

## بررسی جامعه شناختی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی زنان ۳۰-۲۵ ساله شهر کرمان در سال ۱۳۹۷ (مورد مطالعه: منطقه ۲ شهری)

فرانک اسمعیل نژاد<sup>۱</sup>، کمال جوانمرد<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد گروه علوم اجتماعی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران.  
<sup>۲</sup> استادیار گروه علوم اجتماعی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران.

نام نویسنده مسئول:

فرانک اسمعیل نژاد

### چکیده

پژوهش حاضر، با هدف بررسی جامعه شناختی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی زنان ۳۰-۲۵ ساله شهر کرمان، در سال ۱۳۹۷ (مورد مطالعه: منطقه ۲ شهری) مورد بررسی قرار گرفت. فصل اول، کلیات تحقیق ارائه شده است که شامل بیان مسئله، اهداف تحقیق، فرضیه‌ها و تعاریف نظری تحقیق است. فصل دوم، به بیان ادبیات و پیشینه تحقیق که شامل بررسی کارکردهای متغیرهای تحقیق، تحقیقات داخلی و خارجی و چارچوب نظری تحقیق، از نظریه‌های گربنر، دیوید رایزمن، بندورا، باکاک، کرت لوین، بوردیو، ولن، لاسول، اینیس و زیمل استفاده شد، سپس به تدوین مدل تحلیلی پرداخته شد. در فصل سوم، به روش تحقیق پرداخته شده است. روش تحقیق، روش پیمایشی، از نوع توصیفی می‌باشد و ابزار تحقیق، پرسشنامه است که محقق براساس نظریه‌های مورد استفاده در تحقیق طراحی کرده است. حجم نمونه براساس جدول مورگان از جمعیت آماری ۱۲۰۰ نفر، ۲۹۱ نفر انتخاب شد و از روش نمونه‌گیری گلوله برفی، به دلیل گستردگی جمعیت آماری تحقیق استفاده شد و روش تجزیه و تحلیل آماری، ضریب همبستگی و رگرسیون خطی بود. در فصل چهارم، توصیف اطلاعات در قالب جداول و نمودارهاست و فصل پنجم، شامل نتایج تحقیق است که نشان داد استفاده از شبکه‌های اجتماعی، بر سبک زندگی زنان ۳۰-۲۵ ساله شهر کرمان، در سال ۱۳۹۷ (مورد مطالعه: منطقه ۲ شهری) نقش داشته است و بیشترین بتا در مدل رگرسیونی، به ترتیب، نمادهای منزلتی، ارزش‌های اجتماعی، نقش‌های اجتماعی، الگوهای رفتاری، نمادهای فرهنگی می‌باشد که بیشترین نقش را در پیش‌بینی متغیر ملاک داشته است.

**واژگان کلیدی:** شبکه‌های اجتماعی، سبک زندگی، زنان.

## مقدمه

امروزه، گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، بر ابعاد مختلف زندگی بشر (سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، امنیتی و اقتصادی) تاثیر گذاشته است. با کم رنگ شدن اهمیت زمان و مکان و بی‌نیازی به مکان مشترک برای برقرار ارتباط، افراد به شکل بسیار آسان‌تری می‌توانند در فضای مجازی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. این شکل جدید برقراری ارتباط موجب تحول در فرهنگ و هویت جوامع می‌شود (مرادی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۲۳). و از طرفی هدف مشترک توسعه در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی بهبود کیفیت زندگی است و آینده زندگی بشر بر درک عواملی متکی خواهد بود که بر کیفیت زندگی انسان تأثیرگذار هستند. بخشی از این عوامل مربوط به کیفیت روابط ما با سایرین، گروه‌ها و نهادهای رسمی و غیر رسمی می‌شود (خوش‌فر و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۵۲).

در جامعه‌ی معاصر، تغییر قابل توجهی در نقش زنان رخ داده است. امروزه، زنان علاوه بر مسئولیت پرورش کودکان، به صورت فزاینده‌ای برای کسب موقعیت‌های تحصیلی، حرفه‌ای و کارهای خارج از خانه تلاش می‌کنند. ترکیبی از وظایف قبلی زنان با وظایف جدید، دستاوردهایی را برای زنان و جامعه به عنوان یک کل به ارمغان آورده است (احمدی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۸۶) و موجب ایجاد تغییراتی در سبک زندگی آنان شده است. سوبل<sup>۱</sup> (۲۰۱۳) در تعریفی، سبک زندگی را عبارت از هر حالت متمایز و قابل تشخیص از زندگی می‌داند. وی تأکید می‌کند که سبک زندگی درباره رفتارهاست نه ارزش‌ها. (کاتز جرو<sup>۲</sup>، ۲۰۰۰) سبک زندگی را بر اساس مصرف فرهنگی و فعالیت‌های اوقات فراغت تعریف کرده است؛ به اعتقاد وی، سبک زندگی، شکلی از بیان است که می‌تواند در الگوهای مصرف فرهنگی، فعالیت‌های اوقات فراغت و ذائقه فرهنگی مشاهده و توسط آنها اندازه‌گیری شود. نظریه‌پردازان این حوزه همچنین تأکید می‌کنند که مصرف فرهنگی و فعالیت‌های اوقات فراغت احتمالاً به‌طور دقیق‌تری می‌توانند هویت‌ها، شانس‌های زندگی و رفتار را تشریح و حتی پیش‌بینی کنند. طیف سبک‌های زندگی یا گونه‌های آرمانی سبک زندگی که در رسانه‌ها طرح می‌شوند، شاید محدود باشند ولی باز هم گسترده‌تر از سبک‌های زندگی هستند که افراد قاعدتاً در زندگی روزمره خود در قالب آنها قرار می‌گیرند. بنابراین، رسانه‌ها و هم اکنون شبکه‌های اجتماعی مجازی، قدرت فرهنگی عظیمی را در بر دارند تا سبک زندگی افراد را تحت‌الشعاع قرار دهند و به جهت‌گیری‌های خاص در جنبه‌های گوناگون زندگی منجر شوند (شیخ زاده، ۱۳۹۵، ص ۳۷). شبکه‌های اجتماعی مجازی با توجه به کارکردهای متنوعشان برای ترویج سبک زندگی مبتنی بر اینترنت، مورد استقبال قرار گرفته‌اند. در این رسانه اجتماعی نوین، رسانه دیگر مالک مخاطبان نیست، محدودیت زمان و مکان وجود ندارد، متن، صوت و تصویر در دسترس همگان قرار گرفته است و برقراری ارتباط می‌تواند با کارهای روزانه عجین شود. در این میان جوانان بیش از همه، این رسانه اجتماعی را در زندگی خود به کار گرفته‌اند (عدلی پور، ۱۳۹۱).

جدیدترین آمار از وضعیت دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایران نشان می‌دهد که بر اساس نشانگرهای فناوری اطلاعات و نیز با توجه به گزارش مرکز آمار ایران، هم اکنون ۳۵ میلیون و ۱۷ هزار و ۸۵۰ نفر کاربر اینترنت در ایران هستند. نسبت خانوار با دسترسی به اینترنت در این بررسی‌ها ۴۴/۷۳ درصد و ضریب نفوذ اینترنت نیز در ایران ۳۹/۳۵ درصد اعلام شده است. در همین حال نسبت خانوارهای دارای دسترسی به رایانه در ایران ۵۲/۴۷ درصد اعلام شد (خبرگزاری مهر، ۱۳۹۴).

بر اساس اطلاعات مندرج در وب سایت آمار جهانی اینترنت (۲۰۱۶)، ضریب نفوذ کاربران اینترنت در ایران تا سپتامبر ۲۰۰۹، ۴۸/۵ درصد بوده است در حالی که ضریب نفوذ کاربران در پایان سال ۲۰۱۳، ۴۹/۳ درصد و در سال ۲۰۱۴، به ۵۳/۲۹ درصد رسیده است. تعداد کاربران شبکه‌های اجتماعی در دنیا بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۰ نزدیک به دو برابر شده است. نظر به اهمیت زنان به عنوان مادر و همسر و نقشی که در القاء و انتقال سبک زندگی اسلامی- ایرانی برعهده دارند و با توجه به فرآیندهای جهانی شدن، گسترش ارتباطات رسانه‌ای و کم شدن فاصله مرکز و پیرامون در ابعاد داده‌ای و تغییراتی که در سبک زندگی اقشار گوناگون به ویژه زنان بوجود می‌آورد با این وجود شبکه‌های مجازی موجب ایجاد تغییراتی اساسی در سبک زندگی افراد می‌شود. مسئله اصلی اینجاست که با وجود تمامی مزایا و معایبی که در کاربرد شبکه‌های اجتماعی مطرح است، باید اذعان داشت که بسیاری از جنبه‌های فضای مجازی و پایگاه‌هایی که در قالب رسانه‌های اجتماعی کار می‌کنند، هنوز ناشناخته و پنهان مانده است (اشتریان و امیرزاده، ۱۳۹۴، ص ۵۴). پژوهش حاضر سعی دارد این بار تأثیر شبکه‌های اجتماعی را بر سبک زندگی زنان مورد توجه قرار دهد و با توجه به محدود بودن پژوهش‌های انجام شده در مورد این تأثیر بر سبک زندگی زنان، این مطالعه قصد دارد که به این پرسش پاسخ دهد که تأثیر جامعه‌شناختی شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی زنان ۲۵-۳۰ ساله شهر کرمان در سال ۱۳۹۷ چگونه است؟

<sup>1</sup> Soble

<sup>2</sup> Katerz Jero

## مبانی نظری

### شبکه‌ی اجتماعی

شبکه‌ی اجتماعی، یک گروه از «کاربردهای مبتنی بر اینترنت» می‌باشد که بر پایه‌ی فناوری و ایده‌ی وب به وجود آمده که امکان ایجاد و مبادله‌ی متن و محتوا را به کاربران می‌دهد (کاپلان و هائلین<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰). در تعریفی دیگر، شبکه‌ی اجتماعی، به عنوان فناوری‌ها و رویه‌هایی که افراد با استفاده از آنها دانش و نظرات خود را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند، تعریف می‌شود (رینگولد<sup>۴</sup>، ۱۹۹۳). شبکه‌های اجتماعی بر رفتار مصرف‌کنندگان از طریق ایجاد امکان کسب اطلاعات تاثیر می‌گذارد. یکی از مفاهیم مهم در شبکه‌های اجتماعی، محتواهای کاربر تولید می‌باشد که بیانگر شیوه‌هایی است که کاربران به وسیله‌ی آن محتوا تولید می‌کنند (کاپلان و هائلین، ۲۰۱۰). در پیوستن به شبکه‌های اجتماعی، افراد نیازهای تعلق و ارتباط خود را با کسانی برآورده می‌سازند که با آن‌ها هنجارها، ارزش‌ها و علایق مشترک دارند. در واقع با بهره‌گیری از قابلیت‌های قوی شبکه‌های اجتماعی، افراد نوعی از ارتباطات جمعی را شکل می‌دهند، عضوی از آن می‌شوند و با آن همکاری می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات جمعی مفاهیمی هستند که باید با یکدیگر تشریح شوند (لاروک و حبیبی<sup>۵</sup>، ۲۰۱۳).

### سبک زندگی

آسا برگر<sup>۶</sup> در تعریف سبک زندگی بیشتر به موضوع مد توجه کرده و می‌گوید: «سبک زندگی فراگردی است که از سلیقه فرد در زمینه آرایش مو و لباس تا سرگرمی و تفریح و ادبیات و موضوعات مربوط دیگر را شامل می‌شود. کلمه سبک، مد را تداعی می‌کند. پس سبک زندگی در واقع مد یا حالت زندگی یک فرد است. سبک زندگی معمولاً با طبقه بندی اقتصادی- اجتماعی پیوند دارد و در تصویری که از فرد ساخته می‌شود، بازتاب می‌یابد».

بر اساس تعاریف گفته شده، مفهوم سبک زندگی ناظر به شیوه زندگی افراد بوده و در ارتباط با موضوع شبکه‌های اجتماعی اینترنتی از دو جنبه حائز اهمیت است:

۱. تغییر جایگاه استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در سرانه مصرف اعضای شبکه‌های اجتماعی اینترنتی.
  ۲. تغییر نمادهای فرهنگی ناظر به شیوه زندگی در نتیجه عضویت و حضور در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی که مواردی نظیر سبک پوشش، ادبیات افراد و شیوه برقراری ارتباط با دیگران را شامل می‌شود (بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱، ص ۲۹).
- از جمله جامعه شناسانی که به غنای مفهوم سبک زندگی افزوده‌اند، بوردیو، گیدنز و چانی هستند. از نظر بوردیو، سبک‌های زندگی محصول منظم سرمایه فرهنگی هستند که به نوبه خود، به نظام‌هایی از نشانه تشخیص اجتماعی تبدیل می‌شوند. در یک دسته بندی ساده می‌توان سبک زندگی را به سبک زندگی دینی یا سنتی و مدرن تقسیم کرد:
- سبک زندگی دینی مجموعه‌ای است از رفتارهای منبعث از دین و بر مبنای دین است که به صورت عملی در رفتارهای زندگی روزمره نمود پیدا می‌کند (کوهی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۵۹). مهدوی کنی آن را چنین تعریف کرده است: عموم ادیان دارای نظام معنایی، آموزه‌ها، نهادها و ساختارهایی هستند که پیروانشان را در ایجاد سبک زندگی مبتنی بر آنها توانمند می‌کنند. این گونه سبک زندگی ناشی از فرهنگ دینی را می‌توان سبک زندگی دینی نامید (رسول زاده، ۱۳۹۳، ص ۷۹).
- در تعریف سبک زندگی مدرن نیز می‌توان گفت که سبک زندگی مدرن همان اعمال و کردارهایی است که به شیوه مدرن طبقه‌بندی شده و حاصل ادراکات خاصی است و تجسم یافته ترجیحات افراد به استفاده از عناصر مدرن در زندگی است که به صورت عمل در آمده و همچنین، انتخاب روش‌ها، الگوها، طرز برخورد و روابط اجتماعی مبتنی بر عناصر زندگی مدرن است (ایمان و مرحمتی، ۱۳۹۳، ص ۲۴۵).

<sup>3</sup> Kaplan, A. M. & Haenlein,

<sup>4</sup> Rheingold

<sup>5</sup> Laroche, Habibi

<sup>6</sup> Asa burger

جدول (۱): گونه‌شناسی نوع روابط در سبک زندگی مدرن و دینی

مؤلفه‌های سبک زندگی	نوع روابط در سبک زندگی مدرن	نوع روابط در سبک زندگی دینی
اوقات فراغت	مبتنی بر مصرف	کلیه تعاملات مبتنی بر رضای خداوند و معنابخشی به زندگی با تکیه بر قناعت
مصرف کالاهای فرهنگی	تظاهر‌نمایی	پرهیز از تظاهر و فروتنی و تعمق و تدبر بیشتر در دین و توانایی تأثیرگذاری در تعاملات
توجه و نگرش به بدن	انسان محوری و توجه به بدن‌نمایشی	خدا محوری و استفاده از بدن به عنوان وسیله‌ای در جهت پیمودن کمال الهی و تقرب الی الله
کلیشه‌های جنسیتی	کمرنگ بودن روابط مرد سالارانه سنتی	رابطه مرد و زن بر اساس مکمل بودن، افزایش رزق و روزی، آرامش، تکمیل شدن دین

### شبکه‌های 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 سبک‌های زندگی همراه بوده است؛ سبک زندگی به تدریج از شالوده‌های واقعی خود فاصله گرفته و به سمت بنیان‌های مجازی پیش رفته است. سه فضایی شدن سبک زندگی، استعاره‌ای برای اشاره به تغییرات سبک زندگی است که در طیفی از مؤلفه‌های 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 می‌کرد. 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 فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی مرز میان نشانه و واقعیت محو شد؛ فرهنگ پسامدرنی به وجود آمد که در آن نشانه‌ها، واژه‌ها و رمزها قادر شدند جهان معنایی خودشان را بدون ارتباطی روشن با واقعیت، بسازند. بنابراین از نظر بودریار، در جامعه کنونی نمادها و نشانه‌ها به پدیده‌های واقعی دلالت نمی‌کنند، بلکه غیر واقعی، دستکاری شده و شبیه‌سازی شده‌اند؛ فرا واقعیتی که از نشانه‌های جعلی ساخته شده است و جای واقعیت را می‌گیرد. این نشانه‌های جعلی، دیگر به هیچ واقعیتی اشاره ندارد (ذکایی و حسنی، ۱۳۹۵، ص ۵۴).

جدول (۲): شبکه‌های اجتماعی مجازی و سه فضایی شدن سبک زندگی

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 ثبات هویت
مدرن	سبک زندگی واقعی-مجازی	جهان واقعیت و جهان رسانه‌ای	نشانه	رسانه‌های قدیم	واقعیت و نشانه	وابسته به مکان - جدا از مکان	شناخت با واسطه واقعیت، معنایابی رسانه‌ای و متکثر شدن هویت
پسامدرن	سبک زندگی مجازی	جهان فراواقعیت	نشانه	رسانه‌های تعاملی	نشانه	جدا از مکان	شناخت دستکاری شده، بحران معنا و سیالی هویت

آنچه در گذشته سابقه نداشته و در عصر کنونی مشاهده می‌شود، سه فضایی شدن و ترکیبی شدن فضاهای سبک زندگی است؛ بین سبک زندگی واقعی که با غیاب رسانه‌های قدیم و جدید مشخص می‌شود، و سبک زندگی مجازی که پیوند ناگسستنی با رسانه‌های تعاملی از جمله اینترنت و تلفن همراه دارد، شکل سومی نیز قابل تصور است که ترکیبی از هر دو عنصر واقعی و مجازی است که تنها در فضاهای ترکیبی قابل تصور است. طبق تعریف جوردن<sup>۷</sup>، «فضای ترکیبی، فضایی است که در آن مرز بین فضای فیزیکی یا واقعی با آنچه دیجیتال است محو می‌شود. این فضای ترکیبی، فضایی است که هویت، تجربیات و فرصت‌های زندگی فرد، اشکال فیزیکی و مجازی وجود را به هم پیوند می‌زند و در نتیجه آن، آگاهی بین خود فیزیکی و خود مجازی به اشتراک گذاشته می‌شود. در این فرایند، پویایی‌های فرهنگی و اجتماعی با

<sup>7</sup> Jordan

روندهای جمعیت‌شناختی و فناورانه در تعامل قرار می‌گیرند 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 ۲-۲ آمده است (ذکایی و حسنی، ۱۳۹۵، ص ۵۵).

### حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی

گروهی از پیشروان حوزه سایبر فمینیسم، مانند پلانت<sup>۸</sup> (۱۹۹۶ و ۱۹۹۷) و هاروی<sup>۹</sup> (۱۹۹۱) ادعا کردند ذهنیت زنانه قادر است منطق فناوری را دگرگون و خسارت ناشی از آن را کم کند. آنها باور دارند باید از فضای مجازی برای همه‌گیر کردن گفت و گو در مورد اموری مانند هویت، ارتباط، قدرت و جنسیت استفاده کرد. آنها این کار را نه فقط برای بررسی نظریه‌ها، بلکه به مثابه روشی برای بازتعیین نقش زنان در آغاز قرن بیستم توصیه می‌کنند (ویتاکر<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۲، ص ۵۵).

جایگاه زنان به منزله قشری عظیم از جامعه، که پرورش روحی و ذهنی شان تأثیرات به‌سزایی در پی خواهد داشت، بر کسی پوشیده نیست. همچنین استعدادهای متفاوتی که در موضوعات مختلف دارند و دیدگاه‌هایشان به مسائل، که برخاسته از تفاوت‌های فطری آنان است، می‌تواند منشأ تولیدات جدید و ایجاد پارادایم‌های نوین فرهنگی شود. زنان و انعکاس اخبار و موضوعات مربوط به آنان، در شبکه‌های اجتماعی گوناگون، از جمله موضوعاتی است که تا کنون توجه کمتری به آن شده است. پیچیدگی مسائل و موضوعات مربوط به زنان، سبب شده است که هر یک از صاحب‌نظران، از دیدگاه خاصی آن را بررسی کنند. دانیل لرنر<sup>۱۱</sup>، نظریه‌پرداز مکتب نوسازی، دسترسی به رسانه‌های جمعی را پیش شرط مشارکت در جامعه امروزی می‌داند. وی بر این باور است که: «رسانه‌های جمعی به طور مستقیم بر نگرش‌ها و رفتارهای فرد تأثیر می‌گذارند» (ویتاکر، ۲۰۰۲، ص ۶۵).

نتایج نظر سنجی ژانویه سال ۲۰۰۴ شبکه بی بی سی<sup>۱۲</sup>، بیانگر این مطلب است که شبکه‌های اجتماعی تأثیرات وسیعی در سبک زندگی افراد داشته‌اند. این شبکه در آن سال، موضوعی را برای بحث در تارنمای خود انتشار داد. عنوان بحث این بود که فناوری‌های جدید چگونه سبب تغییر سبک زندگی شما شده است؟ بیشتر شرکت‌کنندگان در بحث، داستان زندگی خود را با توجه به عصر دیجیتال مطرح کردند و به این موضوع پرداختند که اینترنت چگونه موجب تغییر زندگی آنها شده است؟ ۲۰۰ زن و ۲۰۰ مرد به طور تصادفی از میان کسانی که به این پرسش پاسخ داده بودند، انتخاب شدند تا نظراتشان تحلیل محتوا شود. یافته‌ها نشانگر این بود که بیشتر افراد باور داشتند اینترنت در مسیر زندگی آنها نقش مهمی دارد و از لحاظ دوست‌یابی و مسائل استخدامی و شغلی می‌توانند به آن تکیه کنند. همین امر، سبب ایجاد تغییراتی در شیوه و سبک زندگی آنها شده است (بی بی سی، ۲۰۰۴).

### پیشینه پژوهش

چیت‌ساز و سالک (۱۳۹۴) در پژوهشی با هدف بررسی جامعه‌شناختی اثرات شبکه‌های مجازی جدید بر زندگی فردی و اجتماعی شهروندان شهرضا دریافتند شبکه‌های مجازی جدید با روابط خانوادگی، تغییر شکل گروه‌های دوستی، احساس انسان، مشارکت‌های اجتماعی، سلامت اجتماعی و خلق و خوی افراد ارتباط دارند؛ اما با نحوه گذران اوقات فراغت رابطه‌ای ندارند.

سپهری (۱۳۹۳) در پژوهشی تحت عنوان «تحلیل سبک زندگی جوانان کاربر شبکه اجتماعی فیسبوک» نشان داد که شبکه اجتماعی فیسبوک منجر به تغییراتی در سبک زندگی جوانان در زمینه‌هایی چون اوقات فراغت، توجه و گرایش به بدن، نحوه پوشش، شیوه محاوره و سبک بیان، ایجاد شرایط برای برقراری ارتباط با جنس مخالف و کسب توانمندی‌های روز در نگرش به فضای جهانی شده است.

نوابخش (۱۳۹۳) در پژوهشی که انجام داد، نشان می‌دهد که استفاده از ابزارهای نوین فناوری اطلاعاتی و ارتباطی به شکل‌گیری سبک زندگی ویژه‌ای می‌انجامد و در هر یک از جنبه‌های مختلف سبک زندگی، نظام ارزشی و جهان‌بینی متفاوتی را ایجاد می‌کند که منجر به کنش‌های گوناگونی از جانب افراد می‌شود و باعث می‌شود تا افراد در حوزه‌های مختلف زندگی خود از جمله اوقات فراغت و شیوه گذران آن، نگرش به ازدواج، رفتارهای اعتقادی و پیروی از مد رفتارهای متفاوتی داشته باشند.

<sup>8</sup> Plant

<sup>9</sup> Haravey

<sup>10</sup> Whitaker

<sup>11</sup> Daniel Lerner

<sup>12</sup> BBC network

شاهنوشی و تاجی (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان شهرکرد را مورد بررسی قرار دادند و به این نتایج دست یافتند که بین نوع شبکه، محل سکونت، انسجام ارزشی و سبک زندگی رابطه‌ای وجود ندارد ولی بین متغیرهای جنسیت، میزان تحصیلات، انسجام رابطه‌ای، تجمع اجتماعی و سبک زندگی رابطه معناداری هست.

بشیر و افراسیابی (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای با عنوان «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان مطالعه موردی بزرگترین جامعه مجازی ایرانیان» نشان دادند میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و نحوه اختصاص وقت به سایر فعالیت‌های اجتماعی، ارتباط وجود داشته و بیشتر پاسخ دهندگان اذعان کرده‌اند که به دلیل استفاده بیش از حد از اینترنت برای فعالیت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، مورد اعتراض سایر اعضای خانواده واقع شده‌اند. همچنین میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی با مقوله‌هایی نظیر نحوه ارتباط با جنس مخالف و شیوه محاورات اعضا در محیط بیرونی ارتباط وجود دارد.

کرانک و همکاران<sup>۱۳</sup> (۲۰۱۷) در مطالعه خود رابطه گستردگی و تنوع شبکه‌های اجتماعی را با سبک زندگی و عوامل درمانی پس از جراحی سرطان مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان‌دهنده این بود که شبکه‌های اجتماعی کوچکتر با سبک زندگی آسیب‌زننده و درمان ضعیف سرطان رابطه داشت.

لی<sup>۱۴</sup> (۲۰۱۳) در مطالعه خود نشان داده است که سبک زندگی نقش مهمی در پیش‌بینی میزان پذیرش تکنولوژی‌های جدید ایفا می‌کند. وی همچنین نشان داده است که ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و استفاده از رسانه‌های جمعی بیشتر از آنکه میزان پذیرش تکنولوژی‌های سرگرم‌کننده را پیش‌بینی کند، میزان پذیرش تکنولوژی‌های اطلاعاتی را پیش‌بینی می‌کند.

وانگ<sup>۱۵</sup> و همکاران (۲۰۱۲) در مطالعه‌شان با عنوان «تأثیر استفاده از اینترنت بر سبک زندگی بزرگسالان» نشان دادند که عادت‌های اینترنتی مشخص همچون بیش از حد آنلاین بودن، دسترسی به اینترنت از کافی‌نت‌ها و استفاده از اینترنت برای تخلیه هیجانی با عادت‌های سبک زندگی ضعیف در بزرگسالان در ارتباطند؛ اما استفاده از اینترنت برای اهداف آموزشی همچون پیدا کردن اطلاعات، رابطه معنادار مثبتی با سبک زندگی سالم در بزرگسالان دارند.

مازونی<sup>۱۶</sup> و همکاران (۲۰۰۷) رابطه بین سبک زندگی و انگیزه‌های موجود برای استفاده از تلفن همراه را در ایتالیا مطالعه کرده‌اند. آنها به این نتیجه رسیده‌اند که سبک زندگی مرتبط شده بیشتر با انگیزه‌های سرگرمی، سبک زندگی متعهد با انگیزه‌های سازمان‌دهی زمان و رابطه‌ها و سبک زندگی سنتی با انگیزه برای تداوم و حفظ رابطه‌ها همبسته است.

وی<sup>۱۷</sup> (۲۰۰۶) تحقیقی با عنوان «سبک‌های زندگی و رسانه‌های جدید: انطباق و استفاده از فناوری‌های ارتباطی بی‌سیم در چین» به دنبال بررسی ارتباط بین سبک زندگی مصرف‌کنندگان حومه شهری چین و انطباق و استفاده از پیجر<sup>۱۸</sup> و تلفن‌های همراه انجام داد. یافته‌ها نشان می‌دهند که پاسخگویان تمایل به شناسایی پیجر و تلفن همراه به عنوان ملاک غربی شدن و سبک زندگی اجتماعی فعال دارند.

<sup>13</sup> Kroenke

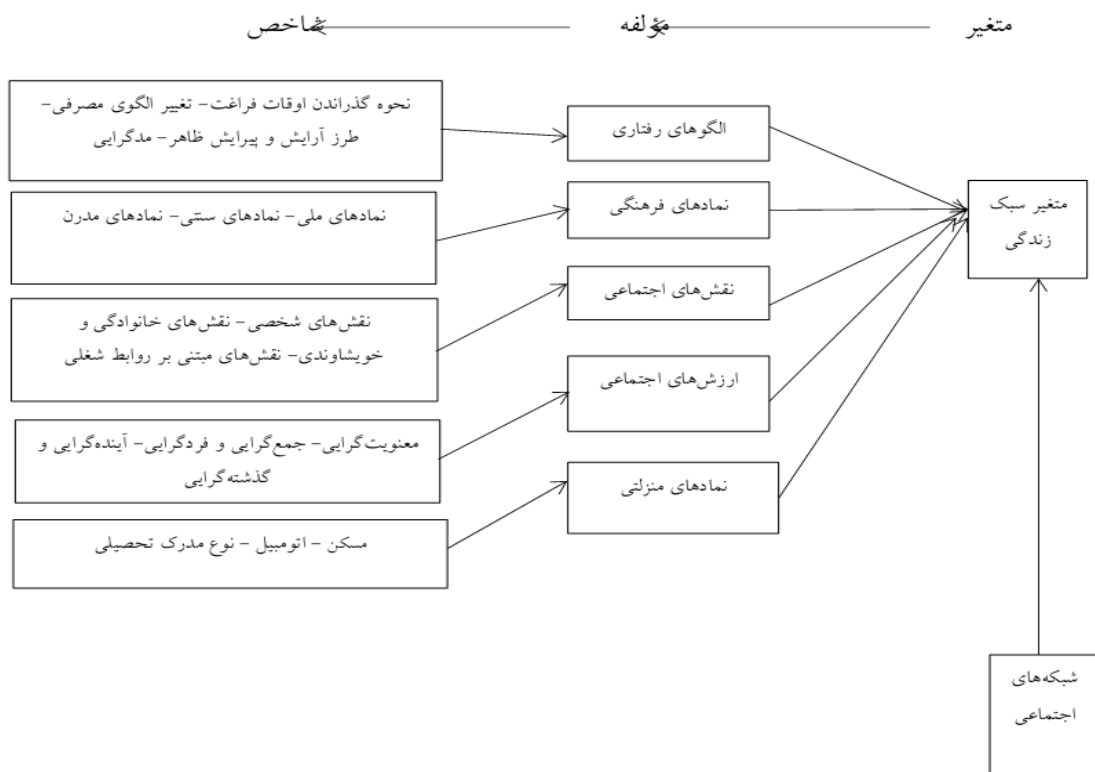
<sup>14</sup> Li

<sup>15</sup> Wang

<sup>16</sup> Mazzoni

<sup>17</sup> Wei

<sup>18</sup> Pager



شکل (۱): مدل تحلیلی تحقیق

## روش تحقیق

روش مورد استفاده در تحقیق حاضر، از نوع روش کمی پیمایشی می‌باشد. در این تحقیق با توجه به تنوع و تعدد متغیرهای به کار رفته در فرضیات تحقیق، ابزار و تکنیک‌ها و روش‌های مختلفی جهت اخذ اطلاعات مورد نیاز و جمع‌آوری داده‌های مزبور، استفاده شده است. بخش عمده‌ای از اطلاعات مورد نظر از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده است. اعتبار پرسشنامه از نوع محتوایی است و مقدار آلفای کرونباخ متغیرهای الگوهای رفتاری ۰/۷۱، ارزش‌های اجتماعی ۰/۷۷، نمادهای فرهنگی ۰/۸۰، نقش‌های اجتماعی ۰/۸۶، نمادهای منزلتی ۰/۷۵، سبک زندگی ۰/۸۸ به دست آمد و استفاده از شبکه‌های اجتماعی ۰/۷۹ به دست آمد و پایایی تحقیق با استفاده از کویانانس ۰/۸۳ به دست آمد. جامعه آماری تحقیق شامل تمامی زنان ساکن ناحیه ۲ شهری شهر کرمان در سال ۱۳۹۷، بر طبق آماري که شهرداری منطقه دو اعلام کرده، هزار و دویست نفر است. برای تعیین حجم نمونه این پژوهش از جدول مورگان استفاده شده است که حجم بدست آمده، برابر با ۲۹۱ نفر برآورد شده است. روش نمونه‌گیری انتخابی در این تحقیق، روش نمونه‌گیری گلوله برفی است. در تحقیق حاضر با توجه به فرضیات تحقیق، سطح سنجش و کیفیت داده‌هایی که استخراج گردیده، از روش‌های آماری برای توصیف و تحلیل داده‌ها استفاده شده که به محورهای اصلی آن اشاره می‌شود در این تحقیق، آماره توصیفی میانه و میانگین و توزیع فراوانی انجام شد و از آمار استنباطی رگرسیون و همبستگی پیرسون برای انجام محاسبات و تحلیل با استفاده از نرم‌افزار SPSS (نسخه ۲۰) بهره گرفته شد.

## یافته‌ها

### آمار توصیفی

ساختار سنی پاسخگویان نشان می‌دهد که ۲۹۱ نفر به این سوال پاسخ داده‌اند. از این جمعیت، تعداد ۱۱۷ نفر (۴۰/۲) در گروه سنی ۲۶-۲۵ سال و ۱۷۴ نفر (۵۹/۸) در گروه سنی ۳۰-۲۷ سال گزارش کرده‌اند. بیشترین فراوانی مربوط به گروه ۳۰-۲۷ سال است. وضعیت تأهل پاسخگویان نشان می‌دهد که ۲۹۱ نفر به این سوال پاسخ داده‌اند. از این جمعیت تعداد ۱۶۷ نفر (۵۷/۴) مجرد و ۱۲۴ نفر (۴۲/۶) متأهل گزارش کرده‌اند. بیشترین فراوانی مربوط به مجردین است.

میزان تحصیلات پاسخگویان نشان می‌دهد که ۲۹۱ نفر به این سوال پاسخ داده‌اند. از این جمعیت، تعداد ۴ نفر (۱/۴) ابتدایی، ۱۴ نفر (۴/۸) دبلم، ۱۷۷ نفر (۶۰/۸) لیسانس و ۹۶ نفر (۳۳/۰) درصد لیسانس به بالا گزارش کرده‌اند. بیشترین فراوانی مربوط به میزان تحصیلات لیسانس و کمترین فراوانی مربوط به ابتدایی است.

وضعیت شغلی پاسخگویان نشان می‌دهد که ۲۹۱ نفر به این سوال پاسخ داده‌اند. از این جمعیت، تعداد ۱۳۷ نفر (۴۷/۱) شغل دارند و ۱۵۴ نفر (۵۲/۹) فاقد شغل گزارش شده است. بیشترین فراوانی مربوط به افرادی است که فاقد شغل هستند.

وضعیت هزینه ماهانه نشان می‌دهد که ۲۹۱ نفر به این سؤال پاسخ داده‌اند. از این جمعیت تعداد ۴ نفر (۱/۴)، میزان هزینه ماهانه خود را یک میلیون و تعداد ۴ نفر (۱/۴)، میزان هزینه ماهانه ۱۲۰۰۰۰ و تعداد ۴ نفر (۱/۴)، میزان هزینه ماهانه ۱/۴۰۰/۰۰۰ و تعداد ۵۰ نفر (۱۷/۲)، درآمد و تعداد ۲ نفر (۰/۷)، درآمد ۱/۵۰۰/۰۰۰ و تعداد ۴ نفر (۱/۴)، میزان هزینه ماهانه ۱/۷۵۰/۰۰۰ و تعداد ۱۵۶ نفر (۵۳/۶)، درآمد ۲/۰۰۰/۰۰۰ و تعداد ۲۰ نفر (۶/۹)، درآمد ۲/۲۰۰/۰۰۰ و تعداد ۲ نفر (۰/۷)، درآمد ۲/۳۰۰/۰۰۰ و تعداد ۴ نفر (۱/۴)، میزان هزینه ماهانه ۲/۴۰۰/۰۰۰ و تعداد ۱۴ نفر (۴/۸)، میزان هزینه ماهانه ۲/۵۰۰/۰۰۰ و ۲ نفر (۰/۷)، هزینه ۲/۶۰۰/۰۰۰ و تعداد ۴ نفر (۱/۴)، میزان هزینه ماهانه ۲/۷۰۰/۰۰۰ و ۶ نفر (۲/۱)، درآمد ۳/۰۰۰/۰۰۰ و تعداد ۴ نفر (۱/۴)، درآمد ۳/۵۰۰/۰۰۰ و ۳ نفر (۱/۰)، درآمد ۴/۰۰۰/۰۰۰ میلیون هزینه ماهانه خود را گزارش کرده‌اند. بیشترین فراوانی مربوط به هزینه ۱/۵۰۰/۰۰۰ تومان است و کمترین فراوانی مربوط به هزینه ۱/۶۵۰/۰۰۰ و ۱/۸۰۰/۰۰۰ و ۲/۳۰۰/۰۰۰ و ۲/۶۰۰/۰۰۰ گزارش شده است.

### بررسی نرمال بودن داده‌ها

آزمون اسمرنف کولموگروف: از این آزمون زمانی استفاده می‌شود که محقق بخواهد نرمال یا غیرنرمال بودن توزیع را مشخص نماید. چنانچه در جدول (۳) نشان می‌دهد، متغیرهای تحقیق نرمال بوده است که نشان می‌دهد آزمون مناسب همبستگی اسپیرمن و پیرسون است.

جدول (۳): نتایج آزمون نرمال بودن مربوط به متغیرهای تحقیق

متغیرها	تعداد	آماره	سطح معنی داری	نتیجه (نرمال/غیرنرمال بودن)
الگوهای رفتاری زنان	۲۹۱	۷/۲۶۲	۰/۱۲۴	نرمال
ارزش‌های اجتماعی زنان	۲۹۱	۷/۸۵۱	۰/۲۱۴	نرمال
نمادهای فرهنگی	۲۹۱	۸/۳۶۲	۰/۱۲۰	نرمال
نقش‌های اجتماعی	۲۹۱	۸/۴۸۹	۰/۱۸۲	نرمال

### آزمون فرضیه اصلی تحقیق

به نظر می‌رسد بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی زنان ۲۵-۳۰ ساله منطقه ۲ شهری کرمان رابطه وجود دارد.

جدول (۴): نتایج آزمون همبستگی بین متغیرهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی زنان

متغیر	متغیرپیش بین			نوع رابطه
	همبستگی (r)	P	تعداد	
ملاک	۰/۸۸۶	۰/۰۰۰	۲۹۱	مستقیم

بر اساس خروجی نرم‌افزار SPSS مقدار آماره آزمون ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۸۸۶ با سطح معنی داری ۰/۰۰۰ است. با در نظر گرفتن سطح خطای ۵ درصد و مقایسه سطح معنی داری مشاهده شده با ۰/۰۵، با توجه به اینکه سطح معنی داری از ۰/۰۵ کوچکتر است،  $H_0$  رد می‌شود. به عبارت دیگر می‌توان با ۹۵ درصد اطمینان گفت رابطه مستقیم بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی زنان ۲۵-۳۰ ساله منطقه ۲ شهری کرمان رابطه وجود دارد.

### آزمون فرضیه‌های خرد تحقیق

فرضیه شماره ۱- بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و الگوهای رفتاری زنان ۲۵-۳۰ ساله منطقه ۲ شهری کرمان رابطه وجود دارد.

جدول (۵): نتایج آزمون همبستگی بین متغیرهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی و الگوهای رفتاری زنان



متغیر	متغیر پیش بین			نوع رابطه
	همبستگی (r)	P	تعداد	
ملاک	۰/۶۶۹	۰/۰۰۰	۲۹۱	مستقیم
				وجود رابطه
				تایید

بر اساس خروجی نرم افزار SPSS مقدار آماره آزمون ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۶۶۹ با سطح معنی داری ۰/۰۰۰ است. با در نظر گرفتن سطح خطای ۵ درصد و مقایسه سطح معنی داری مشاهده شده با ۰/۰۵، با توجه به اینکه سطح معنی داری از ۰/۰۵، کوچکتر است،  $H_0$  رد می شود. به عبارت دیگر می توان با ۹۵ درصد اطمینان گفت رابطه مستقیم بین استفاده از شبکه های اجتماعی و الگوهای رفتاری زنان ۲۵-۳۰ ساله منطقه ۲ شهری کرمان رابطه وجود دارد.

**فرضیه شماره ۲-** بین استفاده از شبکه های اجتماعی و ارزش های اجتماعی زنان ۲۵-۳۰ ساله منطقه ۲ شهری کرمان رابطه وجود دارد.

**جدول (۶):** نتایج آزمون همبستگی بین متغیرهای استفاده از شبکه های اجتماعی و ارزش های اجتماعی زنان ۲۵-۳۰ ساله منطقه ۲ شهری کرمان

متغیر	متغیر پیش بین			نوع رابطه
	همبستگی (r)	P	تعداد	
ملاک	۰/۸۱۸	۰/۰۰۰	۲۹۱	مستقیم
				وجود رابطه
				تایید

بر اساس خروجی نرم افزار SPSS مقدار آماره آزمون، ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۸۱۸ با سطح معنی داری ۰/۰۰۰ است. با در نظر گرفتن سطح خطای ۵ درصد و مقایسه سطح معنی داری مشاهده شده با ۰/۰۵، با توجه به اینکه سطح معنی داری از ۰/۰۵، کوچکتر است،  $H_0$  رد می شود. به عبارت دیگر می توان با ۹۵ درصد اطمینان گفت رابطه مستقیم بین استفاده از شبکه های اجتماعی و ارزش های اجتماعی زنان ۲۵-۳۰ ساله منطقه ۲ شهری کرمان رابطه وجود دارد.

**فرضیه شماره ۳-** بین استفاده از شبکه های اجتماعی و نمادهای فرهنگی زنان ۲۵-۳۰ ساله منطقه ۲ شهری کرمان رابطه وجود دارد.

**جدول (۷):** نتایج آزمون همبستگی بین متغیرهای استفاده از شبکه های اجتماعی و نمادهای فرهنگی زنان ۲۵-۳۰ ساله منطقه ۲ شهری کرمان

متغیر	متغیر پیش بین			نوع رابطه
	همبستگی (r)	P	تعداد	
ملاک	۰/۵۲۲	۰/۰۰۰	۲۹۱	مستقیم
				وجود رابطه
				تایید

بر اساس خروجی نرم افزار SPSS مقدار آماره آزمون ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۵۲۲ با سطح معنی داری ۰/۰۰۰ است. با در نظر گرفتن سطح خطای ۵ درصد و مقایسه سطح معنی داری مشاهده شده با ۰/۰۵، با توجه به اینکه سطح معنی داری از ۰/۰۵، کوچکتر است  $H_0$  رد می شود. به عبارت دیگر می توان با ۹۵ درصد اطمینان گفت رابطه مستقیم بین استفاده از شبکه های اجتماعی و نمادهای فرهنگی زنان ۲۵-۳۰ ساله منطقه ۲ شهری کرمان رابطه وجود دارد.

**فرضیه شماره ۴-** بین استفاده از شبکه های اجتماعی و نقش های اجتماعی زنان ۲۵-۳۰ ساله منطقه ۲ شهری کرمان رابطه وجود دارد.

**جدول (۸):** نتایج آزمون همبستگی بین متغیرهای استفاده از شبکه های اجتماعی و نقش های اجتماعی زنان ۲۵-۳۰ ساله منطقه ۲ شهری کرمان

متغیر	متغیر پیش بین			نوع رابطه
	همبستگی (r)	P	تعداد	
ملاک	۰/۶۵۸	۰/۰۰۰	۲۹۱	مستقیم
				وجود رابطه
				تایید

بر اساس خروجی نرم افزار SPSS، مقدار آماره آزمون ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۶۵۸ با سطح معنی داری ۰/۰۰۰ است با در نظر گرفتن سطح خطای ۵ درصد و مقایسه سطح معنی داری مشاهده شده با ۰/۰۵ با توجه به اینکه سطح معنی داری از ۰/۰۵ کوچکتر است،  $H_0$  رد می شود. به عبارت دیگر می توان با ۹۵ درصد اطمینان گفت رابطه مستقیم بین استفاده از شبکه های اجتماعی و نقش های اجتماعی زنان ۲۵-۳۰ ساله منطقه ۲ شهری کرمان رابطه وجود دارد.

**فرضیه شماره ۵-** بین استفاده از شبکه های اجتماعی و نمادهای منزلتی زنان ۲۵-۳۰ ساله منطقه ۲ شهری کرمان رابطه وجود دارد.

**جدول (۹): نتایج آزمون همبستگی بین متغیرهای شبکه های اجتماعی و نمادهای منزلتی زنان ۲۵-۳۰ ساله منطقه ۲ شهری کرمان**

متغیر	متغیر پیش بین		
	تعداد	P	همبستگی (r)
ملاک	۲۹۱	۰/۰۰۰	۰/۸۳۰
	وجود رابطه	تایید	نوع رابطه
	مستقیم		

بر اساس خروجی نرم افزار SPSS، مقدار آماره آزمون ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۸۳۰ با سطح معنی داری ۰/۰۰۰ است با در نظر گرفتن سطح خطای ۵ درصد و مقایسه سطح معنی داری مشاهده شده با ۰/۰۵ با توجه به اینکه سطح معنی داری از ۰/۰۵ کوچکتر است،  $H_0$  رد می شود. به عبارت دیگر می توان با ۹۵ درصد اطمینان گفت رابطه مستقیم بین استفاده از شبکه های اجتماعی و نقش های اجتماعی زنان ۲۵-۳۰ ساله منطقه ۲ شهری کرمان رابطه وجود دارد.

### تحلیل رگرسیون

در پژوهش حاضر، محقق با استفاده از رگرسیون به روش خطی، به تبیین واریانس متغیر ملاک از طریق برآورد سهم هر کدام از متغیرهای پیش بین پرداخته است. نتایج تحلیل رگرسیونی عوامل تبیین کننده متغیر ملاک، نشان می دهد که از میان متغیرهای وارد شده در معادله، مجموع متغیرهای در مدل نهایی مانده اند که این متغیرها ۸۹ درصد واریانس متغیر ملاک را تبیین می کنند. لذا باید گفت که ۸۹ درصد از تغییرات متغیر ملاک توسط متغیرهایی که در مدل نهایی باقی مانده اند، پیش بینی می گردد. نتایج حاصله از تحلیل رگرسیونی خطی متغیرهای موجود در مدل را می توان به صورت استاندارد شده در جدول زیر مشاهده نماید.

**جدول (۱۰): خلاصه آماره های مربوط به تجزیه رگرسیونی**

ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تبیین	ضریب تبیین اصلاح شده	اشتباه معیار برآورد	کمیت دوربین واتسون
۰/۹۰۸	۰/۸۷	۰/۸۹	۱/۷۲۴۶۹	۱/۷۹۶

**جدول (۱۱): تحلیل واریانس برای آزمون معنی داری شکل رگرسیونی**

مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	کمیت F	سطح معنی داری
۲۶۸۱/۵۹۹	۱۰	۵۳۶/۳۲۰	۱۸۰/۳۰۳	۰/۰۰۰
۵۷۴/۰۸۹	۲۸۰	۲/۹۷۵		
۳۲۵۵/۶۸۸	۲۹۰	-		
رگرسیون				
باقیمانده				
کل				

در مجموع اطلاعات جدول ۱۲، ملاحظه می شود در تغییر سبک زندگی به ترتیب، نمادهای منزلتی - ارزش های اجتماعی - نقش های اجتماعی - الگوهای رفتاری - نمادهای فرهنگی بیشترین نقش را در پیش بینی متغیر ملاک داشته اند.

جدول (۱۲): سبک زندگی: نمادهای منزلتی- ارزش‌های اجتماعی- نقش‌های اجتماعی- الگوهای رفتاری- نمادهای فرهنگی، بیشترین نقش در پیش‌بینی متغیر ملاک

سطح معنی‌داری <sup>۱۹</sup>	کمیت t <sup>۲۰</sup>	ضرایب استاندارد Beta	ضرایب ناخالص یا استاندارد نشده		متغیرهای وارد شده در مدل رگرسیونی
			اشتباه معیار	B	
۰/۰۰۰	۱۵/۹۹۱		۲/۰۰۱	۰/۹۹۳	ضریب ثابت <sup>۲۱</sup>
*۰/۰۰۰	۳/۷۶۱	۰/۸۴۰	۰/۱۳۲	۰/۷۲۱	تغییر سبک زندگی
*۰/۰۰۰	۲/۳۴۱	۰/۷۹۱	۰/۱۵۰	۰/۶۲۳	نمادهای منزلتی
*۰/۰۰۰	۱/۶۲۳	۰/۶۶۶	۰/۰۹۵	۰/۵۱۵	ارزش‌های اجتماعی
*۰/۰۰۰	۱/۳۵۴	۰/۵۵۰	۰/۰۵۳	۰/۴۷۱	نقش‌های اجتماعی
*۰/۰۰۱	۱/۷۱۶	۰/۲۲۳	۰/۰۳۵	۰/۱۱۹	الگوهای رفتاری
*۰/۰۰۳	۰/۹۲۹	۰/۰۱۷	۰/۰۲۵	۰/۱۵۵	نمادهای فرهنگی

\* متغیرهای مانده در مدل رگرسیونی

\*\* متغیرهای خارج شده از مدل رگرسیونی

### نتیجه‌گیری

اینترنت در واقع مکان بی‌مکان است؛ جایی که انسان‌ها می‌توانند به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار نمایند، گروه‌های خود را بسازند، پیام بفرستند یا چیزی را معرفی کنند. در این مکان مرزهای جغرافیایی هیچ معنا و مفهومی ندارد و به همین سبب دشواری‌ها و مشکلات منطقی زمان و مکان از میان برداشته شده است. همه چیز در تحرک است و همواره این تحرک شتابی بیشتر می‌یابد و در واقع یکی از دلایلی که نسل کنونی به این نوع از روابط روی آورده این است که آن‌ها می‌توانند از این طریق در هر زمان و مکانی به ارتباط با دیگران بپردازند؛ زمان، مسئله‌ای است که این روزها به معضلی بزرگ در جوامع پیشرفته تبدیل شده است و وجود امکانات تکنولوژیک برای برقراری ارتباط، به عنوان راه حلی مناسب، از سوی بشر انتخاب شده است. ولی با این وجود بعضاً ارتباطات شکل گرفته بر بستر رسانه‌هایی هم چون شبکه‌های اجتماعی فاقد احساس و روح حاکم بر تعاملات انسان در جهان واقعی است، در نتیجه روابط و احساسات افراد به مرور زمان به سردی می‌گراید. وابستگی به شبکه‌های اجتماعی از دواج اینترنتی، طلاق، از هم پاشیدگی خانواده، بلوغ زودرس و اختلالات جسمانی را در کشورهای مختلف جهان از جمله ایران به شکل قابل ملاحظه‌ای افزایش داده است. لذا می‌توان با افزایش سطح آگاهی‌ها و آموزش‌های لازم افراد جامعه را به سمت استفاده مطلوب و درست از این شبکه‌ها سوق داد و در مقابل مخاطرات آن واکنش‌ها نمود. دولت‌مردان باید بستر لازم را فراهم آورند تا افراد جامعه خود به این بلوغ فکری دست یابند که کدام بخش از این پدیده یک تهدید و کدام ابزار آن یک فرصت در جهت اعتلای سطوح فردی و اجتماعی‌شان است.

استفاده از هر تکنولوژی می‌تواند نتایج مثبت و منفی برای جامعه داشته باشد و زمانی برای یک جامعه مشکل‌زا خواهد بود که متناسب با شرایط فرهنگی جامعه نباشد. لازمه ورود هر تکنولوژی جدید، آموزش به کارگیری آن است. شبکه‌های اجتماعی نیز در ایران مانند هر تکنولوژی دیگری به کشور وارد شد بدون آنکه آموزش‌های لازم از طریق کانال‌های لازم به افراد داده شود. این موجب پیامدهایی به وضوح در اجتماع گردید لذا برای کاهش پیامدهای منفی پیشنهاد می‌گردد آموزش‌های لازم را به صورت:

(الف) برگزاری کارگاه‌های مهارت زندگی در سطح محلات

(ب) لازمه هر آموزشی نهادینه شدن آن است، لذا پیشنهاد می‌گردد این آموزش از سنین کم آغاز گردد.

همان‌گونه که در مطلب بالا ذکر شد، شبکه‌های اجتماعی تنها پیامدهای منفی بر تغییر سبک زندگی افراد نداشته و می‌توان از آن در جهت ارتقا سطح فرهنگ و... جامعه از آن بهره گرفت. لذا در این راستا پیشنهاد می‌گردد:

(الف) در سطح کلان، اختصاص بودجه برای تحقیق در مورد ایجاد شبکه‌های اجتماعی که مبتنی بر فرهنگ بومی و ملی باشد

(ب) گسترش ارزش‌های بومی و محلی از طریق شبکه‌های اجتماعی

<sup>19</sup> Significancy

<sup>20</sup> Beta

<sup>21</sup> Constant

ج) با توجه به تأثیرپذیری زنان از شبکه‌های اجتماعی، استفاده خود مراکز آموزشی از آنها به عنوان وسیله‌ای جهت گسترش آموزش‌های اجتماعی و فرهنگی و توانمندسازی زنان  
بیشترین نقش را در پیش‌بینی متغیر، نمادهای منزلتی داشت که خود نشان می‌دهد استفاده افرادی که دارای پایگاه بالای جامعه و امکانات رفاهی بالایی دارند، استفاده از شبکه‌های اجتماعی، تبدیل به کالای مصرفی برای آنها شده است.

## منابع و مراجع

- [۱] احمدی، حبیب و معینی، مهدی (۱۳۹۶). بررسی رابطه مهارت‌های اجتماعی و رفتارهای پرخطر جوانان: مطالعه موردی شهر شیراز؛ پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی. سال چهارم، شماره پیاپی ۹، شماره اول، ص ۱-۲۴.
- [۲] اشتریان، کیومرث؛ محمدرضا امیرزاده، (۱۳۹۴). بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی (مطالعه موردی: شهر تهران)، فصلنامه سیاست دوره ۴۵، شماره ۴.
- [۳] ایمان، م. و مرحمتی، ن. (۱۳۹۳). تبیین جامعه‌شناختی گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن در شهر شیراز، جامعه‌شناسی کاربردی، س ۲۵، ش (۳) ۵۵، ص ۲۴۵.
- [۴] برگزاری ایسنا. (۱۳۹۴). عضویت نیمی از ایرانی‌ها در شبکه‌های اجتماعی (بیش از ۲۰ میلیون نفر در تلگرام). تاریخ انتشار خبر ۱۰ دی ۱۳۹۴، کد خبر: ۹۴۱۰۱۰۵۳۴۵، قابل دسترس در تاریخ ۱۳۹۵/۲/۸ در سایت:
- [۵] بشیر حسن، افراسیابی محمدصادق، (۱۳۹۱)، شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان، مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان عنوان نشریه، تحقیقات فرهنگی ایران، بهار ۱۳۹۱، دوره ۵، شماره ۱ (پیاپی ۱۷)، از صفحه ۳۱ تا صفحه ۶۰.
- [۶] چیت‌ساز م، سالک س، (۱۳۹۴)، بررسی جامعه‌شناختی اثرات شبکه‌های مجازی جدید بر زندگی فردی اجتماعی مطالعه موردی، شهروندان شهرضا، محل انتشار، اولین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری، علوم اجتماعی.
- [۷] خوش‌فر، غ؛ و همکاران. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی در نواحی شهری (مطالعه موردی شهر گرگان). مجله آمایش جغرافیایی فضا. سال سوم. شماره نهم.
- [۸] ذکایی محمدسعید، (۱۳۹۵)، فضاهای فراغتی شهری و زنانگی‌های جدید مجله، علوم اجتماعی (دانشگاه علامه طباطبائی)، تابستان ۱۳۹۵، شماره ۷۳، علمی-پژوهشی.
- [۹] رسول زاده اقدم ص، (۱۳۹۳)، تحلیل نقش رسانه‌های اجتماعی در گرایش به سبک زندگی نوین در بین جوانان ایرانی دو فصلنامه پژوهش جامعه‌شناسی معاصر.
- [۱۰] سپهری آسیه، (۱۳۹۳)، تحلیل سبک زندگی جوانان کاربر شبکه اجتماعی فیس بوک، فصلنامه جوانان و رسانه، بهار ۱۳۹۳ - شماره ۱۳ (۲۸ صفحه - از ۱۳ تا ۴۰).
- [۱۱] شاهنوشی مجتبی، تاجی محمدرضا، (۱۳۹۱)، تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان در شهرستان شهرکرد، پاییز ۱۳۹۱، شماره ۵۱ علمی-پژوهشی (وزارت علوم ۲۲).
- [۱۲] عدلی‌پور، صمد. (۱۳۹۱). تحلیل جامعه‌شناختی پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی کاربران جوان شهر اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی. دانشگاه اصفهان.
- [۱۳] کوهی، کمال؛ عباس زاده، محمد و خواجه بی شک، علی (۱۳۹۳). مطالعه سبک زندگی دینی شهروندان ۱۵-۶۵ ساله شهر تبریز. مجله مطالعات علوم اجتماعی ایران، (۱۱) ۴۱، ص ۵۹.
- [۱۴] مرادی، شهاب؛ و همکاران. (۱۳۹۳). انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی. فصلنامه فرهنگ دانشگاه آزاد اسلامی. سال چهارم. شماره ۱۰.
- [۱۵] نوابخش فرزاد، (۱۳۹۳)، تغییرات سبک زندگی در فرآیند توسعه ابزارهای نوین فناوری مطالعات توسعه اجتماعی ایران، بهار ۱۳۹۳، دوره ۶، شماره ۲ (مسلسل ۲۲).
- [16] Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- [17] Katez Jero ,k (2000)."Conceptualizing Contemporary Health Lifestyles: Moving Beyond Weber." *Journal the Sociological Quarterly*, 38(2): 321-342
- [18] Keranek G. David M. sanderz S. 2017. The relationship between the breadth and variety of social networks with lifestyle and post-cancer treatment factors.
- [19] Laroche, M., Habibi, M., & Odile, M., (2013). to be or not to be in social media: How brand loyalty is affected by social media, *International Journal of Information Management*, 33, 76– 82.
- [20] Lii A. 2013. Study the type of lifestyle and acceptance of technology, *Journal of Science Communication Sciences* (6) 35.

- [21] Mazzoni, d, garet G. 2007. The relationship between lifestyle and the motivation to use mobile phones in Italy Journal Social Science Italy.
- [22] Rheingold, H. (1991). A slice of life in my virtual community. In L. M. Harasim, *journal of advertising Research* , 45(2), 57-80.
- [23] Sobel, M. (2013) Lifestyle and Social Structure: Concept, Definitions and Analyses, New York: Academic Press.
- [24] Wang A. Samanta O. You L. 2012. The Effect of Using the Internet on the Lifestyle of Adults, Journal Social Science London (3) 320.
- [25] Wei O. 2006. Life styles and new media, Journal Social Science China9 (236).