

کارآمدی رسانه‌های اجتماعی در رفع نیازهای اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بر اساس هرم نیازهای اطلاعاتی Norwood

فاطمه زرمهر^۱، حسن اشرفی ریزی^۲، احمد شعبانی^۳

مقاله پژوهشی

چکیده

مقدمه: امروزه رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در رفع نیازهای اطلاعاتی افراد به ویژه دانشجویان ایفا می‌کنند. پژوهش حاضر با هدف تعیین میزان کارآمدی رسانه‌های اجتماعی در رفع نیازهای اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بر اساس هرم نیازهای اطلاعاتی Norwood انجام شد.

روش بررسی: روش این مطالعه، پیمایشی و ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسش‌نامه محقق ساخته بود. جامعه آماری را دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان تشکیل داد. نمونه‌ها به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. روایی ابزار با کمک متخصصان کتابداری و اطلاع‌رسانی پزشکی و روان‌شناسی و پایایی آن از طریق ضریب Cronbach's alpha با مقدار ۰/۸۹ تأیید گردید. داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی و آزمون‌های ANOVA و t و ضریب همبستگی Pearson مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها: میانگین استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی در رفع نیازهای اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان به طور کلی کمتر از حد متوسط برآورد گردید. میانگین استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی در رفع نیازهای اطلاعاتی پایه و اساسی، یاری‌رسان، روشنگرانه، اغنا کننده و تهذیب و اخلاق به ترتیب ۲/۴۶۱، ۲/۳۲۳، ۳/۱۴۷، ۲/۴۴۸ و ۲/۴۶۳ به دست آمد. همچنین، رشته تحصیلی در میزان استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی تأثیر داشت، اما سن اثرگذار نبود.

نتیجه‌گیری: میزان استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی در رفع انواع نیازهای اطلاعاتی دانشجویان، کمتر از حد متوسط می‌باشد و نیاز اطلاعاتی روشنگرانه دانشجویان بیشتر از سایر نیازهای اطلاعاتی از طریق ابزارهای رسانه اجتماعی مرتفع می‌گردد. مسؤولان سلامت باید قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی را بیشتر برای دانشجویان تبیین نمایند.

واژه‌های کلیدی: رسانه اجتماعی؛ نیازهای اطلاعاتی؛ دانشجویان؛ دانشگاه‌ها؛ هرم Norwood

تاریخ چاپ: ۱۳۹۷/۱/۱۵

پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۱۰/۱۷

دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۵/۱۰

ارجاع: زرمهر فاطمه، اشرفی ریزی حسن، شعبانی احمد. کارآمدی رسانه‌های اجتماعی در رفع نیازهای اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بر اساس هرم نیازهای اطلاعاتی Norwood. مدیریت اطلاعات سلامت ۱۳۹۷؛ ۱۵ (۱): ۴۵-۴۰

طبق دیدگاه ساعی، در دنیای امروزی رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های ارتباط موبایل، به منزله یکی از مهم‌ترین منابع در جهت رفع نیازهای اطلاعاتی مردم در حال استفاده می‌باشند (۵). مشاهیری فردی نیز یکی از کارکردهای اصلی رسانه‌ها و به ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی را اطلاع‌رسانی و انتشار اخبار معرفی نمود (۶). رسانه‌های اجتماعی ابزارهای برخی هستند که عامه از آن برای اشتراک محتوا، پروفایل‌ها، نظرات، دیدگاه‌ها، تجربیات و افکار استفاده می‌کنند (۷). آن‌ها اشتراک‌گذاری اطلاعات را تشویق می‌کنند و به ندرت مانعی برای تولید و دسترسی به محتوا در این رسانه‌ها را قابل تشخیص می‌دانند (۸).

مقدمه

در زندگی روزمره جاری، جوامع نیازمند دریافت و کسب اطلاعات هستند. هر فعالیت انسانی یک ورودی اطلاعاتی دارد. در این راستا، تمام فعالیت‌ها در سازمان‌های خدماتی و تولیدی دارای نیاز اطلاعاتی می‌باشند (۱).

از نظر Lancaster، نیاز اطلاعاتی، اطلاعات مورد نیاز برای طیف گسترده کاربردها است که مرتبه‌ای از کارهای ساده جاری تا تفکر خلاق را در برمی‌گیرد (۲). به عبارت دیگر، افراد در هر سطح از زندگی به اطلاعات نیاز دارند. این دیدگاه برگرفته از نظریه Maslow در رابطه با سلسله مراتب نیازهای فطری بشر می‌باشد. Norwood در تطبیق با دیدگاه Maslow، نیازهای اطلاعاتی را شامل «نیازهای اطلاعاتی پایه و اساسی که در ارتباط با نیازهای فیزیولوژیک انسان است، نیازهای اطلاعاتی یاری‌رسان که در ارتباط با نیازهای امنیتی فرد مطرح است، نیازهای اطلاعاتی روشنگرانه که به اطلاعات عمومی فرد یعنی اطلاع راجع به مسایل جامعه، دوستان و... مربوط می‌شود، نیازهای اطلاعاتی اغنا کننده که باعث غنای فرد می‌شود و در نهایت، نیازهای اطلاعاتی تهذیب و اخلاق که کسب معرفت نسبت به خدا و خویشترن را به همراه دارد» می‌داند (شکل ۱) (۳). امروزه افراد جهت رفع نیازهای اطلاعاتی خود در هر زمینه‌ای، از رسانه‌های اجتماعی بهره می‌برند و به عنوان یک منبع اطلاعاتی مهم به آن‌ها نگاه می‌کنند (۴).

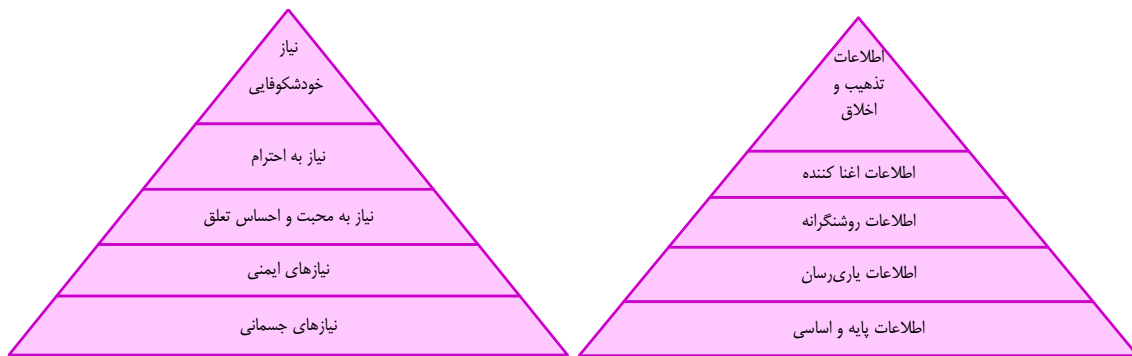
مقاله حاصل تحقیق مستقل بدون حمایت مالی و سازمانی است.

۱- دانشجوی دکتری، علم اطلاعات و دانش‌شناسی، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

۲- دانشیار، کتابداری و اطلاع‌رسانی، مرکز تحقیقات فن‌آوری اطلاعات در امور سلامت، دانشکده علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران (نویسنده طرف مکاتبات)

Email: hassanashrafi@mng.mui.ac.ir

۳- استاد، علم اطلاعات و دانش‌شناسی، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران



شکل ۱: مراتب نیازهای اطلاعاتی از دیدگاه Norwood (۳)

می‌باشند. از نظر اغلب پاسخگویان، اعتبار اطلاعات موجود در شبکه‌های اجتماعی قابل قبول نیست (۱۲). مردی و همکاران نیز با انجام مطالعه‌ای به بررسی انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداختند و نتیجه‌گیری کردند که از جمله دلایل مهم استفاده از شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک) به ترتیب «خودافشاگری، بهبود وضعیت فردی، غوطه‌ور شدن در رسانه‌ها، جستجوی اطلاعات، انگیزه وقت‌گذرانی، حفظ روابط و سرگرمی» می‌باشد (۱۳).

نتایج پژوهش Kim و همکاران که مبنی بر تفاوت فرهنگی در انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی بود، نشان داد که بیشترین انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی شامل «دوستیابی، حمایت اجتماعی، سرگرمی، دستیابی به اطلاعات و راحتی و آسایش» است (۱۴). Kim و Sin مطالعه‌ای را پیرامون جستجوی اطلاعات مورد نیاز دانشجویان بین‌الملل انجام دادند و ارزش اطلاعاتی شبکه‌های اجتماعی را بررسی نمودند. نتایج یافته‌های آنان حاکی از آن بود که اغلب دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی برای رفع نیازهای اطلاعاتی روزمره خود استفاده می‌کنند. اطلاعات عمده مورد نیاز و جستجوی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی متشکل از اطلاعات مالی، سلامتی و اخبار کشور بود. بنابراین، شبکه‌های اجتماعی را مجرای ارزشمندی برای دستیابی به اطلاعات روزمره زندگی دانستند (۱۵). Kim و همکاران در تحقیق خود به این نتیجه دست یافتند که دانشجویان به ترتیب بیشتر از ویکی‌پدیا، شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، یوتیوب، آمازون، بلاگ‌ها و میکروبلاگ‌ها همچون توییتر به عنوان منبع اطلاعات استفاده می‌کنند. آن‌ها بیان کردند که دلایل عمده استفاده از این ابزارها به عنوان منبع اطلاعاتی شامل «دستیابی به اطلاعات زمینه، مرور سریع، اطمینان از اطلاعات حقیقی، یافتن راه‌حل مسایل و یا شیوه عمل، دریافت اخبار و روزآمدسازی» می‌باشد (۱۶).

با توجه به مطالب ذکر شده، چنین می‌توان استنتاج کرد که بیشتر پژوهش‌های داخلی و خارجی انجام شده در این زمینه به بررسی دلایل استفاده از رسانه‌های اجتماعی و بررسی نگرش و میزان آشنایی و استفاده مردم از این ابزارها پرداخته‌اند و پژوهشی در مورد کارآمدی رسانه‌های اجتماعی در رفع انواع نیازهای اطلاعاتی به طور خاص مشاهده نمی‌شود. بر این اساس، تحقیق حاضر میزان کارآمدی رسانه‌های اجتماعی در رفع انواع نیازهای اطلاعاتی بر اساس هرم سلسله مراتب نیازهای اطلاعاتی Norwood، از نظر دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان را مورد مطالعه قرار داد. همچنین، میزان اعتبار اطلاعات به دست آمده از رسانه‌ها از نظر دانشجویان ارزیابی گردید. نتایج پژوهش حاضر

یکی دیگر از مباحث مطرح در حوزه اطلاعات، اعتبار اطلاعات می‌باشد که به عنوان میزان و حدی که یک شخص اطلاعات را باورپذیر و قابل قبول می‌پندارد، تعریف شده است و به عنوان پیش‌بینی کننده‌ای قوی برای اقدامات بعدی خوانندگان اطلاعات محسوب می‌شود (۹). در دنیای مجازی و در میان سیل اطلاعات ارایه شده توسط افراد ناشناس و با توجه به تأثیر اثبات شده این اطلاعات بر تصمیم‌گیری افراد، درک مخاطبان از اعتبار اطلاعات بسیار مهم است؛ چرا که افراد تنها اطلاعات معتبر را می‌پذیرند و از آن استفاده می‌کنند. بنابراین، میزان استفاده از اطلاعات می‌تواند معیاری برای میزان اعتبار اطلاعات تلقی گردد.

در این راستا، پژوهش‌های مشابهی صورت گرفته است که بیانگر افزایش میزان توجه پژوهشگران به رسانه‌های اجتماعی به عنوان منبع اطلاعاتی می‌باشد. به عنوان مثال، نویدی به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی پیوسته در رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره کاربران پرداخت. نتایج تحقیق وی نشان داد که سرمایه اجتماعی غنی و تنوع بیشتر در شبکه‌های اجتماعی، منجر به دسترسی به اطلاعات باکیفیت می‌گردد (۴). محکم‌کار و حلاج در مطالعه خود، اهداف و مزایای شبکه‌های اجتماعی را بررسی نمودند و به این نتیجه رسیدند که از جمله کارکردهای شبکه‌های اجتماعی، انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات، افزایش قدرت تحلیل و تقویت روحیه انتقادی، آشنایی با افراد، جوامع و فرهنگ‌های مختلف، شکل‌گیری و تقویت خرد جمعی، امکان بیان ایده‌ها به صورت آزادانه و آشنایی با ایده‌ها، ارتباط مجازی مستمر با دوستان و تبلیغ و توسعه ارزش‌های انسانی و اخلاقی در عرصه جهانی، افزایش فرایند آموزش و ایجاد ارتباط شبانه‌روزی بین استاد و شاگرد و افزایش اعتماد، صمیمیت و صداقت می‌باشد (۱۰). مشاوری فرد به بررسی کارکرد رسانه‌های اجتماعی در ایران پرداخت و نتیجه‌گیری کرد که یادگیری مطالب جدید، سرگرمی، عضویت و فعالیت در گروه‌های متناسب با سلیقه فردی، دوستیابی و کسب اخبار به ترتیب بیشترین فراوانی را به عنوان اولویت کارکردهای رسانه‌های اجتماعی در ایران دارد (۶). آریانی در پژوهش خود، کاربرد رسانه‌های اجتماعی مجازی در آموزش دانشجویان را بررسی کرد. نتایج مطالعه او نشان داد که رسانه‌های اجتماعی مجازی امکانات فراوانی را برای کاربران در عرصه آموزش، یادگیری و پژوهش فراهم می‌نمایند (۱۱).

خلیلی در تحقیق خود به مطالعه میزان استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی پرداخت و به این نتیجه رسید که بیشتر دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و وایبر و لاین پرمراجعه‌ترین شبکه‌های مورد استفاده

متوسط بود. میانگین میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در جدول ۱ ارایه شده است.

جدول ۱: میانگین استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی توسط دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان

میانگین استفاده	رسانه اجتماعی
۱/۰۷	وایبر
۱/۵۷	واتس‌آپ
۱/۲۹	لاین
۳/۶۵	تلگرام
۲/۶۰	اینستاگرام
۱/۲۸	اینستاگرام
۱/۴۴	ویکی
۱/۳۹	وبلاگ
۱/۰۷	پادکست
۱/۱۷	فیس‌بوک
۱/۰۹	لینکدین
۱/۰۴	مای‌اسپیس
۱/۱۳	توییتر

با توجه به داده‌های جدول ۱ و مقایسه میانگین استفاده از انواع رسانه‌های اجتماعی، می‌توان گفت که تلگرام، اینستاگرام و واتس‌آپ به ترتیب با مقادیر ۳/۶۵، ۲/۶۰ و ۱/۵۷ بیشترین میزان استفاده را در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان به خود اختصاص دادند. میزان استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی در جدول ۲ آمده است.

یافته‌های جدول ۲ در رابطه با میزان پاسخگویی رسانه‌های اجتماعی بر حسب ابعاد سلسله مراتب نیازهای اطلاعاتی Norwood نشان داد که میانگین استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی در رفع نیازهای اطلاعاتی پایه و اساسی، یاری‌رسان، اغنا کننده و تهذیب و اخلاق کمتر از حد متوسط (نمره ۳ در نمره‌گذاری طیف لیکرت) بود ($P > 0/050$)؛ در حالی که میانگین میزان استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی در رفع نیاز اطلاعاتی روشنگرانه، ۳/۱۴۷ به دست آمد که بیشتر از حد متوسط می‌باشد ($P < 0/050$). رابطه استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی و اعتبار اطلاعات در جدول ۳ ارایه شده است.

می‌تواند تصویری واقعی از آنچه در رابطه با عملکرد رسانه‌های اجتماعی در رفع نیازهای اطلاعاتی مردم است، ارایه نماید و با توجه به واقعیت موجود، سیاست‌گذاری‌های مفیدی در حوزه تولید محتوا، مدیریت و تسهیم دانش و اطلاعات اعمال گردد.

روش بررسی

این مطالعه به روش توصیفی-پیمایشی انجام شد. جامعه آماری متشکل از دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بود (۱۰ هزار نفر). نمونه‌ها با توجه به جدول Morgan و Krejcie، ۳۷۰ نفر انتخاب شد. با توجه به این که دانشجویان در ۸ دانشکده توزیع شده بودند، به طور تقریبی ۴۶ پرسش‌نامه در هر دانشکده توزیع گردید. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسش‌نامه محقق ساخته بود (۱۷). از آن‌جا که سلسله مراتب نیازهای اطلاعاتی Norwood در راستای هرم نیازهای Maslow بود، در طراحی سؤالات پرسش‌نامه نیز مؤلفه‌ها به صورت مرتبط با این نیازها و به کمک متون و مشورت با افراد مطلع استخراج و اضافه گردید (۱۸). روایی پرسش‌نامه بر اساس مطالعات پژوهشگر و همچنین، مشورت با متخصصان و صاحب‌نظران این حوزه مورد بررسی قرار گرفت و اعتبار آن از نظر ساختار سؤالات، ارتباط با هدف و جمله‌بندی، سنجیده شد و در موارد مورد نیاز رفع ابهام و ویرایش گردید. جهت سنجش پایایی ابزار از ضریب Cronbach's alpha استفاده شد که میزان آن برای پرسش‌نامه تحقیق حاضر، ۰/۸۹ به دست آمد. پرسش‌نامه مورد استفاده شامل ۳۰ سؤال بود که در پنج مؤلفه و با طیف لیکرت پنج گزینه‌ای طراحی گردید. برای گزینه خیلی زیاد تا خیلی کم به ترتیب نمرات ۵ تا ۱ در نظر گرفته شد. ترتیب توزیع و تکمیل پرسش‌نامه‌ها در میان دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان با مراجعه حضوری به دانشکده‌ها انجام گرفت. داده‌ها با استفاده از آمارهای توصیفی (درصد و میانگین) و استنباطی (آزمون‌های ANOVA، t و ضریب همبستگی Pearson) در نرم‌افزار SPSS نسخه ۱۶ (version 16, SPSS Inc., Chicago, IL) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها

۶۰/۷ درصد پاسخ دهندگان زن و ۳۰/۳ درصد مرد بودند. ۸۲/۸ درصد شرکت‌کنندگان در مقطع کارشناسی، ۵ درصد در مقطع کارشناسی ارشد و ۱۲/۲ درصد در مقطع دکتری مشغول به تحصیل بودند. میزان استفاده دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان از رسانه‌ها اجتماعی با میانگین ۱/۲، کمتر از حد

جدول ۲: نتایج آزمون t جهت بررسی میزان استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی در رفع ابعاد مختلف سلسله مراتب نیازهای اطلاعاتی (مقایسه میانگین‌ها با میانگین فرضی ۳)

مؤلفه	میانگین \pm انحراف معیار	مقدار P	آماره t
میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در رفع نیازهای اطلاعاتی پایه و اساسی	۲/۴۶۱ \pm ۰/۷۷۱	< ۰/۰۰۱	۵۸/۴۹۹
میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در رفع نیازهای اطلاعاتی یاری‌رسان	۲/۳۲۳ \pm ۰/۸۲۷	< ۰/۰۰۱	۵۱/۴۶۵
میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در رفع نیازهای اطلاعاتی روشنگرانه	۳/۱۴۷ \pm ۰/۸۶۳	< ۰/۰۰۱	۶۶/۸۲۲
میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در رفع نیازهای اطلاعاتی اغنا کننده	۲/۴۴۸ \pm ۰/۷۷۳	< ۰/۰۰۱	۵۸/۰۴۷
میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در رفع نیازهای اطلاعاتی تهذیب و اخلاق	۲/۴۶۳ \pm ۰/۸۵۴	< ۰/۰۰۱	۵۲/۸۶۶

و لاین بیشترین میزان استفاده را به خود اختصاص دادند (۱۲). با توجه به یافته‌ها، میزان استفاده دانشجویان از ابزارهای رسانه اجتماعی تنها برای رفع نیازهای اطلاعاتی روشنگرانه (کسب اطلاعات عمومی از محیط و پیرامون) بیشتر از حد متوسط بود؛ در حالی که در رابطه با سایر نیازهای اطلاعاتی همچون پایه و اساسی، یاری‌رسان، اغنا کننده و تهذیب و اخلاق کمتر از حد متوسط دست آمد که از این نظر با نتایج تحقیقات محکم کار و حلاج (۱۰)، مشاهری فرد (۶)، Kim و همکاران (۱۴) و مرادی و همکاران (۱۳) مطابقت داشت. محکم کار و حلاج در بررسی خود پیرامون کارکردهای شبکه اجتماعی به اشاعه اخبار و اطلاعات اشاره کردند که در واقع در پاسخ به نیازهای اطلاعاتی روشنگرانه می‌باشد (۱۰). مشاهری فرد نیز در زمینه کارکردهای رسانه اجتماعی در ایران، کسب اخبار از محیط پیرامون را به عنوان اولویت استفاده از رسانه‌های اجتماعی بیان نمود (۶). مرادی و همکاران در بین عمده انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی، به خودافشگری (اطلاعات اغنا کننده) و بهبود وضعیت فردی (اطلاعات یاری‌رسان) اشاره کردند (۱۳). Kim و همکاران نیز با بررسی انگیزه دانشجویان آمریکایی و کره‌ای در استفاده از شبکه‌های اجتماعی، کسب اخبار و اطلاعات را عنوان نمودند (۱۴).

از طرف دیگر، اعتبار اطلاعات از نظر کاربران تأثیر بسزایی در استفاده از آن دارد. بر اساس نتایج تحقیق حاضر، اعتبار اطلاعات اغنا کننده بیشترین تأثیر را در استفاده از این دسته از اطلاعات توسط دانشجویان داشت؛ در حالی که رابطه بین اعتبار اطلاعات پایه و اساسی و میزان استفاده از این دسته از اطلاعات تا حدودی ضعیف است؛ یعنی استفاده‌کنندگان از این دسته از اطلاعات، به اعتبار آن توجه کمتری داشتند. از این منظر، یافته‌های بررسی حاضر با نتایج مطالعه خلیلی مینی بر تأثیر اعتبار اطلاعات موجود در رسانه‌های اجتماعی در استفاده از آن (۱۲)، همخوانی دارد. به عبارت دیگر، خلیلی نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسید که اعتبار اطلاعات موجود در شبکه‌های اجتماعی از نظر دانشجویان قابل قبول نیست و باعث می‌شود که آن‌ها تنها به عنوان سرگرمی از این ابزارها استفاده کنند (۱۲). همچنین، نتایج تحقیق حاضر در بررسی رابطه بین ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ دهندگان و میزان استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی نشان داد که ارتباط معنی‌داری بین سن و میزان استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی وجود نداشت، اما بین رشته تحصیلی دانشکده‌ها و میزان استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی رابطه مشاهده شد.

نتیجه‌گیری

میزان استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی در رفع انواع نیازهای اطلاعاتی دانشجویان، کمتر از حد متوسط می‌باشد. در میان انواع نیازهای اطلاعاتی، نیاز اطلاعاتی روشنگرانه دانشجویان بیشتر از سایر نیازهای اطلاعاتی از طریق ابزارهای رسانه اجتماعی مرتفع می‌گردد. همچنین، ارتباط معنی‌داری بین میزان استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی در رفع نیاز اطلاعاتی و میزان اعتبار اطلاعات از نظر پاسخ دهندگان وجود دارد، اما به طور کلی، می‌توان گفت که میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بین دانشجویان در رفع نیازهای اطلاعاتی کمتر از حد متوسط برآورد گردید.

پیشنهادها

فراهم‌آوری زیرساخت‌های فن‌آوری، فرهنگی و آموزشی لازم به منظور ایجاد

بر اساس یافته‌های جدول ۳، رابطه خطی معنی‌داری بین میزان استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی و اعتبار اطلاعات از نظر پاسخ دهندگان مشاهده گردید. در واقع، می‌توان گفت که اعتبار اطلاعات تهذیب و اخلاق بیشترین تأثیر را در استفاده از این دسته از اطلاعات توسط دانشجویان داشت.

جدول ۳: رابطه استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی با میزان

اعتبار اطلاعات

متغیر	مقدار P	ضریب همبستگی
اطلاعات پایه و اساسی	< ۰/۰۰۱	۰/۴۷۷
اطلاعات یاری‌رسان	< ۰/۰۰۱	۰/۵۳۲
اطلاعات روشنگرانه	< ۰/۰۰۱	۰/۴۷۵
اطلاعات اغنا کننده	< ۰/۰۰۱	۰/۵۴۹
اطلاعات تهذیب و اخلاق	< ۰/۰۰۱	۰/۵۷۶

ضریب همبستگی Pearson در زمینه امکان وجود ارتباط بین ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و استفاده از رسانه‌های اجتماعی نیز حاکی از آن بود که بین سن و استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی رابطه خطی معنی‌داری وجود نداشت ($r = ۰/۰۶۴, P = ۰/۲۴۰$).

رابطه بین رشته تحصیلی و میزان استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی در جدول ۴ ارائه شده است. بر این اساس، بین میزان استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی با توجه به رشته‌های تحصیلی مختلف دانشکده‌ها تفاوت معنی‌داری مشاهده شد و بیشترین میانگین به ترتیب به رشته‌های دانشکده‌های دندانپزشکی (۱/۸۱)، پرستاری (۱/۵۳)، توان‌بخشی (۱/۵۰)، مدیریت (۱/۴۸)، پزشکی (۱/۴۶) و تغذیه و بهداشت (۱/۴۰) اختصاص داشت.

جدول ۴: رابطه بین رشته تحصیلی در دانشکده‌ها و میزان

استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی

نام متغیر	منبع متغیرات	میانگین مرعات	مجموع مرعات	مقدار P	آماره F
میزان استفاده از ابزارهای رسانه اجتماعی	بین گروهی	۰/۹۷	۴/۸۷	< ۰/۰۰۱	۷/۳۳
	درون گروهی	۰/۱۳	۴۳/۸۷		
	کل	۰/۱۱	۴۸/۷۴		

بحث

نتایج مطالعه حاضر نشان داد که میزان استفاده دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان از ابزارهای رسانه اجتماعی در روند رفع نیازهای اطلاعاتی، کمتر از حد متوسط و پایین می‌باشد که با نتایج تحقیق Sin و Kim (۱۵) همخوانی داشت. آنان به این نتیجه رسیدند که دانشجویان از رسانه‌های اجتماعی به طور محدودی به عنوان منبع اطلاعات استفاده می‌کنند (۱۵). همچنین، از بین انواع ابزارهای رسانه اجتماعی، میزان استفاده از تلگرام توسط دانشجویان بیشتر از سایر ابزارها بود که با یافته‌های پژوهش خلیلی (۱۲) مشابهت نداشت؛ چرا که در مطالعه وی به بررسی پرکاربردترین ابزارهای رسانه اجتماعی پرداخته شد و وایبر

جهت به‌روزرسانی نرم‌افزار و سخت‌افزار و محتوا و تقویت زیرساخت شبکه انتقال اطلاعات جهت توسعه این ابزار به عنوان منبع اطلاعاتی اقدام نمایند.

تشکر و قدردانی

بدین وسیله از کارمندان کتابخانه‌های دانشکده‌های دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، مسئولان و دانشجویان مشارکت‌کننده، متخصصان کتابداری و اطلاع‌رسانی، استادان روان‌شناسی و کلیه افرادی که در انجام این پژوهش همکاری نمودند، تشکر و قدردانی به عمل می‌آید.

بستر مناسبی برای به اشتراک‌گذاری اطلاعات درست و معتبر از طریق رسانه‌های اجتماعی ضروری به نظر می‌رسد. همچنین، برگزاری دوره‌های آموزشی به منظور ارایه قابلیت رسانه‌های اجتماعی و آموزش نحوه استفاده مناسب از آن‌ها برای کاربران می‌تواند مفید باشد. بخشی از این آموزش می‌تواند به تقویت قدرت تجزیه و تحلیل اطلاعات درست و معتبر به دانشجویان و سایر گروه‌های کاربران مربوط باشد که تحت عنوان سواد رسانه‌ای قابل ارایه است. کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی نیز باید نگاه ویژه‌ای به ابزارهای رسانه‌های اجتماعی به عنوان تسریع‌کننده ارایه منابع و خدمات اطلاعاتی داشته باشند و در

References

1. Vickery BC, Vickery A. Information science in theory and practice. London, UK: Butterworths; 1987.
2. Lancaster FW. Libraries and the future: Essays on the library in the twenty-first century. Philadelphia, PA: Haworth Press; 1993.
3. Norwood G, Maslow's hierarchy of needs [Online]. [cited 1996]; Available from: URL: <http://www.connect.net/georgen/maslow.htm>
4. Navidi F. The role of online social networks in users' everyday-life information seeking. Human Info Interact 2015; 2(1): 50-8.
5. Saeed M. Social networks are the fifth pillar of democracy [Online]. [cited 2015]; Available from: URL: <http://www.atnanews.ir/archives/15145>
6. Mashaheri Fard R. Function of social media in Iran. Proceedings of the 1st National Conference Computer Engineering and Information Technology; 2017 July 13; Sepidan, Iran. [In Persian].
7. Oftadeh J. The difference between social media and mass media. Journal of Social Science 2012; (56): 67-72.
8. Jin X. Information sharing in the era of social media [Online]. [cited 2016]; Available from: URL; <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/50876/9789513967116.pdf?sequence=1>
9. Dariush B. Investigating factors affecting the credibility of electronic word-of-mouth information, using elaboration likelihood model [Thesis]. Rasht, Iran: Rahbord Shomal University; 2015. [In Persian].
10. Mohkam Kar A, Hallaj MM. Virtual space, dimensions, features and functions. Marefat 2014; 23(201): 63-82. [In Persian].
11. Ariyani A. Function of virtual social media in students' education. Rahavardnoor 2016; 15(56): 10-9. [In Persian].
12. Khalili L. Use of social networks by university students. Human Info Interact 2015; 2(1): 59-73. [In Persian].
13. Moradi SH, Rajabpour M, Kian Ersi F, Haj Loo N, Radbakhsh N. Motivational factors in using virtual social networks. Journal of Culture in the Islamic University; 2014; 4(1): 95-118. [In Persian].
14. Kim Y, Sohn D, Choi SM. Cultural difference in motivations for using social network sites: A comparative study of American and Korean college students. Comput Human Behav 2011; 27(1): 365-72.
15. Sin SCJ, Kim KS. International students' everyday life information seeking: The informational value of social networking sites. Libr Inf Sci Res 2013; 35(2): 107-16.
16. Kim KS, Joanna Sin SC, Yoo-Lee EY. Undergraduates' use of social media as information sources. College & Research Libraries 2014; 75(4): 442-57.
17. Shojaii M. Theory of spiritual needs from Islamic point of view and its correspondence with Maslov's needs hierarchy. Journal of Studies in Islam & Psychology 2008; 1(1): 87-116. [In Persian].
18. Morovvati S, Yaghoobi M. Review of Maslow's anthropological theory. Quran and Hadith Studies 2011; 4(1): 77-92. [In Persian].

The Effectiveness of Social Media in Meeting the Information Needs among the Students in Isfahan University of Medical Sciences, Iran, Based on the Norwood's Information Needs Pyramid

Fatemeh Zarmehr¹, Hasan Ashrafi-Rizi², Ahmad Shabani³

Original Article

Abstract

Introduction: Nowadays, social media plays an important role in meeting information needs of individuals, especially students. The purpose of this study was to determine the effectiveness of social media in meeting all kinds of information needs based on Norwood's information needs pyramid among the students in Isfahan University of Medical Sciences, Isfahan, Iran.

Methods: In this survey study, the data were collected using a researcher-made questionnaire. The statistical population consisted of students in Isfahan University of Medical Sciences. Sampling was carried out using random stratified sampling method. The validity of questionnaire was confirmed by experts in library and information science and psychologists; while reliability was calculated based on Cronbach's alpha (0.89). SPSS software was used for data analysis.

Results: The mean of using social media to meet information needs was lower than average among studied students. The means of using social media to meet the coping, helping, enlightening, empowering, and edifying information needs were estimated as 2.461, 2.323, 3.147, 2.448, and 2.463, respectively. Field of study significantly affected the use of social media, while the age had no significant effects.

Conclusion: The extent of using social media tools to meet all kinds of information needs of students was less than average in Isfahan University of Medical Sciences; and the enlightening information needs of students were met more than other types of information needs through social media tools. To import the use of social media in meeting information needs, health officials should explain the capabilities of social media to students.

Keywords: Social Media; Information Needs, Students; Universities; Norwood' Hierarchy

Received: 01 Aug., 2017

Accepted: 07 Jan., 2018

Published: 04 Apr., 2018

Citation: Zarmehr F, Ashrafi-Rizi H, Shabani A. **The Effectiveness of Social Media in Meeting the Information Needs among the Students in Isfahan University of Medical Sciences, Iran, Based on the Norwood's Information Needs Pyramid.** Health Inf Manage 2018; 15(1): 40-5

Article resulted from an independent research without financial support.

1- PhD Student, Knowledge and Information Science, Department of Knowledge and Information Science, School of Education and Psychology, University of Isfahan, Isfahan, Iran

2- Associate Professor, Library and Information Science, Health Information Technology Research Center, Isfahan University of Medical Sciences, Isfahan, Iran (Corresponding Author) Email: hassanashrafi@mng.mui.ac.ir

3- Professor, Knowledge and Information Science, Department of Knowledge and Information Science, School of Education and Psychology, University of Isfahan, Isfahan, Iran