

بررسی رابطه بین استفاده از شبکه های اجتماعی و سبک زندگی جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال شهر تهران

علیرضا بیابان نورد سروستانی^۱، امیرحسین ناطقی^۲

^۱ استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شیراز، گروه علوم سیاسی، شیراز ایران

^۲ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات فارس، گروه علوم ارتباطات، شیراز. ایران

نام نویسنده مسئول:

امیرحسین ناطقی

چکیده

عصر حاضر، عصر شبکه ها است. عصری که در آن شکلگیری شبکه های گوناگون اجتماعی آنلاین، شیوه های ارتباطی زیادی را به عرصه گسترده ارتباطات اجتماعی معرفی کرده است. امروزه فضای مجازی و اینترنت به عنوان یکی از مظاهر فناوری ارتباطی نوین در زندگی فردی و اجتماعی بشر جایگاهی گسترده و مؤثر دارد و جزء لاینفک مناسبات روزمره محسوب می شود، به طوری که می توان ادعا کرد برای بسیاری از افراد، زندگی بدون آن امکان پذیر نیست یا دست کم مطلوبیتی ندارد. فضای مجازی و شبکه های اجتماعی در دهه اخیر بشدت جای خود را بین افراد خانواده ها و به ویژه جوانان باز کرده است. از این رو در این تحقیق به "بررسی رابطه بین استفاده از شبکه های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال شهر تهران" پرداخته است. جامعه آماری از این تحقیق جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال شهر تهران می باشد. با توجه به حجم جامعه آماری این پژوهش تعداد ۳۷۰ نفر به عنوان حجم نمونه برای این تحقیق محقق گردید. برای نمونه گیری از روش خوشه ای استفاده گردید. ابزار گردآوری داده ها در این تحقیق پرسشنامه است. برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است. در بخش آمار استنباطی برای تجزیه و تحلیل مدل و فرضیه های تحقیق از تحلیل عاملی تاییدی و مدل سازی معادلات ساختاری با حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شده است. نتیجه آزمون فرضیه های تحقیق حاکی از رابطه بین تغییر سلیقه در نوع پوشش، تغییر در سبک خرید، تغییر در شیوه های گذران اوقات فراغت و تفریح، و تغییر در تعاملات و ارتباطات رو در روی کاربران با میزان استفاده از شبکه های اجتماعی تلفن همراه داشت.

واژگان کلیدی: شبکه های اجتماعی، سبک زندگی، کاربران.

مقدمه

امروزه فضای مجازی و اینترنت به عنوان یکی از مظاهر فناوری ارتباطی نوین در زندگی فردی و اجتماعی بشر جایگاهی گسترده و مؤثر دارد و جزء لاینفک مناسبات روزمره محسوب می شود، به طوری که می توان ادعا کرد برای بسیاری از افراد، زندگی بدون آن امکان پذیر نیست یا دست کم مطلوبیتی ندارد. فضای مجازی و شبکه های اجتماعی در دهه اخیر بشدت جای خود را بین افراد خانواده ها و به ویژه جوانان باز کرده است. گرچه آثار مثبت کاربرد فناوری های ارتباطی و شبکه های اجتماعی در جهت توانمندسازی شهروندان قابل انکار نیست اما مانند سایر فناوری های نوین چون تلویزیون، ویدئو و ماهواره می تواند آثار منفی اجتماعی زیادی نیز به دنبال داشته باشد (فرقانی و مهاجری، ۱۳۹۷، ۲۶۱). در دنیای امروزی می توان مدعی شد که فضای مجازی در سطح گسترده ای با فضای ریال رقابت دارد؛ با این تفاوت که این دنیای مبهم اما جذاب، روز به روز گسترده تر می شود، اما دنیای پیرامون ما برای رشد و گسترش به زمان بیشتری نیاز دارد. فضاهای مجازی در ابعاد مختلف زندگی انسان تاثیرگذارند، در شکل دهی به هویت نقش دارند و حتی روی ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی جامعه هم اثر دارند. فضاهای مجازی با آن که عمر خیلی زیادی ندارند، اما توانسته اند در زندگی مردم جا باز کنند و شکل روابط میان افراد را تغییر دهند. با توجه به این که افزایش سرعت تکنولوژی و ارتباطات، استفاده از فناوری نوین و ارتباطی و مجازی را امری ضروری می کند، اما این امر تأثیراتی را بر روی سبک زندگی افراد به همراه دارد که برخی از این تأثیرات مثبت و برخی دیگر منفی هستند (پورونچی صلوات، ۱۳۹۷، ۱).

بیان مساله

افراد بیش از یک سوم روز خود را صرف شبکه های اجتماعی می کند. جنبه های منحصر به فرد رسانه های اجتماعی و محبوبیت آن در بین جوانان ترویج و گسترش زیادی پیدا کرده است. از این رو رسانه های اجتماعی، سبک زندگی افراد را نیز تحت تاثیر قرار داده است، که شامل رفتارهای کاربران برای کسب اطلاعات، رفتارها و نارضایتی، رفتارهای الگوی استفاده از اینترنت. این تفاوت ها و اهمیت، محققین را به بحث و بررسی در پیرامون رسانه های اجتماعی وا داشته است (Hassan et al, 2015, 263-264). در سال های اخیر مقوله تأثیر فضای مجازی بر شیوه تفکر و سبک زندگی مسئله ای بوده است، که نگرانی ها و نیز پرسش های زیادی در ابعاد فرهنگی و اجتماعی ایجاد کرده است؛ به طوری که گاهی بدون تأمل و تحقیقی که بتواند تأثیرات این پدیده ی مجازی را بررسی کند، شاهد اظهار نظره های متناقض و مبهمی در ارتباط مستقیم فضای مجازی و سبک زندگی جوانان هستیم. در جامعه اطلاعاتی امروز، دنیای الکترونیکی نامحدود، یک منبع بزرگ اطلاعات است؛ تا جایی که اگر همه کانال های بزرگترین شبکه های تلویزیونی را ۵۰ برابر کنیم، باز هم به پای تعداد منابع اطلاعاتی اینترنت نمی رسد (Bidi et al., 2018, 15). وجود شبکه های اجتماعی به تاریخ بشریت بازمی گردد اما شبکه های اجتماعی مجازی پدیده ای است که در چند دهه اخیر معنا و مفهوم پیدا کرده است. به طوری که امروزه به عنوان ضرورتی اجتناب ناپذیر در زندگی بسیاری از کاربران قرار گرفته است. بسیاری از جوانان به فعالیت های اجتماعی شبکه ای اشتغال دارند و در انتخاب سبک زندگی خود از روابط و مناسبات اینترنتی استفاده می کنند (فرقانی و مهاجری، ۱۳۹۷، ۲۶۱). در سال های اخیر با توجه به افزایش استفاده از شبکه های اجتماعی در کشورمان شاهد تغییر در مجموعه ای از رفتار، عادات و عقاید مردم کشورمان می -باشیم. با توجه به استفاده گسترده از شبکه های اجتماعی در بین جوانان و تأثیر این شبکه ها بر سبک زندگی آنان در این مقاله قصد داریم به بررسی روابط بین میزان استفاده از شبکه های تلفن همراه و تغییر سبک زندگی جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال بپردازیم.

اهمیت و ضرورت

در سال های اخیر در ایران، شبکه های اجتماعی مختلفی مانند واتس آپ، لاین و تلگرام، اینستاگرام به عنوان مهم ترین شبکه های اجتماعی مجازی پیام رسان با استفاده از بستر گوشی های همراه استفاده شده اند که با جنبه هایی مثبت از جمله دسترسی آسان به منابع اطلاعاتی، احساس صمیمیت میان افراد، یافتن دوستان جدید و جنبه های منفی مانند افزایش آسیب های اجتماعی،

تغییر فرهنگ های محلی و ... همراه بوده اند (بیگدلو و هادیان، ۱۳۹۷، ۸۳). بنابراین، ارتباطات در فضای سایبر با ورود به عصر دوم خویش یعنی شبکه های اجتماعی، مفهوم تازه ای را در برابر جامعه شناسان قرار داد. تا پیش از این مفهوم سبک زندگی با ویژگی های سنتی آن شناخته می شد اما، شبکه های اجتماعی سبب شدند تا مفهوم یادشده، از دیدگاه جامعه شناسان مورد واکاوی و بازخوانی تازه ای قرار بگیرد. به همین دلیل است که در جامعه شناسی از مفهوم سبک زندگی دو برداشت متفاوت شده است: نخست مفهومی که سابقه آن به دهه بیست میلادی (۱۹۲۰) برمی گردد و در آن سبک زندگی با ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و غالباً به عنوان مشخصه طبقه اجتماعی افراد سنجیده می شد. برداشت دیگر ارزش ها و تحول ارزشی را اصلی ترین منبع شکل دهی سبک زندگی دانسته و تأکید دارد که شناخت ساختار ارزش های فردی اصلی ترین وظیفه برای درک سبک زندگی افراد است. شبکه های اجتماعی توانستند ارزش ها و تحول ارزشی یا نظام ارزشی جدیدی را پدید آورند. تحولی که ارزش ها و نظام ارزشی جدید را در الگوهای فرهنگی رفتاری افراد جلوه گر می سازد (رضائیان و ادریسی، ۱۳۹۷، ۱۵). از دیگر ویژگی های مهم فضای مجازی، گسترش اهمیت فرد و حیطه خصوصی در برابر جمع و حوزه عمومی است. افراد در فضای مجازی در عین حال که می توانند در گروه های مختلف حضور داشته باشند، می توانند خود را جدا از دیگران و تنها نیز حس کنند. نبود مراتب قدرت در فضای مجازی، باعث می شود فردیت افراد در جمع حل نشود. در جهان واقعی، قدرت انتخاب افراد، همواره تحت تأثیر عواملی چون: جبر مکان، زمان، فرهنگ، حکومت و... محدود بوده است؛ اما در جهان مجازی این مرزها وجود ندارد و افراد می توانند در مقیاس جهانی دست به انتخاب بزنند. بنابراین، بررسی اثرات شبکه های اجتماعی جدید بر سبک زندگی فردی و اجتماعی افراد، اهمیت و ضرورت دارد.

شبکه های اجتماعی

رسانه های جدید در ساختن جامعه و فرهنگ تازه، تصور از زندگی و امکان دستیابی به جهان معاصر به طور مجازی، مؤثر هستند. انسان در جامعه رسانه ای دیروز، بیشتر نقش پذیر بود تا نقش آفرین؛ اما با شکل گیری جهان مجازی، نقش و سهم انسان به طور مجازی و تصور از خود و دیگری که جهان اجتماعی را می سازد، بیشتر شده است. رسانه های الکترونیکی، جهانی وسیع برای انسان ها ساخته، موجب می شوند تا محیطی چندبعدی تحت وضعیت محلی و جهانی ظاهر شود، برخلاف گذشته که ایجاد فاصله میان بیننده و وقایع را سبب شده بود. امروزه مخاطبان در رسانه های اجتماعی، حضوری بیشتر و تعامل هایی سریع تر نسبت به رسانه های جمعی دارند (Kempe, 2015, 3-5) و مخاطبان در این رسانه ها به جای اینکه دریافت کنندگان غیرفعال اطلاعات باشند، می توانند با تولیدکنندگان محتوا و حتی با یکدیگر برخورد داشته، خود نیز به تولید محتوا بپردازند (Trentham&Sokoloff& Tsang&Neysmith, 2015:562) و وقتی این فناوری های جدید در جامعه گسترش می یابند و فراگیر می شوند، همه جا همه جا حضوری نامحسوس دارند (gustafsson, 2013, 39).

در پاییز ۲۰۱۴ حدود ۲/۵ بیلیون اشتراک پهنای باند گوشی همراه در سراسر جهان وجود داشت و قابل پیش بینی است که تا سال ۲۰۲۰ به ۴/۸ بیلیون برسد (Dashtinejad, 2015, 1). یکی از دلایل این رشد و دسترسی به ارتباط اینترنتی، تغییرهایی است که در زمینه ارسال پیام در تلفن های همراه در ده سال اخیر رویدادهاست، جایی که برنامه های کاربردی، امکان ارسال انواع فایل را بدون پرداخت هزینه و فقط با اتصال به اینترنت برای کاربران خود فراهم می آورند. این نرم افزارها پیشنهاد ارتباطات رایگان را ارائه می دهند و اغلب، رایگان نصب می شوند که این موضوع آنها را برای مشتریان بالقوه جذاب کرده است. تماس رایگان، ارسال پیامک رایگان، ارسال عکس و فیلم رایگان و تشکیل گروه های مختلف درسی، ورزشی و دانشگاهی، تنها بخشی از این امکانات هستند؛ افرادی که نرم افزار این شبکه های اجتماعی را در فهرست برنامه های گوشی تلفن همراه خود داشته باشند، فقط با اتصال به اینترنت قادرند تمام خدمات اشاره شده را انجام دهند که این امر، ضمن آسان کردن ارتباطات و نزدیک ساختن جوامع بشری به یکدیگر، جذابیت هایی هم برای مخاطبان خود دارد (بیگدلو و هادیان، ۱۳۹۷، ۸۳).

سبک زندگی

تعاریف متعددی از سبک زندگی ارائه شده است که ریشه در سنت های نظری و اهداف پژوهشگران دارد؛ سبک زندگی، الگو هایی از کنش است که متمایز کننده افراد از یکدیگر است؛ سبک زندگی مجموعه ای کم و بیش جامع از عملکردهاست که فرد برای رفع نیازهای جاری و عینیت بخشیدن به روایت خاصی از هویت شخصی خود در برابر دیگران آنها را به کار می گیرد. با جمع بندی تعاریف فوق می توان گفت که سبک زندگی الگوی کنش است، ابعاد مختلفی دارد و موجب تمایز بین افراد می شود. بنابراین، سبک زندگی «الگوی کنش های روزمره معطوف به مصرف و تولید فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است که افراد را از یکدیگر متمایز می کند». با این تعریف، سبک زندگی در سه گونه اصلی فرهنگی، اجتماعی و مادی (اقتصادی) قابل تشخیص است؛ در حالی که سبک زندگی اقتصادی معطوف به چگونگی تولید و مصرف کالاهای مادی از قبیل نوع وسیله نقلیه است، سبک زندگی اجتماعی به روابط اجتماعی از قبیل نوع تعامل بین اعضای خانواده مربوط است. سبک زندگی فرهنگی نیز به الگوی مصرف و تولید محتوای نمادین اشاره دارد (ذکایی و حسنی، ۱۳۹۶، ۳). سبک زندگی را می توان به مجموعه ای کم و بیش جامع از عملکردها تعبیر کرد که فرد آن ها را به کار می گیرد، چون نه فقط نیازهای جاری او را برمی آورند بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است، در برابر دیگران مجسم می سازد. سبک زندگی جایگزین طبقه اجتماعی نیست و بر تدوین یک نظام تفویک برای سبک زندگی، بر مصرف و هویت تأکید می ورزید. ویل مصرف کنندگان را موجوداتی منفعل نمی دید و معتقد بود که آن ها دارای انتخاب های دقیق و اصیلی هستند که بر بازار رقابتی امروز تاثیرگذار است. در مجموع با توجه به نظر اندیشمندان مختلف در خصوص سبک زندگی، می توان گفت که سبک زندگی بخشی از زندگی است که عملاً تحقق می یابد و دربردارنده طیف کامل فعالیت هایی است که افراد در زندگی روزمره خود انجام می دهند. بنابراین، طیف فعالیت های مختلف افراد در هر عرصه از زندگی می تواند سازنده سبک زندگی آن ها در همان عرصه باشد (رضاییان و ادریسی، ۱۳۹۷، ۱۶).

شبکه های اجتماعی مجازی و سه فضایی شدن سبک زندگی

سیر تحول جوامع از پیشامدرن به مدرن و از مدرن به پسامدرن، با تغییرات قابل توجهی در سبک های زندگی همراه بوده است؛ سبک زندگی به تدریج از شالوده های واقعی خود فاصله گرفته و به سمت بنیان های مجازی پیش رفته است. سه فضایی شدن سبک زندگی، استعاره ای برای اشاره به تغییرات سبک زندگی است که در طیفی از مؤلفه های واقعی، واقعی مجازی و مجازی قابل تحلیل است. بودریار معتقد است که در جوامع پیشامدرن، نشانه مصداق و معنایی بافت محور داشت و به واقعیتی اشاره می کرد. اما از حدود قرن شانزدهم تا میانه قرن بیستم، که فرهنگ مدرن شکل گرفت، رابطه میان نشانه و واقعیت دچار آشفتگی شد، با این حال از میان نرفت. به تدریج و با توسعه فناوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی مرز میان نشانه و واقعیت محو شد؛ فرهنگ پسامدرنی به وجود آمد که در آن نشانه ها، واژه ها و رمز ها قادر شدند جهان معنایی خودشان را، بدون ارتباطی روشن با واقعیت، بسازند. بنابراین، از نظر بودریار، در جامعه کنونی نمادها و نشانه ها به پدیده های واقعی دلالت نمی کنند، بلکه غیر واقعی، دستکاری شده و شبیه سازی شده اند؛ فراواقعیتی که از نشانه های جعلی ساخته شده است و جای واقعیت را می گیرد. آنچه در گذشته سابقه نداشته و در عصر کنونی مشاهده می شود، سه فضایی شدن و ترکیبی شدن فضاهاست؛ سبک زندگی است؛ بین سبک زندگی واقعی که با غیاب رسانه های قدیم و جدید مشخص می شود، و سبک زندگی مجازی که پیوند ناگسستنی با رسانه های تعاملی از جمله اینترنت و تلفن همراه دارد، شکل سومی نیز قابل تصور است که ترکیبی از هر دو عناصر واقعی و مجازی است که تنها در فضاها ترکیبی قابل تصور است. فضای ترکیبی، فضایی است که در آن مرز بین فضای فیزیکی یا واقعی با آنچه دیجیتال است محو می شود. این فضای ترکیبی، فضایی است که هویت، تجربیات و فرصت های زندگی فرد، اشکال فیزیکی و مجازی وجود را به هم پیوند می زند و در نتیجه آن، آگاهی بین خود فیزیکی و خود مجازی به اشتراک گذاشته می شود. در این فرایند، پویایی های فرهنگی و اجتماعی با روند های جمعیت شناختی و فناورانه در تعامل قرار می گیرند تا این جهان (ترکیبی) واقعی را بیافرینند و قابل فهم سازند. در سه دوره پیشامدرن، مدرن و پسامدرن از زندگی انسان، سه شکل از سبک زندگی غالب، قابل تشخیص است که در جدول (۱) آمده است.

جدول (۱): سه فضایی شدن سبک زندگی (ذکایی و حسنی، ۱۳۹۶، ۵)

دوران	سبک زندگی غالب	فضای سبک زندگی	دال	واسطه دال و مدلول	مدلول	ماهیت زمان	پیامد سبک زندگی
پیشامدرن	سبک زندگی واقعی	جهان واقعیت	نشانه	زبان	واقعیت	وابسته به مکان	شناخت واقعیت، معنایابی و اثبات هویت
مدرن	سبک زندگی واقعی مجازی	جهان واقعیت و جهان رسانه ای	نشانه	رسانه های قدیم	واقعیت و نشانه	وابسته به مکان جدا از مکان	شناخت با واسطه واقعیت، معنایابی رسانه ای و متکثر شدن هویت
پسامدرن	سبک زندگی مجازی	جهان فراواقعیت	نشانه	رسانه های تعاملی	نشانه	جدا از مکان	شناخت دستکاری شده، بحران معنا و سیالی هویت

مروری بر پیشینه ی تحقیقات گذشته

با تبیین ارتباط میان شبکه های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان در چهارچوب نظریه جامعه شبکه ای و نظریه دو جهانی شدن، لازم است تا با مروری بر بعضی پژوهش های انجام شده در این زمینه، مطالعات مرتبط با موضوع را معرفی کرده و نتایج آنها را مورد واکاری قرار دهیم.

رضاییان و ادریسی (۱۳۹۷) پژوهشی تحت عنوان "تأثیر شبکه های اجتماعی بر سبک زندگی نسل چهارم" انجام دادند. شبکه های اجتماعی از پرتعدادترین رسانه های اجتماعی هستند که مخاطبان بسیاری به خصوص از قشر جوان و نوجوان دارند. ویژگی های تعاملی و بسترسازی برای ایجاد روابط اجتماعی از دلایل مورد استقبال واقع شدن شبکه های اجتماعی مجازی است. هدف مقاله حاضر بررسی تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی (تلگرام، اینستاگرام و توییتر) بر سبک زندگی نسل چهارمی ها یا متولدین دهه هشتاد است. در این پژوهش با رویکرد اثبات گرایی، از تکنیک پیمایش استفاده شده است. جامعه آماری دانش آموزان مقطع متوسطه دوم شهر تهران بوده و سه منطقه ۱، ۷ و ۱۶ به عنوان مناطق نمونه انتخاب شده اند. تعداد نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۰ نفر که با روش نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای طبقه بندی تصادفی انتخاب شدند. یافته ها بیانگر آن است که بین میزان استفاده و نوع شبکه های اجتماعی مجازی و ابعاد سبک زندگی همبستگی مستقیمی وجود دارد، به گونه ای که هرچه میزان استفاده از شبکه های اجتماعی افزایش یابد، گرایش به سبک زندگی مدرن نیز، بالاتر می رود. همچنین، به میزان فاصله گرفتن از سبک زندگی سنتی، اعتماد اجتماعی کاهش ولی سرمایه فرهنگی افزایش یافته است.

عامری (۱۳۹۷) پژوهشی تحت عنوان "بررسی مقایسه ای سبک زندگی اسلامی بین دانشجویان برحسب میزان استفاده از شبکه های اجتماعی" انجام دادند. هدف پژوهش حاضر بررسی مقایسه ای سبک زندگی اسلامی بین دانشجویان بر حسب میزان استفاده از شبکه های اجتماعی باشد روش تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ نحوه جمع آوری داده ها، توصیفی مقایسه ای است. جامعه آماری شامل ۷۰۰ نفر از دانشجویان دانشکده فنی خواران شاهرود می باشد که حجم نمونه از طریق فرمول کوکران ۲۴۸ نفر محاسبه شده است. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه های سبک زندگی اسلامی و شبکه های اجتماعی است و روش تجزیه و تحلیل داده ها از طریق آزمون Spss می باشد. نتایج نشان داد بین دانشجویان استفاده کننده از شبکه های اجتماعی و دانشجویانی

که از این شبکه ها استفاده نمی کنند تفاوت معناداری از نظر روشنفکری منفی، مسایل عبادی، دنیاخواهی، ویژگی های درونی، کم همتی، عملکرد اجتماعی وجود ندارد.

صارمی و تقی پور (۱۳۹۷) پژوهشی تحت عنوان "بررسی رابطه شبکه های اجتماعی مجازی بر نوع ارتباطات فرزندان با والدین (مورد مطالعه: جوانان ۱۵ تا ۲۷ سال شهر تهران)" انجام دادند. این تحقیق درصدد بررسی رابطه شبکه های اجتماعی مجازی بر نوع ارتباطات جوانان با والدین است. روش تحقیق پیمایشی و ابزار پژوهش پرسشنامه می باشد که بر روی ۳۸۴ نفر از جوانان ۱۵ تا ۲۷ سال شهر تهران که از طریق نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای انتخاب شده اند صورت گرفته است. مطابق یافته های تحقیق میزان ارتباط صمیمی فرزندان و والدین کم است و هر چه فرزندان زمان بیشتری را صرف شبکه های اجتماعی مجازی می کنند و احساس صمیمت و راحتی آنها با اعضای شبکه های مجازی افزایش یابد از ارتباط و صمیمیت بین اعضای خانواده کاهش می یابد و افراد مطالبات و حمایت اجتماعی مورد نیاز خود مانند حمایت عاطفی، مشورتی و... را در فضاهای مجازی جستجوی می کنند. بر اساس نتایج حمایت دریافتی از شبکه مجازی ($r=-0.42$) بیشترین تاثیر را بر نوع ارتباط خانوادگی دارد.

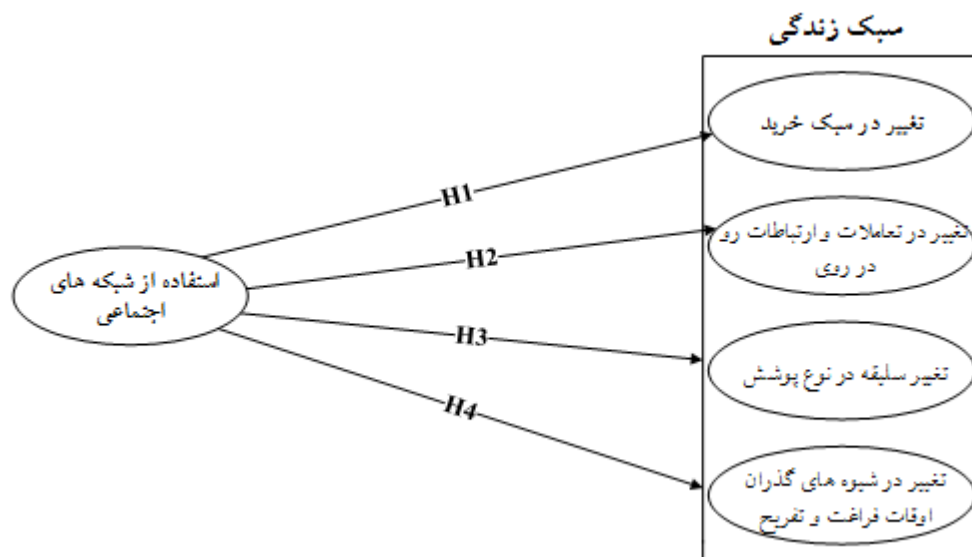
کولاندیراج (۲۰۱۴) پژوهشی با عنوان تاثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی انجام داده است. نمونه های این پژوهش شامل ۲۵۰ دانشجوی دختر و پسر بوده اند که با بهره گیری از مصاحبه به سؤالات پژوهش پاسخ داده اند. بر اساس یافته های به دست آمده از این پژوهش، شبکه های اجتماعی بر سبک زندگی دانشجویان تأثیرات قابل ملاحظه ای داشته اند. یافته ها نشان می دهد شبکه های مجازی بر نوع تفریح، تغذیه، ورزش و انتخاب موسیقی دانشجویان مورد بررسی تأثیرگذار بوده است. همچنین در این تأثیرات میان دانشجویان زن و مرد تفاوتی وجود نداشته است. بیشترین استفاده این دانشجویان از این شبکه ها، شامل پیام رسانی، ارسال عکس و فیلم و مواردی از این قبیل بوده است. شایان ذکر است که نوع استفاده از شبکه های مجازی نیز بر سبک زندگی کاربران اثرگذار بوده است به طوری که استفاده تفریحی از این شبکه ها با اثرات نامطلوب بر سبک زندگی همراه بوده است اما استفاده صرفاً ارتباطی از شبکه های یادشده تأثیری بر سبک زندگی دانشجویان نداشته است.

وراسمای و گاوندر (۲۰۱۳) تأثیر شبکه های اجتماعی بر سبک زندگی دانشجویان در آفریقای جنوبی را مورد بررسی قرار داده اند. در این پژوهش آمده است که شبکه های اجتماعی امروزه به عنوان یکی از ملزومات اساسی زندگی جامعه مدرن شده اند به طوری که به نظر می رسد این شبکه ها به شدت بر سبک زندگی افراد تأثیرگذارند. روش این پژوهش در زمره پژوهش های توصیفی- کمی بوده است. بر اساس یافته های به دست آمده از این پژوهش شبکه های اجتماعی بر سبک زندگی بیش از نیمی از دانشجویان مورد مطالعه اثرات چشمگیری داشته است. فیس بوک به عنوان محبوب ترین شبکه اجتماعی در میان دانشجویان بر نوع لباس پوشیدن، آرایش، ورزش، تغذیه و کنترل وزن اثر دارد. استفاده بیش از حد از این شبکه ها با شکل منفی بر ابعاد سبک زندگی همراه بوده است.

چارچوب نظری و مدل تحقیق

همان گونه که از مباحث مطرح شده برمی آید سبک زندگی دربرگیرنده ترجیحات شخص در روش زندگی کردن و رجحان های افراد در انتخاب شیوه های زندگی است. افراد تحت تأثیر شرایط، موقعیت ها و محیط های متنوع، رفتارهای گوناگونی از خود نشان می دهند. به عبارت دیگر، سرشت روابط میان فردی و روابط در گروه اجتماعی و رفتار در سطح اجتماعات چنین حکم می کند. بر این اساس عضویت افراد در شبکه های اجتماعی مجازی و روابط متقابل آنان در این فضا بر سبک زندگی کاربران تأثیر دارد و همچنین از طرفی رسانه ها و شبکه های اجتماعی بر هویت افراد نیز تأثیر می گذارند (فرقانی و مهاجری، ۱۳۹۷، ۲۷۶). در این تحقیق استفاده از شبکه های اجتماعی به عنوان متغیر مستقل و سبک زندگی (تغییر در سبک خرید، تغییر در تعاملات و ارتباطات رو در روی، تغییر سلیقه در نوع پوشش، تغییر در شیوه های گذران اوقات فراغت و تفریح) به عنوان متغیر وابسته در مدل نقش دارند.

شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق



فرضیه ها

فرضیه های مورد پژوهش در این مقاله عبارت اند از:

- بین استفاده از شبکه های اجتماعی و تغییر در سبک خرید کاربران رابطه وجود دارد.
- بین استفاده از شبکه های اجتماعی و تغییر در تعاملات و ارتباطات رو در رو کاربران رابطه وجود دارد.
- بین استفاده از شبکه های اجتماعی و تغییر سلیقه در نوع پوشش کاربران رابطه وجود دارد.
- بین استفاده از شبکه های اجتماعی و تغییر در شیوه های گذران اوقات فراغت و تفریح کاربران رابطه وجود دارد.

روش شناسی تحقیق

این تحقیق از نظر هدف به عنوان یک تحقیق کاربردی به شمار می رود. تحقیقات بر اساس چگونگی بدست آوردن داده های مورد نیاز به دو دسته تقسیم می شوند: تحقیق توصیفی (غیر آزمایشی) و تحقیق آزمایشی. تحقیق توصیفی شامل مجموعه روش هایی است که هدف آن توصیف کردن شرایط یا پدیده های مورد بررسی است. بنابراین تحقیق حاضر از نوع تحقیقات توصیفی است. از سوی دیگر تحقیق حاضر از آنجایی که به مطالعه ویژگی ها و صفات افراد جامعه می پردازد و وضعیت فعلی جامعه را در قالب چند صفت یا متغیر مورد بررسی قرار می دهد از نوع تحقیق توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری از این تحقیق جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال شهر تهران می باشد. با توجه به حجم جامعه آماری این پژوهش تعداد ۳۷۰ نفر به عنوان حجم نمونه برای این تحقیق محقق

گردید. برای نمونه گیری از روش خوشه ای استفاده گردید. ابزار گردآوری داده ها در این تحقیق پرسشنامه است. برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است. در بخش آمار استنباطی برای تجزیه و تحلیل مدل و فرضیه های تحقیق از تحلیل عاملی تاییدی و مدل سازی معادلات ساختاری با حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شده است. برای بررسی پایایی محقق در بین ۳۰ کاربر پرسشنامه هایی را به صورت آزمایشی توزیع کرد. مقادیر دقیق این ضرایب در جدول (۲) در زیر آمده است:

جدول (۲): ضرایب پایایی متغیرهای پرسشنامه

متغیرهای مدل	ضرایب آلفای کرونباخ
استفاده از شبکه های اجتماعی	۰/۹۲۴
تغییر در سبک خرید	۰/۷۷۲
تغییر در تعاملات و ارتباطات رو در روی	۰/۸۵۳
تغییر سلیقه در نوع پوشش	۰/۸۷۶
تغییر در شیوه های گذران اوقات فراغت و تفریح	۰/۸۸۰

با توجه به اینکه میزان آلفای کرونباخ برای تمامی متغیرهای پرسشنامه بالاتر از ۰/۷ بدست آمده است، از این رو پایایی پرسشنامه مورد تایید قرار می گیرد.

یافته های تحقیق (متغیرهای جمعیت شناختی و متغیرهای تحقیق)

از مجموع ۳۷۰ نفری که پرسشنامه پژوهش حاضر را پاسخ داده اند ۵۰/۳ درصد مرد و ۴۹/۷ درصد زن بوده اند.

از نظر توزیع سنی بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی زیر ۲۰ سال (۲۱۱ نفر) و کمترین فراوانی مربوط به گروه سنی زیر ۲۵-۳۰ سال (۵۹ نفر) است. ۵۷ درصد پاسخ دهندگان زیر ۲۰ سال، ۲۷ درصد بین ۲۵-۳۰، ۱۵/۹ درصد بین ۳۰-۳۵ سال سن داشتند و پایین ترین سن ۱۸ سال و بالاترین ۳۰ سال بوده است.

همچنین از نظر تحصیلات نیز ۵۰/۸ درصد با تحصیلات زیر دیپلم و دیپلم، ۱۷/۸ درصد با تحصیلات فوق دیپلم، ۲۳/۸ درصد با تحصیلات لیسانس، ۷/۶ درصد با تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر بوده اند.

از نظر وضعیت اشتغال ۵۴/۶ درصد پاسخگویان مشغول به تحصیل اعم از دانشجو و محصل بوده و ۱۶/۸ درصد شاغل اعم از بخش دولتی، خصوصی و آزاد، و ۲۸/۶ درصد نیز بیکار بوده اند.

جدول شماره ی ۳: توصیف آماری متغیرهای تحقیق

متغیر	تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار	واریانس	جولگی	کشیدگی
استفاده از شبکه های اجتماعی	۳۷۰	۱	۵	۲/۷۹۲۴	۰/۷۹۵۷۵	۰/۶۳۳	-۰/۰۶۳	-۰/۱۳۲
تغییر در سبک خرید	۳۷۰	۱	۵	۲/۸۴۰۵	۰/۸۶۶۳۰	۰/۷۵۰	-۰/۰۰۲	-۰/۳۱۷
تغییر در تعاملات و ارتباطات رو در رو	۳۷۰	۱	۵	۲/۷۶۴۹	۱/۰۰۶۵۷	۱/۰۱۹	-۰/۱۱۷	-۰/۴۴۲
تغییر سلیقه در نوع پوشش	۳۷۰	۱	۵	۳/۳۵۵۰	۰/۹۲۵۴۷	۰/۸۵۷	-۰/۱۶۴	-۰/۴۷۵
تغییر در شیوه های گذران اوقات فراغت و تفریح	۳۷۰	۱	۵	۲/۹۷۱۲	۰/۹۶۰۴۱	۰/۹۲۲	-۰/۱۸۰	-۰/۴۲۴

آزمون نرمال بودن متغیرهای تحقیق

جهت بررسی نرمال بودن داده ها از آزمون کلوموگراف- اسمیرنوف استفاده شده است (سرمد و همکاران، ۱۳۹۳). در این آزمون اگر سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ باشد فرض صفر رد می شود و اگر سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ فرض یک پذیرفته می شود. نتایج مربوط به آزمون نرمال بودن عامل ها در جدول (۴) آورده شده است.

جدول (۴) نتایج مربوط به نرمال بودن عامل ها

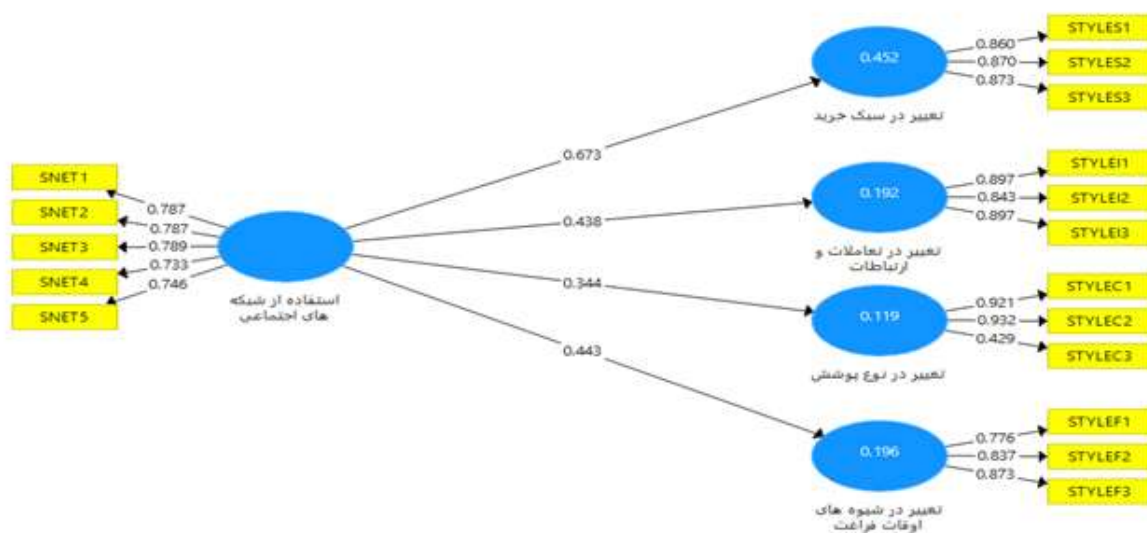
تعداد نمونه	استفاده از شبکه های اجتماعی	تغییر در سبک خرید	تغییر در تعاملات و ارتباطات رو در رو	تغییر سلیقه در نوع پوشش	تغییر در شیوه های گذران اوقات فراغت و تفریح
۳۷۰	۳۷۰	۳۷۰	۳۷۰	۳۷۰	۳۷۰
آزمون کلوموگراف - اسمیرنوف	۰/۶۱۵	۱/۷۶۸	۱/۴۵۵	۱/۸۰۹	۱/۹۴۳
سطح معناداری	۰/۱۱۱	۰/۱۴۰	۰/۰۵۹	۰/۰۶۱	۰/۰۵۱

نتایج به دست آمده از آزمون نرمال بودن متغیرها نشان می دهد که متغیرهای پژوهش نرمال می باشد. در نتیجه می توان با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری به بررسی فرضیه های پژوهش پرداخت.

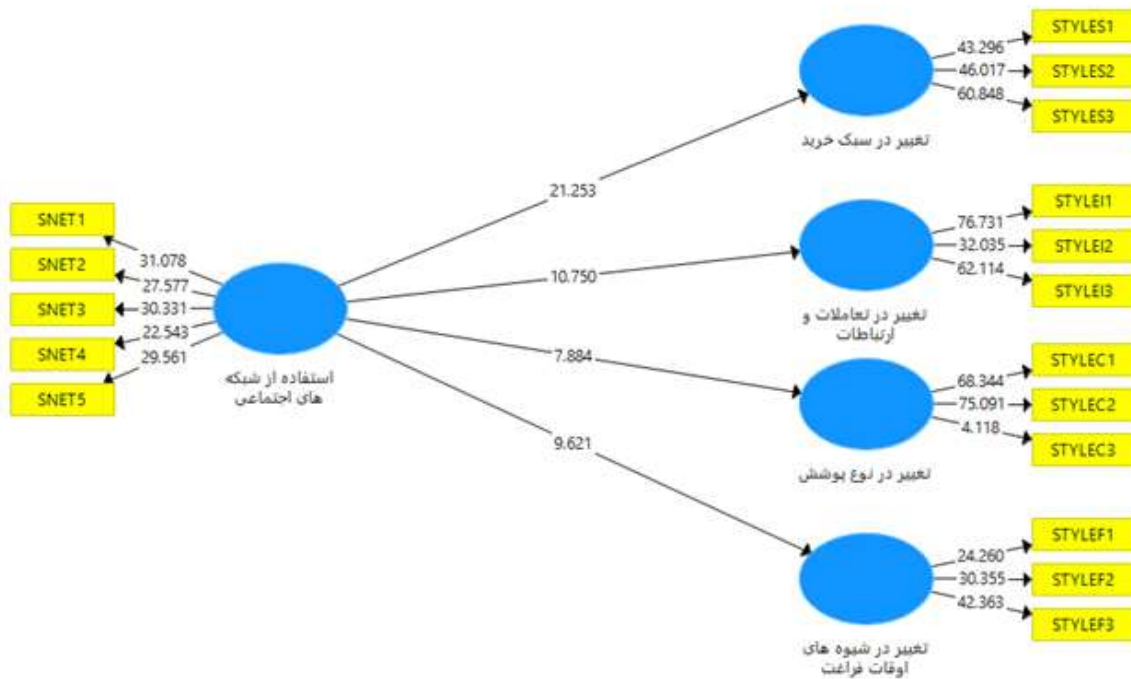
بررسی فرضیه های تحقیق با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری با حداقل مربعات جزئی

شکل (۲) و شکل (۳) خروجی های مدل در حالت تخمین استاندارد و معناداری ضرایب و پارامترهای بدست آمده ی مدل را نشان می دهد، که تمامی ضرایب بدست آمده معنادار شده اند. مبنای تایید شدن یا رد شدن فرضیات پژوهش بررسی مدل در حالت ضرایب معناداری است. با توجه به موارد گفته شده کلیه ی فرضیه های پژوهش مورد تایید می باشد. نتایج بررسی فرضیات در جدول (۵) آمده است.

شکل ۲: مدل تحقیق در حالت تخمین استاندارد



شکل ۳: مدل تحقیق در حالت ضرایب معناداری



جدول (۵): خلاصه ی نتایج فرضیات تحقیق

نتیجه	ضریب اثر استاندارد	اعداد معناداری	فرضیات تحقیق
تایید	۰/۶۷۳	۲۱/۲۵۳	بین استفاده از شبکه های اجتماعی و تغییر در سبک خرید کاربران رابطه وجود دارد.
تایید	۰/۴۳۸	۱۰/۷۵۰	بین استفاده از شبکه های اجتماعی و تغییر در تعاملات و ارتباطات روبروی کاربران رابطه وجود دارد.
تایید	۰/۳۴۴	۷/۸۸۴	بین استفاده از شبکه های اجتماعی و تغییر در نوع پوشش کاربران رابطه وجود دارد.
تایید	۰/۴۴۳	۹/۶۲۱	بین استفاده از شبکه های اجتماعی و تغییر در شیوه های گذران اوقات فراغت و تفریح کاربران رابطه وجود دارد.

در آزمون فرضیه های موردنظر با استفاده از مدل معادلات ساختاری با حداقل مربعات جزئی، ضرایب به دست آمده زمانی معنادار می باشند که مقدار آزمون معناداری آنها از عدد $1/96$ بزرگتر و از عدد $1/96$ - کوچکتر باشد. همانطور که مشاهده می شود، ضریب معناداری تمامی فرضیه های پژوهش از $1/96$ بیشتر می باشد. بنابراین تمامی فرضیه های پژوهش مورد تایید قرار گرفتند و رابطه معناداری بین آنها وجود دارد.

نتیجه گیری

امروزه با گسترش کارکردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، شاهد تغییراتی چشمگیر در ابعاد مختلف زندگی انسان ها هستیم؛ تغییراتی که در نگاهی کلان، منجر به تغییر سبک زندگی انسان عصر جامعه اطلاعاتی شده است. ایجاد جوامع مجازی به عنوان آخرین دستاورد وب ۲، توانسته کارکردهای گوناگون فناوری اطلاعات و ارتباطات را با زندگی اجتماعی افراد گره زند و به دو شکل، منجر به تغییر سبک زندگی افراد شود: نخست این که افزایش ساعات استفاده از اینترنت و گشت و گذار در شبکه های اجتماعی اینترنتی، نتیجه مستقیم ایجاد چنین جوامعی است و دوم آن که تغییر شیوه زندگی افراد در ارتباط با شیوه برقراری رابطه با جنس مخالف، سبک پوشش و یا ادبیات گفتاری اعضا، ناشی از تأثیرات جوامع مجازی است؛ جوامعی که به ظاهر مانند جامعه حقیقی عمل می کنند؛ با این تفاوت که هویت حقیقی اعضا در نگاه اول، مجهول است. اما همین هویت های مجهول توانسته اند تا اندازه زیادی بر زندگی سایر اعضا اثرگذار باشند و حتی سبک پوشش، ادبیات گفتاری و چگونگی حضور دیگران در فضای مجازی را تحت تأثیر قرار دهند. بنابراین، مطالعه شبکه های اجتماعی اینترنتی، اولاً قدرت جوامع مجازی را برای در اختیار گذاشتن اشکال جدید جامعه پذیری نشان داده و ثانیاً نشان می دهد مشارکت بر خط، فرصت های بی مانندی را برای دنبال کردن فعالانه و متعامل پروژه های مرتبط با هویتی که استفاده از آن ها غیر ممکن و حتی باور نکردنی است، ارائه می کند. شاید زمانی که برای نخستین بار پدیده شبکه های اجتماعی اینترنتی در ایران ظهور پیدا کرد، کسی فکر نمی کرد روزی همین شبکه های اجتماعی با اعضای که اثبات هویت واقعی شان در فضای مجازی، عملی دشوار است، به منبعی برای تأثیرگذاری بر جامعه ایرانی تبدیل شوند.

مراجع

- [1] Bidi, Fatemeh., Sharifinia, Mohammad Hossein., & Hatami, Mohammad. (2018). PURE LIFE, Vol.4.No.12, (Jumada al-Thani 1439.Esfand 1396. March 2018).
- [2] Dashtinejad, Pejman (2015), Security System for Mobile Messaging Applications, Master of Science Thesis, Department of ICT, KTH University, Stockholm, Sweden.
- [3] Gustafsson, Nils (2013), Political participation, social network sites and inequality, Lund University: Faculty of Social Sciences, Department of Political Science.
- [4] Hassan, Shahizan., Ahmad Nadzim, Siti Zaleha., & Shiratuddin, Norshuhada. (2015). Strategic Use of Social Media for Small Business Based on the AIDA Model. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 172, pp. 262 – 269.
- [5] Kempe, Emelie (2015), How social is the politics? A case study of how political parties.
- [6] Trentham, Barry&Sokoloff, Sandra& Tsang, Amie&Neysmith, Sheila (2015), Social media and senior citizen advocacy: an inclusive tool to resist ageism? , *politics, Groups, and Identities*, Vol. 3, pp. 558-571.
- [7] Kulandairaj, Jesu. (2014). Impact Of Social Media On The Lifestyle Of Youth. *International Journal Of Technical Research And Applications*. 22-28
- [8] بیگدلو، مهدی و هادیان، ناصر. (۱۳۹۷). تاثیر کارکردهای شبکه های اجتماعی بر سمت گیری های فرهنگ سیاسی کاربران دانشگاهی در ایران (مطالعه موردی وایبر و تلگرام). دوفصلنامه علمی- پژوهشی جامعه شناسی سیاسی جهان اسلام. دوره ۶، شماره ۱، پیاپی ۱۲، صص ۷۳-۱۰۴.
- [9] پورونچی صلوات، میلاد. (۱۳۹۷). بررسی تاثیر دنیای مجازی بر سبک زندگی سالم، ششمین همایش علمی پژوهشی علوم تربیتی و روانشناسی، آسیب های اجتماعی و فرهنگی ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.
- [10] ذکایی، محمدسعید و حسنی، محمدحسین. (۱۳۹۶). شبکه های اجتماعی مجازی و سبک زندگی جوانان: فراتحلیل پژوهش های پیشین. فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی. سال ۶، شماره ۲۲، صص ۲۵-۷.
- [11] رضاییان، عالیہ و ادیسی، افسانه. (۱۳۹۷). تأثیر شبکه های اجتماعی بر سبک زندگی نسل چهارم. فصلنامه مطالعات میان فرهنگی. سال ۱۳، شماره ۳۴، صص ۹-۳۶.
- [12] صارمی، سکینه و تقی پور، فایزه. (۱۳۹۷). بررسی رابطه شبکه های اجتماعی مجازی بر نوع ارتباطات فرزندان با والدین (مورد مطالعه: جوانان ۱۵ تا ۲۷ سال شهر تهران)، دومین کنفرانس دانش و فناوری روانشناسی، علوم تربیتی و جامعه شناسی ایران، تهران، وسسه برگزار کننده همایش های توسعه محور دانش و فناوری سام ایرانیان.
- [13] عامری، شهربانو. (۱۳۹۷). بررسی مقایسه ای سبک زندگی اسلامی بین دانشجویان برحسب میزان استفاده از شبکه های اجتماعی، ششمین همایش علمی پژوهشی علوم تربیتی و روانشناسی، آسیب های اجتماعی و فرهنگی ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.

- [14] فرقانی، محمدمهدی و مهاجری، ربابه. (۱۳۹۷). رابطه بین میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان. فصلنامه مطالعات رسانه های نوین. سال ۴، شماره ۱۳، صص ۲۹۲-۲۵۲.