

رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان

محمد مهدی فرقانی* ، ربابه مهاجری**

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۶/۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۰/۱۲

چکیده

استفاده مفرط از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه همچون تلگرام، اینستاگرام و... در حالی رشد فزاینده‌ای گرفته که اثرات اجتماعی استفاده طولانی مدت از آن‌ها نادیده گرفته شده است. استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در ایران به سرعت تبدیل به نوعی اعتیاد میان بسیاری از نوجوانان و جوانان شده و برخی از آسیب‌های اجتماعی را تشدید کرده است. زندگی روزمره نسل جوان به شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه گره خورده است. از همین روی، مقاله حاضر به بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و تغییر سبک زندگی جوانان ۱۵ تا ۲۹ می‌پردازد. به این منظور با استفاده از روش پیمایش، پرسشنامه محقق ساخته‌ای بین ۳۸۴ نفر از جوانان

* دانشیار دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول). mmforghani@yahoo.com

Mminae13@gmail.com

** دانشجوی دکتری ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی.

۱۵ تا ۲۹ سال شهر تهران با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای توزیع شد. نتایج آن حاکی از آن است که:

بین مؤلفه‌های سبک زندگی همچون تغییر سلیقه در نوع پوشش، تغییر در شیوه تغذیه، تغییر در خودآرایی، تغییر در انتخاب دکوراسیون و اثاثیه منزل، تغییر در سبک خرید، تغییر در شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح و تغییر در تعاملات و ارتباطات رو در روی کاربران با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه وجود دارد به طوری که با افزایش ساعات استفاده از این شبکه‌ها تغییر در هر یک از مؤلفه‌های سبک زندگی نیز بیشتر می‌شود.

واژه‌های کلیدی: شبکه‌های اجتماعی مجازی، جوانان، تلفن همراه،

سبک زندگی، تغییر در سبک زندگی

مقدمه و بیان مسئله

امروزه فضای مجازی و اینترنت به‌عنوان یکی از مظاهر فناوری ارتباطی نوین در زندگی فردی و اجتماعی بشر جایگاهی گسترده و مؤثر دارد و جزء لاینفک مناسبات روزمره محسوب می‌شود، به طوری که می‌توان ادعا کرد برای بسیاری از افراد، زندگی بدون آن امکان‌پذیر نیست یا دست‌کم مطلوبیتی ندارد. فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در دهه اخیر بشدت جای خود را بین افراد خانواده‌ها و به‌ویژه جوانان باز کرده است. گرچه آثار مثبت کاربرد فناوری‌های ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی در جهت توانمندسازی شهروندان قابل‌انکار نیست اما مانند سایر فناوری‌های نوین چون تلویزیون، ویدیو و ماهواره می‌تواند آثار منفی اجتماعی زیادی نیز به دنبال داشته باشد (فقیه آرام و همکاران، ۱۳۹۴: ۳).

وجود شبکه‌های اجتماعی به تاریخ بشریت بازمی‌گردد اما شبکه‌های اجتماعی مجازی پدیده‌ای است که در چند دهه اخیر معنا و مفهوم پیدا کرده است. به طوری که

رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ... ۲۶۱

امروزه به‌عنوان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر در زندگی بسیاری از کاربران قرار گرفته است (Cachia, 2008: 13). بسیاری از جوانان به فعالیت‌های اجتماعی شبکه‌ای اشتغال دارند و در انتخاب سبک زندگی خود از روابط و مناسبات اینترنتی استفاده می‌کنند (Hilberman, 2009: 3).

در سال‌های اخیر با توجه به افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی در کشورمان شاهد تغییر در مجموعه‌ای از رفتار، عادات و عقاید مردم کشورمان می‌باشیم. با توجه به استفاده گسترده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در بین جوانان و تأثیر این شبکه‌ها بر سبک زندگی آنان در این مقاله قصد داریم به بررسی روابط بین میزان استفاده از شبکه‌های تلفن همراه و تغییر سبک زندگی جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال پردازیم.

فرضیه‌ها

فرضیه‌های مورد پژوهش در این مقاله عبارت‌اند از:

۱. بین تغییر سلیقه در نوع پوشش کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین تغییر در شیوه تغذیه کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد.
۳. بین تغییر در خودآرایی کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد.
۴. بین تغییر در انتخاب دکوراسیون و اثاثیه منزل کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد.
۵. بین تغییر در سبک خرید کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد.

۶. بین تغییر در شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد.
۷. بین تغییر در تعاملات و ارتباطات رو در روی کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد.

بحث نظری و مفهومی

الف. شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی اینترنتی به زبانی ساده، صفحات اینترنتی هستند که افراد با عضویت در آن‌ها می‌توانند دوست‌یابی کنند، به بحث و تبادل نظر بپردازند، تصاویر و فیلم‌هایی را که دوست دارند به اشتراک بگذارند و این فرصت را می‌یابند تا درباره علاقه‌مندی‌ها و مطالب دیگران اظهار نظر کنند و خودشان نیز مطالبی را مطابق با سلیقه و نظر خود منتشر کنند و حتی در دنیای مجازی این شبکه‌ها، تصویری خیالی از خود ارائه کنند (افراسیابی، ۱۳۹۲: ۱۵).

با ظهور فناوری‌های مدرن و بخصوص اینترنت و ورود شبکه‌های اجتماعی به زندگی افراد، نوع جدیدی از روابط بین فردی شکل گرفته است که از آن به ارتباطات مجازی تعبیر می‌شود. در واقع، این ارتباطات مجازی بین فردی در قالب شبکه‌سازی‌های اجتماعی، بر پایه مشارکت همگانی بنا شده‌اند. ایجاد ارتباطات جمعی و میان فردی، تشکیل اجتماعات مجازی، اطلاع‌رسانی، تبادل اطلاعات و نظرات از شناخته‌شده‌ترین کارکردهای این فضاها هستند. برخی از ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی عبارت‌اند از: اشتراک‌گذاری، سازمان‌دهی، دوستی، اعتماد، استناد و تعمیم، چندرسانه‌ای بودن، نقد بی‌رحمانه، دنبال کردن و دنبال شدن، بازاریاب، خرد جمعی، ساختار دمکراتیک، قدرت سرمایه اجتماعی، تحرک اجتماعی و ابتکار و خلاقیت (ضیایی پرور و عقیلی، ۱۳۸۸: ۲۴).

در این بین والک^۱ و همکاران (۲۰۱۰) در بررسی‌هایی که در سطح مناطق در حال توسعه آسیا داشته‌اند، گزارش می‌کنند که فناوری‌های نوین، در کشورهایمانند: فیلیپین، مغولستان، تایلند، هند و بنگلادش، سبب شده است که مردم نواحی دورافتاده، امکان دسترسی به آموزش‌های مورد نظرشان را بیابند و از این فرصت، استفاده بهینه به عمل بیاورند. اما آنچه در عمل مشاهده می‌شود تلفن همراه علاوه بر مزیت‌های فراوانی که دارد عوارضی همچون کاهش و انحطاط ارزش‌های اخلاقی را نیز در برداشته است. کریستال^۲ (۲۰۰۸) نیز در پژوهش خود به این نتیجه دست‌یافته است که افزایش استفاده از فناوری‌های نوین همچون تلفن همراه و فضای مجازی با کاهش ارزش‌ها و هنجارهای تربیتی جامعه همراه بوده است.

بسیاری از مشکلاتی که امروزه توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشور با آن مواجه است کمبود بسترهای فرهنگی است. به بیان دیگر، فناوری‌های نوین ارتباطی هرگز دارای بار خشتی نیستند، بلکه جزئی از فرهنگ به حساب آمده و در یک بستر فرهنگی ایجاد می‌گردند و به همین دلیل با مفهوم خاص خودشان باعث ایجاد ارزش‌های نوین در جوامع گشته و موجب پیدایش نگرش‌ها و باورهای تازه‌ای در اذهان مردم می‌شوند. این در حالی است که باورها و ارزش‌های تربیتی جامعه از طریق فرآیند آموزش در ذهن مخاطبان نهادینه می‌گردد، آنگاه است که از این تکنولوژی‌های نوین به منظور تقویت ارزش‌ها و باورهای جوامع واردکننده و پذیرای این فناوری‌ها استفاده می‌شود و خطر موقعی گریبانگیر این جوامع می‌شود که جوامع پذیرا از هیچ برنامه خاصی برای بهره‌برداری مناسب از این فناوری‌ها برخوردار نباشند و مخاطبان با ارزش‌ها و هنجارهای خویش بیگانه باشند (مزرعی جوشری، ۱۳۸۸: ۱۰۲).

1. Valk

2. Crystal

آنچه در حال حاضر وجود شبکه‌های اجتماعی را پراهمیت و تأثیر آن‌ها را پررنگ‌تر جلوه می‌دهد، اقبال عمومی کاربران اینترنت به این شبکه‌ها است. به طوری که روزانه صدها میلیون نفر در دنیا با عضویت در این شبکه‌ها، ساعت‌های متمادی از عمرشان را صرف گشت‌وگذار در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند (افراسیابی، ۱۳۹۲: ۱۵).

ب. شبکه‌های ارتباطی تلفن همراه

همزمان با موفقیت دور از انتظار تلفن‌های همراه در اواخر دهه ۹۰ در فنلاند و دیگر کشورها، بحث‌های زیادی در مورد تأثیرات فناوری‌های ارتباطی جدید بر حیات روزمره و فعالیت‌های اجتماعی مطرح شد. این پدیده جدید منجر به بحث‌های جالب‌توجهی پیرامون عادات در حال تحول ارتباطی و پدیده‌های اجتماعی مرتبط با آن شد. در جریان این مباحثات، غالباً تلفن همراه با تلفن ثابت مقایسه می‌شد، زیرا به نظر می‌رسید که تلفن همراه آزادی جدیدی را در بعد مکان به ارمغان آورده است. علت آن بود که برقراری و دریافت تماس "در هر زمان و در هر مکان" ممکن بود. با این همه، مشخص بود که این قابلیت کارکرد معکوس هم خواهد داشت و برای مثال قابلیت در دسترس بودن مداوم باعث افزایش فشار و کنترل می‌شود (روس، ۱۹۹۳: فصل اول، مقدمه).

این مسئله باعث محو مرزهای زندگی عمومی و خصوصی شده و در دسترس بودن به‌طور مداوم به این مسئله کمک می‌کند (گیدنز، ۲۰۰۴: ۴۶۹).

در حال حاضر تلفن همراه وسیله‌ای است که یک فرد را به‌شدت با شبکه‌های اجتماعی مهم پیوند می‌دهد (گیدنز، ۲۰۰۴: ۲ و گیت لین، ۱۹۹۹). تلفن همراه همچنین وسیله‌ای برای تداوم نظم اجتماعی و ایجاد هویت‌های گوناگون شناخته می‌شود (کوهن و وکفورد، ۲۰۰۳). کاربرد تلفن همراه هماهنگ کردن جزئیات زندگی روزمره است زیرا با استفاده از آن فرصت هماهنگی‌های مؤثر و ظریف مانند مذاکره در مورد زمان و

رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ... ۲۶۵

مکان یک ملاقات فراهم می‌آید (لینگ و یتری، ۲۰۰۱: ۱۴۷ و لینگ، ۲۰۰۴: ۶۹). و می‌توان به گشت‌وگذار در توری که ما آن را شبکه اجتماعی می‌نامیم، پرداخت (لینگ، ۲۰۰۴: ۲).

تلفن همراه پاسخی به نیازها و آرزوهای مدرن است و یک وسیله ارتباطی الکترونیکی است که تأثیری قابل تطبیق بر شیوه زندگی ما دارد و در جهت آشنایی از راه دور و مصاحبت مبتنی بر تلفن همراه ما را به درک جدیدی از وضعیت موجود می‌رساند (لینگ، ۲۰۰۴: ۱۲۱).

به نظر می‌رسد که جامعه اطلاعاتی سیار نوع جدیدی از جامعه باشد که اجتماعی شدن و معاشرت مبتنی بر تلفن همراه را هم ممکن و هم ضروری می‌سازد تا آنجا که افرادی که از تلفن همراه استفاده نمی‌کنند (اعم از زن و مرد) به زودی خود را "عضو یک قبیله در حال نابودی" خواهند دانست (استراسولدو، ۲۰۰۵: ۴۳) و مدیریت امور متداول در زندگی روزمره را در یک جامعه اشباع‌شده از تلفن همراه، دشوار خواهند یافت و تلفن‌های همراه فرصتی را برای ترکیب روشی پر جنب‌وجوش و سیار برای زندگی، با روشی که قبلاً برای مدیریت امور در خانه به کار گرفته می‌شد، فراهم می‌کنند (کوپوما، ۲۰۰۰: ۱۵) و شکل جدیدی از اجتماعی شدن و آشنایی از راه دور را ایجاد می‌کنند. یکی از تأثیرات اساسی تلفن همراه بر روی حیات اجتماعی، آن است که در دسترس بودن به‌طور مداوم جایگزین نیاز به پیروی از برنامه‌های دقیق و از پیش تعیین‌شده می‌شود. این امر به مردم امکان می‌دهد تا بیشتر بر طبق برنامه‌ریزی‌های خودشان زندگی کنند و تأثیر دیگر تلفن همراه افزایش تعداد دوستان بالقوه برای برقراری ارتباط در هر محل خاص و لحظه بخصوص است (کوپوما، ۲۰۰۰: ۴۰).

امروزه تلفن همراه به نحو فزاینده‌ای پیشرفت کرده است تا در فعالیت‌های مدنی آتی مانند رأی دادن در انتخابات و مشارکت در آموزش همراه (m-Learning) به کار گرفته شود. بنابراین تلفن همراه را می‌توان به معنای واقعی کلمه ابزاری کاملاً فراگیر و

دربگیرنده برای انجام تمام امور خصوصی و عمومی یک فرد دانست (سلوین، ۲۰۰۵: ۴). پیشرفت فناوری‌های رسانه‌ای همراه، ابعاد کاربردی تلفن همراه را توسعه داده و احتمال استفاده‌های کاملاً جدید اجتماعی و کاربردی از این وسیله را به وجود آورده است.

باید گفت تأثیرات متعدد مثبت و منفی تلفن همراه بر حوزه‌های گوناگون اجتماعی و فرهنگی، روانی، اقتصادی، پزشکی، بهداشتی و زیبایی برکسی پوشیده نیست و بررسی این تأثیرات، توجه ویژه اندیشمندان رشته‌های گوناگون علمی را می‌طلبد. جامعه‌شناسان معتقدند که تأثیرات مثبت تلفن همراه شامل افزایش امنیت فردی، افزایش شادکامی، بهبود کیفیت زندگی، اجتماعی شدن تحرک اجتماعی، کاهش فشار زمانی، تعادل بین زندگی خانوادگی و کاری، افزایش بهره‌وری کاری و بهبود کیفیت اوقات فراغت بوده و عواملی چون افزایش بارکاری، افزایش تهدید حیات خصوصی افراد به دلیل دوربین موجود در تلفن همراه، افزایش احتمال تصادفات رانندگی و تغییر احساس تعلق از خانواده و کار از جمله تأثیرات منفی تلفن همراه می‌باشد (آمتا، ۲۰۰۷ و پوفی، ۲۰۰۸: به نقل از شاوردی: ۱۳۹۴).

بزرگسالان بخش بزرگی از کاربران فضای مجازی را تشکیل می‌دهند. مهم‌ترین کارکرد تلفن همراه برای این گروه، مفهومی است که با اقتباس از اندیشه هانس گسر می‌توان «والدینی از راه دور» نامید. آنان از طریق تلفن همراه می‌توانند نقش نظارتی و کنترلی خود بر فرزندان را حفظ کرده و در زندگی آنان نفوذ کنند و از این طریق از لحاظ اجتماعی بر فرزندان خود تأثیر بگذارند و میزان مشخصی از زندگی آنان در فضای عمومی را کنترل کنند. همچنین از طریق صحبت کردن مدام با فرزندان خود و یا ارسال و دریافت پیامک، از حضور فرزندان خود در اماکن گوناگون مطلع شده و از این طریق «دائماً با آن‌ها در تماس هستند. برخی مطالعات نیز عکس آن را نشان می‌دهد و حاکی از این است که استفاده از تلفن همراه توسط نوجوانان (و همچنین جوانان) به اقتدار والدین لطمه می‌زند و باعث تغییر روابط قدرت بین والدین و فرزندان شده

است؛ فرزندان بدون اطلاع والدین، با همسالان / دوستان خود تماس برقرار می‌کنند. گاهی اوقات والدین به دلیل عدم ارتباط با دوستان فرزندان خود، آن‌ها را نمی‌شناسند. بنابراین، کنترل والدین بر فرزندان زیر سؤال می‌رود (گامپبل: ۲۰۰۵: به نقل از شاوردی ۱۳۹۴).

ب. سبک زندگی

بورديو (۱۹۸۴) با مفهوم «منش» فرآیندی را توضیح می‌دهد که به واسطه آن، عملکردهای تغییر سبک زندگی را بازتولید می‌کند. منش، مجموعه‌ای از خلق و خویهای پایدار در افراد است که کردارهای خاصی پدید می‌آورد. افراد طبق چنین نظام‌های درونی شده‌ای عمل می‌کنند که بورديو آن را «ناخودآگاه فرهنگی» می‌نامد. از این رو، منش سازوکاری انتقالی است که به مدد آن ساختارهای ذهنی و اجتماعی در فعالیت اجتماعی روزمره تجسم می‌یابد (فاضلی، ۱۳۸۷: ۴۸).

از نظر گیدنز سبک زندگی نوعی انتخاب از میان تعداد کثیری از امکان‌های موجود است و در عمل، نه فقط از نسل گذشته تحویل گرفته نمی‌شود بلکه پذیرفته می‌شود. شیوه‌های زندگی به صورت عملکردهای روزمره درمی‌آیند. عملکردهایی که در نوع پوشش، خوراک، طرز کار و محیط‌های مطلوب برای ملاقات با دیگران تجسم می‌یابند. ولی این امور روزمره، در پرتو ماهیت متحرک هویت شخصی به طرز بازتابی در برابر تغییرات احتمالی باز و پذیرا هستند (گیدنز، ۱۳۸۵).

سازمان جهانی بهداشت^۱ (۱۹۹۸) سبک زندگی سالم را تلاش برای دستیابی به حالت رفاه کامل جسمی، روانی، و اجتماعی توصیف کرده است. سبک زندگی سالم شامل رفتارهایی است که سلامت جسمی و روانی انسان را تضمین می‌کنند. به عبارت دیگر، سبک زندگی سالم دربردارنده ابعاد جسمانی و روانی است. بعد

جسمانی شامل تغذیه، ورزش، و خواب است و بعد روانی شامل ارتباطات اجتماعی، مقابله با استرس، روش‌های یادگیری، مطالعه و معنویت است.

سیوبرگ و انگلبرگ^۱ (۲۰۰۵) پژوهشی راجع به سبک زندگی انجام داده، این مفهوم را بر مبنای سه محور و ویژگی تعریف کرده‌اند:

۱- ارزش‌هایی که فرد با ارجاع به تعداد اندکی از ملاک‌ها و معیارها نظیر آزادی، عدالت، برابری و دموکراسی بیان می‌دارد.

۲- دسته‌ای از باورها، نگرش‌ها، منافع و کنش‌ها؛ ترکیبی از مفاهیم که گمان می‌رود می‌توان از آن برای طبقه‌بندی و دسته‌بندی افراد جامعه استفاده کرد.

۳- الگوهای واقعی رفتار؛ مثلاً سبک‌های زندگی را مؤلفه‌های گوناگونی نظیر اوقات فراغت مشخص می‌کنند.

ت. سبک زندگی و شبکه‌های ارتباطی تلفن همراه

همان‌طور که مطرح شد سبک زندگی در یک‌سو ریشه در فرد و هویت فردی دارد و از دیگر سو وابسته به عوامل فرهنگی و زمینه‌های اجتماعی نظیر رسانه‌های جمعی و فضای مجازی است. رسانه‌های جمعی و الکترونیکی یکی دیگر از عوامل تعیین‌کننده در سبک زندگی به شمار می‌آیند (ریدوز و همکاران، ۲۰۰۵: به نقل از سانتروک^۲، ۲۰۱۱: ۳۹۸). بررسی بیش از ۲۲۰۰ کودک و نوجوان حاکی از این است که آنان به‌طور متوسط ۶/۵ ساعت از یک روز و حدود ۴۴/۵ ساعت در هفته را به رسانه‌ها اختصاص می‌دهند و تنها ۵/۲ ساعت از روز را با والدین و فقط ۵۰ دقیقه را به انجام تکالیف اختصاص می‌دهند و باوجود گسترش تکنولوژی‌های در دسترس حدود ۳ ساعت از یک روز را به تماشای تلویزیون اختصاص می‌دهند. آنچه که موجب تشدید

1. Sioberg & Engelberg
2. Santrock

گرایش نوجوانان و جوانان به فعالیت‌های فراغتی شده است گسترش رسانه‌های الکترونیکی و دسترسی به فضای مجازی است. به‌گونه‌ای که تافلر^۱ (۲۰۰۶) و فریدمن^۲ (۲۰۰۷) می‌گویند ما امروز به محاصره میل‌ها و بالگها درآمده‌ایم و شبکه‌های اجتماعی و انواع رسانه‌ها و ابزارهای مجازی و الکترونیکی از عوامل تأثیرگذار بر کلیات و روند زندگی ما به حساب می‌آیند.

سانتروک (۲۰۱۱) می‌گوید، استفاده نوجوانان و جوانان سراسر دنیا از اینترنت در حال افزایش است ولی تغییرات قابل‌توجهی در استفاده از اینترنت در کشورهای گوناگون دنیا و گروه‌های اجتماعی - اقتصادی وجود دارد، و به نقل از دیگر محققان اظهار می‌دارد، برآوردهای اخیر نشان می‌دهد که افراد ۸ تا ۱۸ ساله به‌طور متوسط ۸ ساعت از هر روز را به استفاده از چندرسانه‌ای‌ها اختصاص می‌دهند.

در رابطه با نقش رسانه‌های الکترونیک در زندگی کاربران، مفهوم اهلی سازی توسط سیلورستون^۳ مطرح شده است. این مفهوم تلاشی جهت فهم شیوه‌های راه یافتن تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی به زندگی روزمره است و به‌نوعی ریشه در فرآیند مصرف تکنولوژی‌های ارتباطی دارد. مفهومی که اولین بار در مطالعات بریتانیایی مورد استفاده قرار گرفت، تا چارچوبی برای فهم نحوه ورود و مصرف تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی در خانه باشد.

این مفهوم فرآیند ورود محصول به بستر خانواده و مصرف آن تحت نظر اقتصاد اخلاقی خانواده و نیز فرآیند مصرف آشکار تکنولوژی و ابراز مصرف رسانه به دنیای بیرون از خانه را توصیف می‌کند. خانواده با مصرف تکنولوژی خود را تعریف کرده و برای همسایه‌ها، همکاران و گروه‌های هم‌تا در یک اجتماع بزرگ‌تر به نمایش می‌گذارد (فرقانی و بدیعی به نقل از سیلورستون، ۱۹۹۴: ۱۲۶).

1. Toffler
2. Friedman
3. silverestone

به گفته پایا (۱۳۸۷) فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات برخلاف دیگر فناوری‌ها با سپهر معنا، چیستی در این فضای جدید، روابط متقابل و انسان و ماهیت بخشی به او در ارتباط است. احتمال پویایی گروه می‌تواند تعریف دیگری پیدا کند و ترس بیهوده‌ای که در ارتباطات چهره به چهره رخ می‌نماید می‌تواند به فرصت و حتی نقطه قوت افراد خجول و گوشه‌گیر و سخت ارتباط تبدیل شود. و از همه مهم‌تر مبادله‌های فکری می‌تواند پرشورتر و جسورانه‌تر شود و راه را برای بروز خلاقیت‌ها افزون‌تر نماید. البته نگرانی‌هایی همچون کم شدن روابط و کنش‌های اجتماعی در درون خانواده و دوستان، ایجاد گروه‌های بی‌هویت، بزهکاری‌ها و جرائم رایانه‌ای و مشکلات اخلاقی و از همه مهم‌تر کاهش گرایش‌های هم‌نوعانه و انسانی همچنان پابرجا خواهد بود.

مباحثی که به آن‌ها اشاره شد یعنی افزایش حجم دسترسی و استفاده از اینترنت، الگو و سبک استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی و تغییراتی که احتمال می‌رود شبکه‌های اجتماعی بر نگرش‌ها و احساسات و رفتارها و به‌طورکلی سبک زندگی ما بگذارد نشانگر تأثیر رسانه‌های الکترونیکی و فضای مجازی بر زندگی روزمره نوجوانان و جوانان و در پی آن سبک زندگی آن‌ها است.

مروری بر پژوهش‌های پیشین

کولاندیراج^۱ (۲۰۱۴) پژوهشی با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی انجام داده است. نمونه‌های این پژوهش شامل ۲۵۰ دانشجوی دختر و پسر بوده‌اند که با بهره‌گیری از مصاحبه به سؤالات پژوهش پاسخ داده‌اند. بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده از این پژوهش، شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی دانشجویان تأثیرات قابل‌ملاحظه‌ای داشته‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد شبکه‌های مجازی بر نوع تفریح، تغذیه، ورزش و انتخاب موسیقی دانشجویان مورد بررسی تأثیرگذار بوده است. همچنین در

1. Kulandairaj

این تأثیرات میان دانشجویان زن و مرد تفاوتی وجود نداشته است. بیشترین استفاده این دانشجویان از این شبکه‌ها، شامل پیام‌رسانی، ارسال عکس و فیلم و مواردی از این قبیل بوده است. شایان‌ذکر است که نوع استفاده از شبکه‌های مجازی نیز بر سبک زندگی کاربران اثرگذار بوده است به طوری که استفاده تفریحی از این شبکه‌ها با اثرات نامطلوب بر سبک زندگی همراه بوده است اما استفاده صرفاً ارتباطی از شبکه‌های یادشده تأثیری بر سبک زندگی دانشجویان نداشته است.

وراسمای و گاوندر^۱ (۲۰۱۳) تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی دانشجویان در آفریقای جنوبی را مورد بررسی قرار داده‌اند. در این پژوهش آمده است که شبکه‌های اجتماعی امروزه به‌عنوان یکی از ملزومات اساسی زندگی جامعه مدرن شده‌اند به طوری که به نظر می‌رسد این شبکه‌ها به‌شدت بر سبک زندگی افراد تأثیرگذارند. روش این پژوهش در زمره پژوهش‌های توصیفی-کمی بوده است. بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده از این پژوهش شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی بیش از نیمی از دانشجویان مورد مطالعه اثرات چشمگیری داشته است. فیس‌بوک به‌عنوان محبوب‌ترین شبکه اجتماعی در میان دانشجویان بر نوع لباس پوشیدن، آرایش، ورزش، تغذیه و کنترل وزن اثر دارد. استفاده بیش‌ازحد از این شبکه‌ها با شکل منفی بر ابعاد سبک زندگی همراه بوده است.

نیلندر^۲ (۲۰۱۳) پژوهشی با عنوان رسانه‌های اجتماعی برای تغییر سبک زندگی انجام داده است. در این پژوهش طی دوازده گام از نمونه‌های پژوهشی دانشجویان مصاحبه‌هایی به‌عمل‌آمده است تا به بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی در تغییر سبک زندگی بپردازد. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش رسانه‌های اجتماعی بر ابعاد گوناگون سبک زندگی از جمله تجربیات عملی کاربران، ایجاد حس قوی با گروه‌های

1. Verasmy & Gavender
2. Nylander

اجتماعی، نوع لباس پوشیدن، مصرف و سبک خرید نمونه‌های پژوهشی تأثیرگذار بوده است. به عبارت دقیق‌تر رسانه‌های اجتماعی قدرت تغییر سبک زندگی را دارا می‌باشند. سنتولا^۱ (۲۰۱۳) پژوهشی با عنوان رسانه‌های اجتماعی و سبک زندگی مبتنی بر رفتار بهداشتی انجام داده است. رفتار بهداشتی شامل مدیریت بدن، تغذیه و ورزش بوده است. بر اساس یافته‌های این پژوهش رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به‌عنوان منبعی مهم در سبک زندگی مبتنی بر رفتار بهداشتی در نظر گرفته شوند. تبلیغات ابعاد سبک زندگی، ورزش و تغذیه سالم می‌توانند به‌عنوان ابعاد و عناصری از سبک زندگی در نظر گرفته شوند که در سبک زندگی افراد می‌توانند نقش بهینه‌ای داشته باشند. این یافته‌ها تأثیر رسانه‌های اجتماعی در رژیم غذایی، ورزش، استفاده از دارو، مصرف سیگار و استفاده از فست فودها را نمایانگر می‌سازد. تبلیغات در جهت بهبود رفتارهای بهداشتی می‌تواند به افزایش رفتارهای مبتنی بر سبک زندگی از جمله کاهش مصرف سیگار، افزایش ورزش، تغذیه مناسب و کاهش مصرف دارو نقش مهمی را ایفا نماید.

همپتون و همکاران^۲ (۲۰۱۱) پژوهشی با عنوان سایت‌های شبکه‌های اجتماعی و زندگی ما انجام داده‌اند. هدف اصلی از انجام این پژوهش بررسی تأثیرگذاری سایت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ابعاد گوناگون زندگی افراد و نحوه اثرپذیری افراد از این شبکه‌ها بر اساس متغیرهای جمعیت شناختی از قبیل سن و جنس بوده است. بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده از این پژوهش بیشترین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مربوط به فیس‌بوک با ۵۲٪ و توییتر با ۳۳٪ بوده است که عمده کاربران جوان بوده و در سنین جوانی قرار داشته‌اند. همچنین بر اساس بررسی‌های به عمل آمده شبکه‌های اجتماعی یادشده بر ابعاد گوناگون زندگی و گرایش به انزوا و محدود کردن روابط و تعاملات کاربران تأثیر فراوانی داشته‌اند. بدین صورت که با افزایش استفاده از

1. Centola
2. Hampton Et Al

سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، شیوه زندگی به سمت انزوا و کاهش روابط اجتماعی سوق داده می‌شود.

آتش‌افروز^۱ (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان تبیین نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی دانشجویان دانشگاه کاشان انجام داده است. تحقیق به روش پیمایش و با استفاده از تکنیک پرسشنامه انجام گرفته است. جامعه آماری تحقیق کلیه دانشجویان کارشناسی دانشگاه کاشان می‌باشد که در سال ۱۳۹۴-۱۳۹۳ در مقطع کارشناسی مشغول به تحصیل بوده‌اند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۴۱۵ نفر انتخاب و با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی اطلاعات جمع‌آوری شده‌اند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که از میان متغیرهای زمینه‌ای؛ متغیرهای جنسیت، وضعیت تأهل و وضعیت اقتصادی رابطه معناداری با سبک زندگی و ابعاد آن دارند به طوری که زنان، متاهلین و افراد با وضعیت اقتصادی بالا، سبک زندگی مطلوب‌تری را نسبت به سایر گروه‌ها داشته‌اند.

عبدالله نژاد فراهانی^۲ (۱۳۹۳) پژوهشی با عنوان تبیین جامعه‌شناختی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی شهر تهران انجام داده است. این پژوهش بر اساس روش پیمایش انجام گرفته است. نمونه تحقیق شامل ۴۰۰ نفر از دانشجویان است که با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی به تصادف انتخاب شده‌اند. ابزار مورد استفاده در این تحقیق پرسشنامه است. این پژوهش با بهره‌گیری از نظریات اینگلهارت، گربنر، باندورا و کاتز در زمینه تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی و نظریات گیدنز، بوردیو، وبلن و زیمل در زمینه سبک زندگی استفاده شده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که بین میزان استفاده از شبکه‌های مجازی و مدگرایی، اوقات فراغت و همچنین شیوه تغذیه رابطه مستقیم وجود دارد و با افزایش استفاده از شبکه‌های مجازی نوع گذران اوقات

1. Atashafrooz

2. Abdollahnejadefarahani

فراغت و شیوه تغذیه نیز تغییر کرده است. بین زنان و مردان از لحاظ میزان استفاده از شبکه‌های مجازی تفاوت مشاهده شد که زنان بیشتر از مردان از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند، بین وضعیت تأهل و استفاده از شبکه‌های مجازی تفاوت وجود ندارد. بین سن و میزان استفاده از شبکه‌های مجازی رابطه معکوس وجود دارد. میزان استفاده از شبکه‌های مجازی میان دانشجویان مقطع کاردانی و کارشناسی ارشد بیشتر از کارشناسی بود و میزان استفاده از شبکه‌های مجازی میان گروه‌های شغلی متفاوت است افراد بیکار بیشتر از این‌گونه شبکه‌ها استفاده می‌کنند.

عبداللهی^۱ (۱۳۹۲) پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر شبکه‌های ارتباطی مجازی بر سبک زندگی جوانان دانشجوی دانشکده‌های فنی مهندسی و علوم انسانی دانشگاه آزاد واحد گرمسار انجام داده است. بابت فهم تأثیر شبکه ارتباطی مجازی بر سبک زندگی از نظریه‌های استفاده و خشنودی، کاشت، گیدنز و بورديو استفاده شده است. روش این تحقیق از نوع روش پیمایشی است و اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده است. نتایج نشان می‌دهد که رابطه معنی‌داری بین شبکه ارتباطی مجازی (اینترنت) با سبک زندگی مدرن دانشجویان گروه فنی و علوم انسانی وجود دارد. همچنین بین میزان استفاده از اینترنت در طول هفته با مؤلفه‌های سبک زندگی (سبک موسیقی و الگوی ازدواج) در دانشجویان گروه انسانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. اما بین میزان استفاده از اینترنت در طول هفته با مؤلفه سبک زندگی (روابط اجتماعی) در دانشجویان گروه انسانی رابطه معنی‌داری وجود ندارد. همچنین بین میزان استفاده از اینترنت در طول هفته با مؤلفه سبک زندگی (روابط اجتماعی) در بین دانشجویان گروه فنی رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین بین نوع سایت مورد استفاده در اینترنت با مؤلفه‌های سبک زندگی (سبک ورزش افراد، سبک تفریحات افراد) در بین دانشجویان گروه فنی و انسانی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و بین نوع سایت مورد استفاده در اینترنت با

1. Abdollahi

مؤلفه‌های سبک زندگی (سبک تغذیه، میزان مدیریت بدن) در بین دانشجویان گروه فنی و انسانی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. در مجموع می‌توان بیان کرد با توجه به یافته‌ها میزان علاقه به سبک زندگی مدرن در میان دانشجویان فنی بیشتر از گروه انسانی می‌باشد.

شاهنوشی و تاجی^۱ (۱۳۹۱) پژوهشی با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی اجتماعی جوانان شهرستان شهرکرد انجام داده است. قلمرو موضوعی این پژوهش متغیرهای زمینه‌ای، انسجام رابطه‌ای، انسجام ارزشی، تجمع اجتماعی و سبک زندگی است. جامعه آماری این طرح شامل کلیه کاربران اینترنتی سنین ۱۵-۳۵ سال حاضر در ۱۶ کافی‌نت فعال شهرستان شهرکرد در سال ۱۳۸۹ می‌شود. برای تعیین نوع سبک زندگی و ایجاد معرف‌های متغیرهای مستقل از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد 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 معنادار وجود دارد.

چارچوب نظری

همان‌گونه که از مباحث مطرح شده برمی‌آید سبک زندگی دربرگیرنده ترجیحات شخص در روش زندگی کردن و رجحان‌های افراد در انتخاب شیوه‌های زندگی است. افراد تحت تأثیر شرایط، موقعیت‌ها و محیط‌های متنوع، رفتارهای گوناگونی از خود نشان می‌دهند. به عبارت دیگر، سرشت روابط میان فردی و روابط در گروه اجتماعی و رفتار در سطح اجتماعات چنین حکم می‌کند. براین اساس عضویت افراد در شبکه‌های اجتماعی مجازی و روابط متقابل آنان در این فضا بر سبک زندگی کاربران تأثیر دارد و همچنین از طرفی رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر هویت افراد نیز تأثیر می‌گذارند. بنا

به نظر سیلورستون^۱ مفهوم اهلی سازی تلاشی جهت فهم شیوه‌های راه یافتن تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی به زندگی روزمره است و به‌نوعی ریشه در فرآیند مصرف تکنولوژی‌های ارتباطی دارد تا چارچوبی برای فهم نحوه ورود و مصرف تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی در خانه باشد. این مفهوم فرآیند ورود محصول به بستر خانواده و مصرف آن تحت نظر اقتصاد اخلاقی خانواده و نیز فرآیند مصرف آشکار تکنولوژی و ابراز مصرف رسانه به دنیای بیرون از خانه را توصیف می‌کند. خانواده با مصرف تکنولوژی خود را تعریف کرده و برای همسایه‌ها، همکاران و گروه‌های همتا در یک اجتماع بزرگ‌تر به نمایش می‌گذارد.

نظریه استفاده و رضامندی^۲ از جمله نظریه‌هایی است که می‌توان با تکیه بر آن یافته‌های پژوهش را تبیین نمود. این نظریه نیز اذعان دارد که مخاطب به نیاز خود آگاه است و میزان ابهام و مناسب دانستن موضوع به کار و زندگی فرد، تعیین‌کننده میزان تمایل فرد به رویارویی با وسایل ارتباط‌جمعی برای رفع نیازهای شناختی است. میزان تمایل فرد به وسایل ارتباط‌جمعی و موضوع آن به میزان ابهام و مناسبت داشتن آن با کار و زندگی فرد بستگی دارد.

از طرفی دیگر نظریه ساخت یابی گیدنز^۳ از جمله نظریه‌های مهم علوم ارتباطات اجتماعی است که می‌توان درباره موضوع تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی از این نظریه استفاده کرد؛ بر اساس این نظریه هر چیزی در زندگی اجتماعی، از آنچه سیستم‌های جهانی در بر می‌گیرند تا آنچه وضعیت فکری یک فرد محسوب می‌شود در یک کردار اجتماعی به وجود می‌آید. کردار به معنی اجرای ماهرانه رفتار و تعامل رفتار است. در نظریه ساخت یابی فرد و ساخت نظام اجتماعی در زمان و مکان به همدیگر ارتباط پیدا می‌کنند و قلمرو مطالعات علوم اجتماعی بررسی اعمال اجتماعی است که در پهنه زمان و مکان نظم پیدا کرده‌اند.

-
1. Silverstone
 2. Uses and Gratification theory
 3. Structuration Theory

بوردیو نیز در خصوص سبک زندگی شبکه‌ای از مفاهیم اصلی را به کار می‌گیرد که در نهایت نمی‌توان درباره تقدم و تأخر آن‌ها سخن گفت، فقط وقتی همه آن‌ها تشریح شوند می‌توان طرحی از نظریه وی را مجسم کرد. در نظر بوردیو جامعه به‌عنوان فضای اجتماعی بازنمایی می‌شود این فضای اجتماعی که جایگاه رقابتی شدید و بی‌پایان است و در جریان این رقابت‌ها تفاوت‌هایی ظهور می‌کند که ماده و چارچوب لازم برای هستی اجتماعی را فراهم می‌آورند.

روش پژوهش

در این پژوهش از روش پیمایش استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل تمام شهروندان ۱۵ تا ۲۹ سال شهر تهران است که بر اساس آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن؛ شامل ۲۶۹۵۴۲۸ نفر است. با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه برابر ۳۸۴ نفر برآورد شد و پرسشنامه پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای توزیع شد. بدین صورت که در مرحله اول به دلیل تنوع جمعیتی که از نظر شرایط اقتصادی و اجتماعی در شهر تهران وجود دارد شهر تهران به ۵ منطقه شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز تقسیم شد و بر اساس ۲۲ منطقه شهر تهران مناطق ۱، ۲، ۳ و ۴ شهرداری را منطقه شمال، مناطق ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ و ۲۰ منطقه جنوب، مناطق ۸، ۱۳، ۱۴ و ۱۵ را منطقه شرق، مناطق ۵، ۲۱ و ۲۲ منطقه غرب و مناطق ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲ منطقه مرکزی در نظر گرفته شد و توزیع نسبی حجم نمونه در هر منطقه تعیین و سپس با استفاده از نقشه هر منطقه و متناسب با سهم هر منطقه، از میان هر منطقه، به شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده دو تا سه محله انتخاب شد. در مرحله دوم برای انتخاب خوشه‌ها در مناطق از لیست محلات هر منطقه، از سایت شهرداری تهران استفاده شد و سپس انتخاب مناطق جهت پرسشگری به صورت تصادفی و بدون

جایگزینی، از جدول اعداد تصادفی^۱ از طریق سایت شهرداری^۲ صورت گرفت. در مرحله سوم برای تعیین سرخوشه‌ها مجدداً وارد سایت شهرداری و نقشه شهر تهران شده و از روی لیست محلات هر منطقه، خوشه‌ها مشخص گردید. از هر محله به تعداد خوشه‌های موردنیاز، یک نسخه نقشه و کروکی خیابان‌ها تهیه شد. سپس به صورت تصادفی سرخوشه انتخاب گردید. روش کار به این صورت است که در نقشه مورد نظر یک نقطه به طور تصادفی انتخاب می‌شود و سپس جهت حرکت به وسیله خودکار علامت‌گذاری می‌شود. جهت حرکت در همه خوشه‌ها در جهت عقربه‌های ساعت و در سمت راست اعلام می‌شود. سپس در زیر کروکی آدرس محله و مشخصات خیابان ثبت می‌شود. برای هر سرخوشه نیز یک عدد تصادفی بر اساس جدول تصادفی مشخص می‌گردد. در این تحقیق تعداد نمونه‌های انتخابی از هر خوشه بر اساس درصد جمعیت هر محله نسبت به منطقه تعیین شده و سپس به هر بلوک از آن منطقه مراجعه گردید. پرسشنامه‌ها به صورت خود ایفا^۳ تکمیل شد. پس از مراجعه پرسشگر به منزل به کلیه افراد ۱۵ تا ۲۹ سال حاضر در منزل که از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه استفاده می‌کنند. به هر نفر یک پرسشنامه تحویل داده شد. افراد حاضر در منزل اطلاعات پرسشنامه‌ها را در حضور پرسشگر تکمیل نموده و در صورت بروز سؤال یا مشکل، پرسشگر برای رفع اشکال اقدام می‌کرد.

در این پژوهش جهت جمع‌آوری اطلاعات از «پرسشنامه محقق ساخته» استفاده شده است. پرسشنامه تدوین شده دارای ۹۳ سؤال است. که روایی صوری آن توسط استادان این رشته مورد تأیید قرار گرفت. از آنجا که پرسشنامه خودساخته بر اساس رتبه‌بندی مقیاس لیکرت طراحی شده بود، برای بررسی اعتبار و همسانی درونی آن از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد؛ و به این منظور پرسشنامه تدوین شده روی یک نمونه کوچک ۳۰ نفری از جامعه مورد

1. random Number generator
2. <http://www.random.org/>
3. Self administered

نظر به صورت تصادفی و آزمایشی اجرا و سپس داده‌های به دست آمده وارد رایانه شده و با نرم‌افزار SPSS، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. نتایج حاکی از آن است که پرسشنامه با ضریبی معادل ۰/۹۴ از اعتبار مناسبی برخوردار بوده است.

یافته‌های تحقیق

از مجموع ۳۸۴ نفری که پرسشنامه پژوهش حاضر را پاسخ داده‌اند ۵۰/۸ درصد مرد و ۴۹/۲ درصد زن بوده‌اند. از نظر توزیع سنی بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۱۵ تا ۲۰ سال و کمترین فراوانی مربوط به گروه سنی زیر ۲۶ تا ۲۹ سال است. میانگین سن نمونه مورد بررسی ۲۰ سال بوده و پایین‌ترین سن ۱۵ سال و بالاترین ۲۹ سال بوده است.

همچنین از نظر تحصیلات نیز ۲۰/۱ درصد با تحصیلات زیر دیپلم، ۲۸/۹ درصد با تحصیلات دیپلم، ۱۳ درصد با تحصیلات فوق‌دیپلم، ۲۷/۶ درصد با تحصیلات لیسانس، ۷ درصد با تحصیلات فوق‌لیسانس و ۳/۴ درصد نیز با تحصیلات دکترا بوده‌اند. از نظر وضعیت اشتغال ۵۰ درصد پاسخگویان مشغول به تحصیل اعم از دانشجو و محصل بوده و ۳۵/۴ درصد شاغل اعم از بخش دولتی، خصوصی و آزاد، ۵/۵ درصد خانه‌دار و ۹/۱ درصد نیز بیکار بوده‌اند.

با توجه به اطلاعات به دست آمده مشخص شد که ۹۸/۴ درصد از جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله همراه هوشمند داشته و ۹۹ درصد آنان از طریق تلفن همراه به اینترنت و شبکه‌های ارتباطی متصل می‌شوند و همچنین ۹۷/۴ درصد آنان در شبکه‌های ارتباطی تلفن همراه عضویت داشته و اکثریت آن‌ها (۴۸/۴ درصد) روزانه حداقل ۱ تا ۵ ساعت از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند. همچنین دو شبکه ارتباطی تلگرام و اینستاگرام بیش از سایر شبکه‌ها مورد توجه جوانان پاسخگو بوده است.

به منظور بررسی فرضیه‌های تحقیق با توجه به سطح اندازه‌گیری اسمی برای متغیر میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و سطح اندازه‌گیری رتبه‌ای برای بیشتر متغیرهای مستقل از آزمون ضریب همبستگی کرامر استفاده شده است.

جدول ۱- درصد و توزیع فراوانی و درصدی تغییر در مؤلفه‌های سبک زندگی به‌واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه

گویه‌ها	ن	تعداد	جمع
تغییر در شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح	۹۴	۷۸	۳۸۴
کاربران به‌واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه	درصد	۱۹/۸	۱۰۰/۰
تغییر در سبک خرید کاربران به‌واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه	۱۲۹	۱۲۳	۳۸۴
درصد	۳۳/۶	۳۲/۰	۱۰۰/۰
تغییر در سلیقه و نوع پوشش کاربران به‌واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه	۱۸۴	۹۷	۳۸۴
درصد	۴۷/۹	۲۵/۳	۱۰۰/۰
تغییر در خودآرایی کاربران به‌واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه	۱۴۸	۱۱۴	۳۸۴
درصد	۳۸/۵	۲۹/۷	۱۰۰/۰
تغییر در انتخاب دکوراسیون و اثاثیه منزل کاربران به‌واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه	۱۱۳	۸۸	۳۸۴
درصد	۲۹/۴	۲۲/۹	۱۰۰/۰
تغییر در شیوه تغذیه کاربران به‌واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه	۱۴۰	۹۶	۳۸۴
درصد	۳۶/۵	۲۵/۰	۱۰۰/۰
تغییر در تعاملات و ارتباطات رو در روی کاربران به‌واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه	۱۵۸	۸۴	۳۸۴
درصد	۴۱/۱	۲۱/۹	۱۰۰/۰

رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ... ۲۸۱

شایان ذکر است که در جدول ۱ کم و خیلی کم‌وزیاد و خیلی زیاد در هم ادغام شده‌اند.

فرضیه ۱: بین تغییر سلیقه در نوع پوشش کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۲- بررسی رابطه بین میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و

تغییر سلیقه در نوع پوشش کاربران

متغیرها	نوع همبستگی	میزان همبستگی	جهت همبستگی	سطح معنی‌داری
میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و تغییر سلیقه در نوع پوشش کاربران	کرامر	۰/۱۴۹	مثبت	۰/۰۱۶

با توجه به جدول ۲ سطح معناداری برابر با ۰/۰۱۶ محاسبه شده و این میزان نشان می‌دهد که بین تغییر سلیقه در نوع پوشش کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد. به طوری که کاربرانی که میزان ساعات بیشتری از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه استفاده می‌کردند اظهار داشته‌اند که سلیقه آنان در نوع پوشش بیشتر تغییر کرده است.

فرضیه ۲: بین تغییر در شیوه تغذیه کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۳- بررسی رابطه بین میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و تغییر در شیوه تغذیه کاربران

متغیرها	نوع همبستگی	میزان همبستگی	جهت همبستگی	سطح معنی داری
میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و تغییر در شیوه تغذیه کاربران	کرامر	۰/۱۶۶	مثبت	۰/۰۰۱

با توجه به جدول ۳ سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۱ محاسبه شده و این میزان نشان می‌دهد که بین تغییر در شیوه تغذیه کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد. به طوری که کاربرانی که میزان ساعات بیشتری از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه استفاده می‌کردند اظهار داشته‌اند که در شیوه خوراک و تغذیه آنان تغییر بیشتری ایجاد شده است.

فرضیه ۳: بین تغییر در خودآرایی کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۴- بررسی رابطه بین میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و

تغییر در خودآرایی کاربران

متغیرها	نوع همبستگی	میزان همبستگی	جهت همبستگی	سطح معنی داری
میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و تغییر در خودآرایی کاربران	کرامر	۰/۱۵۶	مثبت	۰/۰۰۶

رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ... ۲۸۳

با توجه به جدول ۴ سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۶ محاسبه شده و این میزان نشان می‌دهد که بین تغییر در خودآرایی کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد. به طوری که کاربرانی که میزان ساعات بیشتری از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه استفاده می‌کردند اظهار داشته‌اند که در شیوه خودآرایی آنان تغییر بیشتری ایجاد شده است.

فرضیه ۴: بین تغییر در انتخاب دکوراسیون و اثاثیه منزل کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۵- بررسی رابطه بین میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و

تغییر در انتخاب دکوراسیون و اثاثیه منزل کاربران

متغیرها	نوع همبستگی	میزان همبستگی	جهت همبستگی	سطح معنی‌داری
میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و تغییر در انتخاب دکوراسیون و اثاثیه منزل کاربران	کرامر	۰/۱۷۶	مثبت	۰/۰۰۰

با توجه به جدول ۵ سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۰ محاسبه شده و این میزان نشان می‌دهد که بین تغییر در انتخاب دکوراسیون و اثاثیه منزل کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد. به طوری که کاربرانی که میزان ساعات بیشتری از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه استفاده می‌کردند اظهار داشته‌اند که در شیوه انتخاب دکوراسیون و اثاثیه منزل آنان تغییر بیشتری ایجاد شده است.

فرضیه ۵: بین تغییر در سبک خرید کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۶- بررسی رابطه بین میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و تغییر در سبک خرید کاربران

متغیرها	نوع همبستگی	میزان همبستگی	جهت همبستگی	سطح معنی داری
میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و تغییر در سبک خرید کاربران	کرامر	۰/۱۸۱	مثبت	۰/۰۰۰

با توجه به جدول ۶ سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۰ محاسبه شده و این میزان نشان می‌دهد که بین تغییر در سبک خرید کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد. به طوری که کاربرانی که میزان ساعات بیشتری از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه استفاده می‌کردند اظهار داشته‌اند که در سبک خرید آنان تغییر بیشتری ایجاد شده است و به جای خرید از پاساژها و مراکز خرید از کانال‌های شبکه‌های اجتماعی که مخصوص خرید اینترنتی هستند خرید غیرحضوری داشته‌اند.

فرضیه ۶: بین تغییر در شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد.

رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ... ۲۸۵

جدول ۷- بررسی رابطه بین میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و تغییر در شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح کاربران

متغیرها	نوع همبستگی	میزان همبستگی	جهت همبستگی	سطح معنی داری
میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و تغییر در شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح کاربران	کرامر	۰/۱۸۷	مثبت	۰/۰۰۰

با توجه به جدول ۷ سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۰ محاسبه شده و این میزان نشان می‌دهد که بین تغییر در شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد. به طوری که کاربرانی که میزان ساعات بیشتری از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه استفاده می‌کردند اظهار داشته‌اند که در شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح آنان تغییر بیشتری ایجاد شده است و این شبکه‌ها را فضای مناسبی برای گذراندن اوقات فراغت خود می‌دانند و بیشتر وقت خود را در شبکه‌های اجتماعی می‌گذرانند.

فرضیه ۷: بین تغییر در تعاملات و ارتباطات رو در رو کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۸- بررسی رابطه بین میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و تغییر در تعاملات و ارتباطات رو در رو کاربران

متغیرها	نوع همبستگی	میزان همبستگی	جهت همبستگی	سطح معنی داری
میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و تغییر در تعاملات و ارتباطات رو در رو کاربران	کرامر	۰/۱۴۹	مثبت	۰/۰۱۶

با توجه به جدول ۸ سطح معناداری برابر با ۰/۰۱۶ محاسبه شده و این میزان نشان می‌دهد که بین تغییر در تعاملات و ارتباطات رو در روی کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد، به طوری که کاربرانی که میزان ساعات بیشتری از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه استفاده می‌کردند اظهار داشته‌اند که در تعاملات و ارتباطات رو در روی آنان کمتر شده است.

نتیجه‌گیری

هدف این مقاله بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و تغییر سبک زندگی جوانان ۱۵ تا ۲۹ است. به عبارت دیگر، هدف اصلی این تحقیق بررسی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه مانند تلگرام، اینستاگرام و... و پیامدها و کارکردهای آن در زندگی روزمره سبک زندگی جوانان و تأثیرات آن بر کنش‌های روزمره، و نیز روابط اجتماعی‌شان است و از نظریه اهلی سازی سیلورستون^۱، نظریه استفاده و رضامندی^۲، نظریه ساخت یابی گیدنز^۳ و همچنین نظریه "فضای اجتماعی"^۴ بوردیو برای تبیین مسئله استفاده شده است که نتایج حاصل از پژوهش به شرح زیر است:

۹۸/۴ درصد از جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال تلفن همراه هوشمند داشته‌اند و ۹۷/۴ درصد آنان عضو شبکه‌های ارتباطی تلفن همراه هستند و اکثریشان (۴۸/۴ درصد) روزانه حداقل ۱ تا ۵ ساعت از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند. همچنین دو شبکه ارتباطی تلگرام و اینستاگرام بیش از سایر شبکه‌ها مورد توجه آنان است.

بررسی‌ها حاکی از آن است که بین مؤلفه‌های سبک زندگی همچون تغییر سلیقه در نوع پوشش، تغییر در شیوه تغذیه، تغییر در خودآرایی، تغییر در انتخاب دکوراسیون

-
1. silvereston
 2. Uses and Gratification theory
 3. Structuration Theory
 4. bourdio

و اثاثیه منزل، تغییر در سبک خرید، تغییر در شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح و تغییر در تعاملات و ارتباطات رو در روی کاربران و میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه وجود دارد به طوری که با افزایش ساعات استفاده از این شبکه‌ها تغییر در هر یک از مؤلفه‌های سبک زندگی نیز بیشتر می‌شود. این نتایج با یافته‌های سایر پژوهش‌های انجام شده همچون پژوهش کولاندیراج^۱ (۲۰۱۴) با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی، پژوهش وراسمای و گاوندر^۲ (۲۰۱۳) با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی دانشجویان در آفریقای جنوبی، پژوهش نیلندر^۳ (۲۰۱۳) با عنوان رسانه‌های اجتماعی برای تغییر سبک زندگی، پژوهش سنتولا^۴ (۲۰۱۳) با عنوان رسانه‌های اجتماعی و سبک زندگی و پژوهش همپتون و همکاران^۵ (۲۰۱۱) با عنوان سایت‌های شبکه‌های اجتماعی و زندگی ما، همخوانی و هماهنگی دارد.

همچنین نتایج نشان داد که کاربران زن بیشتر از مردان در سبک زندگی‌شان به واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه تغییر ایجاد شده است و جوانان با تحصیلات بالاتر بیشتر سبک زندگی‌شان تغییر کرده است. همچنین کاربران با سن کمتر بیشتر سبک زندگی‌شان دستخوش تغییر شده است. نتایج نشان داد که کاربران خانه‌دار و بدون شغل بیشتر سبک زندگی‌شان به واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه تغییر داشته است. بنابراین بین جنسیت، تحصیلات، سن، وضعیت اشتغال و تغییر سبک زندگی کاربران ۱۵ تا ۲۹ سال شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه معناداری وجود دارد این یافته‌ها با نتایجی که همپتون و همکاران (۲۰۱۱) در "سایت‌های شبکه‌های اجتماعی و زندگی ما"، آتشافروز^۶ (۱۳۹۴) در "تبیین نقش شبکه‌های

-
1. kolandriaj
 2. Verasmy & Gavender
 3. Nylander
 4. Centola
 5. Hampton & Others
 6. Atashafrooz

اجتماعی مجازی بر سبک زندگی"، عبدالله نژاد فراهانی^۱ (۱۳۹۳) در "تبیین جامعه‌شناختی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی شهر تهران"، عبداللهی^۲ (۱۳۹۲) در "بررسی تأثیر شبکه‌های ارتباطی مجازی بر سبک زندگی جوانان دانشجویان دانشکده‌های فنی مهندسی و علوم انسانی دانشگاه آزاد واحد گرمسار"، شاهنوشی و تاجی^۳ (۱۳۹۱) در "تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی اجتماعی جوانان شهرستان شهرکرد" و خرم‌جاه^۴ (۱۳۸۷) در "بررسی ارتباط بین رسانه و سبک زندگی مطالعه موردی شهر تهران" گرفته‌اند، هم‌خوانی دارد.

به‌طورکلی استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه باعث تغییر در سبک زندگی جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال شده است و به‌طور جزئی استفاده از این شبکه‌ها موجب تغییر در سبک پوشش و خودآرایی جوانان شده است. جوانان به‌جای خرید از پاساژها و مراکز خرید ترجیح می‌دهند از کانال‌های شبکه‌های اجتماعی که مخصوص خرید اینترنتی هستند خرید غیرحضوری داشته باشند. استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه تا حدودی موجب کاهش تعاملات و ارتباطات رو در روی کاربران نیز شده است. به نظر می‌رسد آموزش سواد رسانه‌ای و آگاهی دهی به جوانان و اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی و نظارت کارشناسانه بر شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به‌عنوان پیشنهادهای اساسی برای سیاست‌گذاران حوزه مجازی باشد تا بتوان با استفاده از امکانات و فرصت‌های ایجادشده در شبکه‌های اجتماعی، شرایط تقویت و گسترش سبک زندگی سالم و بدون تنش را برای جوانان مهیا کرد و از تهدیدهای آن نیز با فرهنگ‌سازی در امان ماند و تهدیدها را تبدیل به فرصت کرد.

-
1. Abdollahnejad farahani
 2. Abdollahi
 3. Shahnooshi & Taji
 4. Khorram jah

منابع

- آسایرگر، آ. (۱۳۷۹)، *روش‌های تحلیل رسانه‌ها*، مترجم: حسین پرویز اجلالی، مؤسسه تحقیقات و پژوهش رسانه ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید، تهران: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- افراسیابی، محمدصادق. (۱۳۹۰)، شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی: مطالعه موردی جامعه مجازی ایرانیان (کلوب). *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه امام صادق (ع).
- آتش افروز، سمیرا. (۱۳۹۴)، تبیین نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی دانشجویان دانشگاه کاشان. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد* دانشکده علوم انسانی دانشگاه کاشان.
- *تلکام نیوز*، (۱۳۹۴، ۷ اردیبهشت)، www.telecomnews.ir
- خرم جاه، مریم. (۱۳۸۷)، بررسی ارتباط بین رسانه و سبک زندگی مطالعه موردی شهر تهران. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد* دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی دانشگاه الزهراء.
- سوربن، ورنر، تانکار، جیمز (۱۳۸۴)، *نظریه‌های ارتباط جمعی*، ترجمه: علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم.
- عبدالله نژاد فراهانی، احمدرضا. (۱۳۹۳)، تبیین جامعه‌شناختی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی شهر تهران. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد* دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- عبداللهی، طاهره. (۱۳۹۲)، بررسی تأثیر شبکه‌های ارتباطی مجازی بر سبک زندگی جوانان دانشجویان دانشکده‌های فنی مهندسی و علوم انسانی دانشگاه آزاد واحد گرمسار. پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار.

- فاضلی، محمد. (۱۳۸۷)، *مصرف و سبک زندگی*. قم: صبح صادق، چاپ دوم.
- فقیه آرام، بتول؛ ابراهیمی، زهرا؛ ضرغامی، محسن. (۱۳۹۴)، *آسیب‌های روانی - اجتماعی موجود در زمینه پدیده‌های نوظهور در ارتباط با تکنولوژی اینترنت و تلفن همراه در میان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامشهر و ارائه راهکارهای مناسب*. طرح پژوهشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر.
- فرقانی، محمدمهدی، بدیعی، بهاره. (۱۳۹۵)، *فرایند اهلی سازی تکنولوژی رسانه‌ای، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات رسانه‌های نوین*، شماره چهارم، تهران: دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی
- گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۵)، *تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه: ناصر موفقیان، تهران: نشرنی، چاپ سوم.
- شاهنوشی، مجتبی؛ تاجی، محمدرضا. (۱۳۹۱)، *تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی اجتماعی جوانان شهرستان شهرکرد. مطالعات ملی*. ۳ (۵۱).
- شاوردی، ته‌مینه؛ محمدی مزینانی، آتوسا؛ بیانی، پروانه. (۱۳۹۴)، *سبک زندگی و تلفن همراه هوشمند*، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- مزرعی جوشری، سحر. (۱۳۸۸)، *بررسی جامعه‌شناختی تقابل بین فرهنگ و فناوری نوین ارتباط (تلفن همراه و اینترنت)*، *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۲۴.
- Billieux, J., Van der Linden, M., D'Acremont, M., Ceschi, G., & Zermatten, A. (2007). *Does impulsivity relate to the perceived dependence on actual use of the mobile phone?*, *Applied Cognitive Psychology*, 21, 527-537.
- Cachia, Romina. (2008). *Social Computing: Study on the Use and Impact of Online Social Networking*. IPTS Exploratory Research on the Socio.

- Doha, M. (2001). "Contextual Factors Contributing to Ethnic Identity Development of Second-Generation Iranian American Adolescents", *Journal of Adolescent Research*, Vol. 26, No. 5, pp. 543-569.
- Centola, Damon. (2013). *Social Media And The Science Of Health Behavior*. available at: [Http://Circ.Ahajournals.Org](http://Circ.Ahajournals.Org).
- Crystal, D. (2008). *Txtng: The Gr8 Db8*. 1ed, Oxford: Oxford University Press
- Freeman, Linton. (2006). *The Development of Social Network Analysis Vancouver*: Empirical Press
- Hampton, Keith N., Goulet, Lauren Sessions., Rainie, Lee & Purcell, Project Kristen. (2011). *Social networking sites and our lives. Pew Research Center's Internet & American Life Project*. available at: <http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/pdf>.
- Kopomaa, T. (2002). *Mobile phone, Place-centred communication and Neo-community Taylor and Francis Ltd*.
- Kulandairaj, Jesu. (2014). Impact Of Social Media On The Lifestyle Of Youth. *International Journal Of Technical Research And Applications*. 22-28.
- Ling, R., & Helmersen, P. (2000). *It must be necessary, it has to cover a need: The adoption of mobile telephony among pre-adolescents and adolescents*. paper presented at the social Consequences of Mobile Telephony, Oslo, Norway
- Aslama, M. and Mervi, P. (2007). "Flagging Finnishness: Reproducing National Identity in Reality Television", *Television New Media*, Vol. 8, No. 1, pp. 49-67.
- Hilberman, J. (2009). Young People Are Social Networking In Drove. Available At: [Http://www.Iipdigital.Usembassy.Gov/St](http://www.Iipdigital.Usembassy.Gov/St).

- Kamibeppu, K., & Sugiura, H. (2005). *Impact of the mobile phone on junior high school students' friends hips in the Tokyo metropolitan area*. *Cyber psychology & Behavior*, 8(2), 121–130
- Nylander, Stina. (2013). *Social Media For Lifestyle Change – Social With Whom, And Why?*. Available At:
[Http://Www.Mobilelifecentre.Org/Sites/Default/Files/Nylandersocialmediaforchange.Pdf](http://www.mobilelifecentre.org/sites/default/files/nylandersocialmediaforchange.pdf).
- Santrock, John w., (2011). *Lifespan Development: SocioEmotional Development In Adolescence*, Press: Mc Graw- Hill EducationLeslie,
- G. R., Larson, R. F., & Gorman, B.L (1994). *Introductory Sociolgy*, Oxford: Oxford Un. Press.
- Taherkhani, M. (2004). *Geographical distribution of cultural staff and their role in migration of rural youth*, case study: Qazvin Province, *Geographical Research*, No. 46. [In Persian]