کیفیت آموزش، انگیزش تحصیلی، مشارکت فعال و بهبود عملکرد تحصیلی نمایان شده است. بنابراین، سوال اصلی تحقیق با اطمینان قابل پاسخ است: بله، کاربرد رسانه‌های اجتماعی باعث بهبود کیفیت تحصیلات عالی در پوهنتون فاریاب شده است و این بهبود هم از نظر آماری معنادار و هم از نظر آموزشی و تجربی قابل مشاهده بوده است.

۶- پیشنهادها

۱-۶- پیشنهادهای کاربردی برای نظام تحصیلات عالی

۱. یکپارچه‌سازی رسانه‌های اجتماعی در تحصیلات رسمی: وزارت تحصیلات عالی و نهادهای علمی می‌توانند استفاده از رسانه‌های اجتماعی مانند واتساپ، تلگرام، فیسبوک، گروپ‌ها و گوگل کلاس‌روم را به عنوان ابزار مکمل آموزشی به رسمیت شناخته و برای آن راهنماها و سیاست‌های مشخص تهیه کنند.
۲. آموزش استادان و محصلان در زمینه سواد دیجیتال: دوره‌های تحصیلی مهارت‌های دیجیتال، مدیریت زمان و استفاده علمی از رسانه‌های اجتماعی برای استادان و محصلان فراهم شود تا از جنبه‌های منفی رسانه‌ها جلوگیری و از فرصت‌های آن بهره‌برداری شود.
۳. توسعه زیرساخت‌های تکنولوژیک در پوهنتون‌ها: افزایش دسترسی به اینترنت پایدار، تقویت سیستم‌های یادگیری الکترونیکی^۱ و فراهم‌سازی ابزارهای لازم برای بهره‌مندی از فناوری‌های آموزشی دیجیتال ضروری است.
۴. تقویت تعامل غیر رسمی استاد-محصل: با توجه به نقش تعاملات غیر رسمی در کیفیت تحصیلات، فضاهایی برای گفتگو، مشورت و تبادل علمی میان استادان و محصلان در رسانه‌های اجتماعی فراهم شود.

۲-۶- پیشنهادهای پژوهشی

۱. پژوهش‌های کیفی تکمیلی: تحقیقات کیفی با استفاده از مصاحبه‌های عمیق و گروه‌های متمرکز^۲ می‌تواند ابعاد عمیق‌تر و تجربیات زیسته استادان و محصلان در استفاده از رسانه‌های اجتماعی را تحلیل کند.
۲. مقایسه با پوهنتون‌های دیگر: اجرای همین پژوهش در سایر پوهنتون‌های کشور یا مقایسه بین پوهنتون‌های مرکز و ولایات می‌تواند به درک تفاوت‌های زمینه‌ای و توسعه سیاست‌های جامع کمک کند.
۳. بررسی پیامدهای منفی رسانه‌های اجتماعی: پیشنهاد می‌شود در مطالعات بعدی به چالش‌ها و آسیب‌های احتمالی استفاده از رسانه‌های اجتماعی مانند اعتیاد دیجیتال، افت تمرکز، یا کاهش ارتباطات چهره به چهره نیز توجه شود.
۴. مطالعه تأثیر رسانه‌های خاص (مانند تلگرام یا فیسبوک): پیشنهاد می‌شود تأثیر هر رسانه خاص به صورت مجزا در زمینه‌های مختلف تحصیلی (مانند تحقیقات علمی، ارتباطات صنفی، یادگیری زبان و...) بررسی گردد.

منابع

- [1] Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2016). Higher education and the digital revolution: About MOOCs, SPOCs, social media, and the cookie monster. *Business horizons*, 59(4), 441–450. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.03.008>
- [2] Zincir, O. (2017). Knowledge workers' social media usage as a personal knowledge management tool. In *Harnessing social media as a knowledge management tool* (pp. 108–124). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-0495-5.ch006>
- [3] Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- [4] Liu, Y. (2010). Social media tools as a learning resource. *Journal of educational technology development and exchange (jetde)*, 3(1), 8. <https://doi.org/10.18785/jetde.0301.08>
- [5] Hamid, S., Chang, S., & Kurnia, S. (2009). Identifying the use of online social networking in higher education. *Same places, different spaces. proceedings ascilite auckland* (pp. 419–422). ascilite Auckland. <https://ascilite.org/conferences/auckland09/procs/hamid-poster.pdf>
- [6] Krutka, D. G., & Carpenter, J. P. (2016). Why social media must have a place in schools. *Kappa delta pi record*, 52(1), 6–10. <https://doi.org/10.1080/00228958.2016.1123048>

¹ Learning Management System (LMS)

² Focus groups

- [7] León-Gómez, A., Calderón-Garrido, D., & Gil-Fernández, R. (2019). The use of social networks in a virtual university. *Campus virtuales*, 8(1), 99–109. <http://www.uajournals.com/ojs/index.php/campusvirtuales/article/view/420>
- [8] McCarroll, N., & Curran, K. (2014). Social networking in education. In *Digital arts and entertainment: Concepts, methodologies, tools, and applications* (pp. 731–745). IGI Global. 10.4018/978-1-4666-6114-1.ch034
- [9] Coutinho, C. P., & Lisboa, E. S. (2013). Social networks as spaces for informal teacher professional development: Challenges and opportunities. *International journal of web based communities*, 9(2), 199–211. <https://doi.org/10.1504/IJWBC.2013.053244>
- [10] López-Carril, S., Añó, V., & González-Serrano, M. H. (2020). Introducing TED talks as a pedagogical resource in sport management education through YouTube and LinkedIn. *Sustainability*, 12(23), 10161. <https://doi.org/10.3390/su122310161>
- [11] Sam, C., Naicker, N., & Adebisi, M. (2021). Dimensionality reduction of social media application attributes for ubiquitous learning using principal component analysis. *Mobile information systems*, 2021(1), 6633223. <https://doi.org/10.1155/2021/6633223>
- [12] Bastani, S., & Salehi-Hikoi, M. (2007). Network social capital and gender: A study of the structural, interactive and functional characteristics of women's and men's social networks in Tehran. *Journal of social sciences*, 30, 63-95. (In Persian). https://jnoe.ut.ac.ir/article_18323_615f51a658428cb32035a8e2c2cbcd94.pdf
- [13] Seyyed Akbar Mir Hosseini, & Morteza Nourbakhsh. (2005). *Communication theories*. Jangal (In Persian). <https://B2n.ir/xh6224>
- [14] Wellman, B. (2018). *Networks in the global village: Life in contemporary communities*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429498718>
- [15] Putnam, R. D., Nanetti, R. Y., & Leonardi, R. (1994). Making democracy work: Civic traditions in modern Italy. In *In modern Italy*. Princeton university press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt7s8r7>
- [16] Chugh, R., Grose, R., & Macht, S. A. (2021). Social media usage by higher education academics: A scoping review of the literature. *Education and information technologies*, 26(1), 983–999. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10288-z>
- [17] Al Balushi, W., Al-Busaidi, F., Malik, A., & Al-Salti, Z. (2022). Social media use in higher education during the COVID-19 pandemic: A systematic literature review. *International journal of emerging technologies in learning (IJET)*, 17(24), 4–24. <https://www.learntechlib.org/p/223121/>
- [18] Acuyo, A. (2022). Reviewing the literature on professional development for higher education tutors in the work-from-home era: Is it time to reconsider the integration of social media? *Education and information technologies*, 27(1), 89–113. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10603-2>
- [19] Haerizadeh, S. A., Asgharpourmasouleh, A. R., Mohsen, N., & Reza, M. S. A. (2009). Studying the effect of teacher-student social relations on students' academic success, social sciences (Faculty of literature and humanities, Mashhad). *Social sciences, Ferdowsi university of mashhad*, 6(1), 27–51. (In Persian). <https://doi.org/10.22067/jss.v0i0.8746>
- [20] Ghanei-Rad, & Amin, M. (2006). The role of student-professor interactions in the development of academic social capital. *Iranian journal of sociology*, 7(1), 29-30. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.17351901.1385.7.1.1.2>
- [21] Abdolreza, N., Karim, R., & Mohammad, P. (2012). Investigating factors affecting interactions and communication between students and professors. *Quarterly journal of research and planning in higher education*, 18(1), 25–41. (In Persian). https://journal.irphe.ac.ir/article_702774.html
- [22] Kuh, G. D., & Hu, S. (2001). The effects of student-faculty interaction in the 1990s. *The review of higher education*, 24(3), 309–332. <https://doi.org/10.1353/rhe.2001.0005>
- [23] Endo, J. J., & Harpel, R. L. (1982). The effect of student-faculty interaction on students' educational outcomes. *Research in higher education*, 16(2), 115–138. <https://doi.org/10.1007/BF00973505>
- [24] Goddard, R. D. (2003). Relational networks, social trust, and norms: A social capital perspective on students' chances of academic success. *Educational evaluation and policy analysis*, 25(1), 59–74. 10.3102/01623737025001059
- [25] Núñez, A. M. (2009). Modeling the effects of diversity experiences and multiple capitals on Latina/o college students' academic self-confidence. *Journal of hispanic higher education*, 8(2), 179–196. 10.1177/1538192708326391
- [26] Komarraju, M., Musulkin, S., & Bhattacharya, G. (2010). Role of student--faculty interactions in developing college students' academic self-concept, motivation, and achievement. *Journal of college student development*, 51(3), 332–342. <https://doi.org/10.1353/csd.0.0137>
- [27] Meenan, C., King, A., Toland, C., Daly, M., & Nagy, P. (2010). Use of a wiki as a radiology departmental knowledge management system. *Journal of digital imaging*, 23(2), 142–151. <https://doi.org/10.1007/s10278-009-9180-1>
- [28] Lohr, S. C. (2004). *Student-faculty connections: Grasping the essence of informal interaction*. University of Southern California.
- [29] Israel, B. A., & Rounds, K. A. (1987). Social networks and social support: A synthesis for health educators. *Advances in health education and promotion*, 2(31), 1–35. <https://doi.org/10.1177/109019818501200106>
- [30] Jensen, D. H., & Jetten, J. (2015). Bridging and bonding interactions in higher education: Social capital and students' academic and professional identity formation. *Frontiers in psychology*, 6, 126. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00126>