

بررسی استفاده شبکه های اجتماعی و تاثیر آن بر سبک زندگی جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال شهرستان اندیمشک

پروین قلی کیانی^۱

چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی شبکه های اجتماعی و تاثیر آن بر سبک زندگی (مورد مطالعه: جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال شهرستان بوده است. روش تحقیق این پژوهش پیمایشی و شیوه گردآوری داده ها، استفاده از پرسش نامه بوده است. با استفاده از فرمول برآورد نمونه (لین)، برای جامعه آماری این پژوهش، با سطح خطای ۵ درصد و سطح اطمینان ۹۵ درصد، حجم نمونه ۳۸۴ نفر محاسبه شد، که جهت اطمینان بیشتر نتایج تحقیق، حجم نمونه به ۴۰۰ نفر افزایش یافت. نمونه گیری به شیوه تصادفی چند مرحله ای بوده است. نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی و سبک زندگی حاکی از آن است که پایگاه اقتصادی - اجتماعی بر سبک زندگی جوانان شهرستان اندیمشک اثر گذار است. همچنین نتایج ضریب همبستگی پیرسون بین متغیر مستقل (شبکه های اجتماعی) و متغیرهای وابسته (عزت نفس، هویت اجتماعی، مدگرایی و تقید گرایی) نشان می دهد که رابطه مستقیم و معنی داری بین این متغیرها وجود دارد.

واژگان کلیدی: شبکه های اجتماعی، عزت نفس، هویت اجتماعی، مدگرایی، تقید گرایی؛

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه و بیان مسئله

در ابتدا رادیو به عنوان اولین رسانه الکترونیکی به صورت صوتی و به مرور زمان تلویزیون های محلی به صورت صوتی و تصویری توانستند برای گستره وسیعی از مردم به انتقال پیام بپردازند به طوری که امروزه تلویزیون یکی از قدرتمند ترین ابزار ارتباطات جمعی به شمار می آید با این وجود منافع کشورها ایجاب می کند که با ارسال پیام برای مردمان دیگر کشورها آن ها را به نوعی با فرهنگ خود آشنا و عجین کنند به همین جهت ارسال اولین ماهواره های فرا مرزی در دستور کار دولت ها قرار گرفت و امروزه با اختراع انواع ماهواره های تلویزیونی میلیاردها نفر از مردم جهان در خانه های خود می توانند تصاویر ارسالی را از کشورهایی که میلیون ها کیلومتر با آن ها فاصله دارند دریافت کنند. بنابراین با توجه به روند رو به رشد فن آوری های تکنولوژی عصر جدید می توان به یقین بیان نمود که جوامع بشری با استفاده از ابزار های کنونی به راحتی هرچه تمام تر با یکدیگر در ارتباط و تعامل هستند و همین امر باعث شده تا سبک ها و روش های جدیدی در سطح دنیا در حال گسترش و انتقال می باشند. شبکه های اجتماعی یکی از مهم ترین نوآوری هایی است که بعضی از نظریه پردازان برای تأکید بر اهمیت آن، تأثیرات این بزرگراه عظیم اطلاعاتی را مشابه با تأثیرات اختراع چاپ بر زندگی انسان ها ذکر کرده اند (محسنی، ۱۳۸۰، ۲۰). شبکه های اجتماعی منتقل کننده میلیون ها پیام هستند. پیام هایی که بر ارزش ها، نگرش ها و هویت فرهنگی کاربران آن در سطح خرد و بر نظام فرهنگی سیاسی در سطح کلان تأثیر می گذارد. این شبکه ها از جنبه های گوناگون علمی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی قابل بررسی هستند. از بعد فرهنگی این شبکه ها با تأکید بر مطالعه ارزش های سیاسی به عنوان بخشی از فرهنگ سیاسی و به ویژه با شیوه های علمی اولین گام در جهت مدیریت تغییرات فرهنگی و سیاسی و جلوگیری از تغییرات ناموزون در نظام اجتماعی می باشد. به نظر جانسون فن آوری یکی از عوامل تغییر اجتماعی است که از طریق ارتباط با اجزا مختلف در درون نظام اجتماعی جوامع مختلف بویژه از طریق خرده نظام فرهنگی، موجب تغییراتی در نظام شخصیتی افراد در سطح فردی و نظام سیاسی در سطح کلان می شود (کوهن، ۱۳۸۰، ۱۸۳). یکی از عواملی که باعث تحول در فرایند سبک زندگی می گردد شبکه های اجتماعی می باشد. شبکه های اجتماعی منجر به دگرگونی در عرصه زندگی نمادین بشر شده است و از این طریق منشا تحولات عمده ای در دانسته های بشری گردیده است. از جمله تغییرات ایجاد شده توسط شبکه های اجتماعی می توان به نکته اشاره نمود که؛ مفاهیم بنیادی، دانش ارتباط جمعی و علوم اجتماعی را دچار تغییر و تحولات اساسی کرد، مفاهیمی همچون هویت شخصی، تفکر انتقادی، سازگاری اجتماعی و بسیاری از مفاهیم دیگر که انسان ها با آن ها زندگی اجتماعی خود را می سازند. شبکه های اجتماعی این مفاهیم را از حالت بسته و چارچوب بندی شده ی سنتی خارج ساخته و انسان را به دنیای متکثر و متنوع روبه رو کرده است. از سوی دیگر تنوع و تکثر در شکل گیری گسترده و همه گیر خود، بر ابعاد مختلف زندگی اجتماعی بشر حاکم

شد و به صورت پارادایم غالب عصر الکترونیک درآمد (کوپایی و بشارتی فرد، ۱۳۹۶، ۲). امروزه شبکه های اجتماعی جایگاه بسیار مهمی در بین افراد و جوامع پیدا کرده اند. هر رسانه ای بنا به اقتضائات خاص خودش می تواند تاثیراتی بر افراد به جای بگذارد. برخی از پژوهشگران شبکه های اجتماعی را عاملی مهم در تحولات و تغییرات اجتماعی عصر کنونی می دانند که کاربران با حضور در این شبکه ها صورتی جدید از تعاملات اجتماعی را به وجود می آورند. قدرت شبکه های اجتماعی را در شرایط کنونی دنیای امروز می توان به یک انفجار ارتباطی تشبیه کرد که باعث شده ارتباط وسیعی را میان افراد و شهروندان ایجاد کند که در دنیای واقعی، با این وسعت امکان پذیر نبود (افراسیابی، ۱۳۹۲، ۱۰). تأثیر شبکه های اجتماعی، باعث شکل گیری مفاهیمی همچون صمیمیت و اعتماد در فضای سایبر شده است. از طرفی برخی از اطلاعات ارائه شده توسط کاربران می تواند منجر به کاهش پایداری به مباحث اخلاقی باشد. که این امور نیز بر دوام و استحکام روابط جوانان می تواند اثرگذار باشد (افراسیابی، ۱۳۹۰، ۴۳). دانشمندان مفهوم شبکه های اجتماعی را به عنوان استعاره ای برای توصیف مجموعه ای از روابط میان افراد به کار می برند. در این دیدگاه، مهم ترین مسئله روابط موجود در اجتماع است و واحد تشکیل دهنده ساخت جامعه با حداقل نوعی نظام رابطه ای در کوچکترین مقیاس آن فرض می شود. از منظر این دیدگاه، جامعه چیزی فراتر از افراد و روابط اجتماعی آن ها نیست (چلبی، ۱۳۸۵، ۲۵). امروزه با گسترش کاربردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در زندگی روزمره شاهد شکل گیری نسل جدیدی از ابزارهای اینترنتی هستیم که امکانات بیشتری را برای روابط متقابل، مذاکره، گفت گو و به طور کلی ارتباط دوسویه فراهم آورده اند. شبکه های اجتماعی به عنوان مهم ترین مصادیق این امر به محلی برای حضور اقشار مختلف جامعه بویژه جوانان و امکان تبادل آرا و افکار ایشان و تأمین نیازهای متناسب با زندگی اجتماعی جوانان تبدیل شده اند. شبکه های اجتماعی علاوه بر این که مرجع تأمین بسیاری از نیازهای فرهنگی و اجتماعی خود هستند، این امکان را برای اعضا فراهم می کنند که همزمان با انجام سایر فعالیت های اجتماعی از طریق رایانه یا تلفن همراه، فعالیت خود را در این جوامع مجازی نیز پیگیری کنند. براساس تعریف هلن صدیق بنای " شبکه های اجتماعی واژه ای است که برای نامیدن گروهی از افراد که در میان خود دارای ارتباطات وسیع و گسترده هستند و یک حلقه منسجم ارتباطی را تشکیل می دهند به کار می رود. وی معتقد است این واژه امروزه بیشتر برای نامیدن سایت های اینترنتی به کار می رود که افراد با عضویت در آن ها امکان دست یابی به اطلاعات سایر اعضا، آشنایی با علایق آن ها، به اشتراک گذاری تولیدات متنی، صوتی و تصویری و نیز تشکیل گروه هایی بر اساس علایق مشترک با برخی از دیگر اعضا را پیدا می کنند (ربانی و شیری، ۱۳۸۸، ۲۱۰). بنابراین جذابیت شبکه های اجتماعی اینترنتی از یک سو و سهولت فعالیت در این دسته از جوامع از سوی دیگر سبب می شود تا رابطه میان عضویت و حضور در شبکه های اجتماعی و تغییرات مربوط به سبک زندگی جوانان به عنوان یک پرسش جدی برای پژوهشگران مطرح شود.

مفهوم سبک زندگی که امروزه به یکی از مفاهیم بنیادی در تحلیلی های اجتماعی تبدیل شده است یکی از حوزه های جدید و مهم مطالعاتی محسوب می شود که در سال های اخیر توجه عده قابل ملاحظه ای از محققان اجتماعی را به خود جلب کرده است. بر اساس تعریف لسلی^۱ و دیگران رفتارهای که با قشربندی حیثیتی و اعتباری مرتبط است، سبک زندگی نامیده می شوند. سبک زندگی فقط آن چه فرد دارد نیست؛ بلکه چگونگی نمایش آن ها توسط فرد است. سبک زندگی هم الگوی مصرف را شامل می شود و هم قدرتی که از این ناحیه شامل می شود. سلیقه، آداب معاشرت و مد نشانه های داشتن جایگاهی در نردبان اجتماعی و نمادهای مرتبط با سبک زندگی هستند(لسلی و همکاران، ۱۹۹۴، ۳۶۸). همچنین بر اساس تعریف چنی^۲ سبک زندگی رابطه مستقیمی با هویت افراد دارد به نظر وی سبک زندگی زبان هویت اجتماعی در فرهنگ فرد است؛ روشی نمایشی که فقط خودش را مشخص می کند(چنی، ۱۹۹۴، ۱۹۱). در نهایت اسابرگر در تعریف سبک زندگی بیشتر به موضوع مد توجه کرده و می گوید: سبک زندگی فراگردی است که از سلیقه فرد در زمینه آرایش مو و لباس تا سرگرمی و تفریح و ادبیات و موضوعات مربوط را شامل می شود. کلمه سبک، مد را تداعی می کند. پس سبک زندگی در واقع مد یا حالت زندگی یک فرد است. سبک زندگی معمولا با طبقه اجتماعی-اقتصادی پیوند دارد و در تصویری که از فرد ساخته می شود، بازتاب می یابد.(اسابرگر، ۱۳۷۹، ۱۴۱). براساس تعاریف گفته شده، مفهوم سبک زندگی ناظر به شیوه زندگی افراد بوده و در ارتباط با موضوع شبکه های اجتماعی حائز اهمیت است. سبک زندگی فرد بازتابی از ارزش های فرد و هنجارهایی است که به این ارزش ها مربوط شود. مدت ها رسانه های مختلف جهان از قبل با درک این مهم و کشف و پیش بینی سلیقه های گوناگون افراد الگوهای رفتاری متناسب با آن را در قالب فیلم، مدلباس، رنگ سال، بازی رایانه نرم ای، افزار و رفتارهای خاص، تولید و به جامعه مخاطبان خود ارایه می کنند. امروزه اصطلاح سبک زندگی پیوند تنگاتنگ با مجموعه ای از مفاهیم مانند فرهنگ، جامعه، رفتار، اخلاق، ایدئولوژی، شخصیت، هویت، تولید، مصرف، طبقه اجتماعی، سلیقه و نیاز دارد و حاصل این رویکرد نیز خواسته یا ناخواسته تلاشی گسترده برای معرفی، ترویج و تثبیت سبک خاصی از زندگی است که خاستگاه آن، غرب است(فاضل قانع، ۱۳۹۱، ۱۰).

با توجه به نظرات فوق الذکر ما نیز در این تحقیق قصد داریم که رابطه بین تأثیر شبکه های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان را بررسی نماییم.

ضرورت و اهمیت تحقیق

۱. Leslie

۲. cheney

ساخت و بازسازی سبک جدیدی از زندگی در میان اعضای شبکه های اجتماعی موضوعی است که ذکاوی نیز به آن توجه کرده و معتقد است: ارتباطات مجازی می توانند زمینه شکل گیری عادت واره های جدیدی را فراهم سازند که خود به کنش و انتخاب های متفاوتی منتهی می شود. ظهور عادت واره های جدید، عادت واره های قبلی را به چالش می کشاند و در نتیجه در آن ها جابه جایی هایی صورت می گرد. بدین ترتیب اگرچه اساس فرایند بازآفرینی باقی می ماند، با این حال شیوه های متنوعی، مبنای تعریف میدان و امکان عمل فرد را فراهم می سازد (ذکاوی، ۱۳۸۶، ۲۸۱). آن چه ضرورت توجه به رابطه میان عضویت و حضور شبکه های اجتماعی و سبک زندگی جوانان را بیشتر می کند، علاقه ای است که قشر جوان به دلیل جذابیت ساختار این جوامع و ارضای نیازهای اجتماعی اش به عضویت در شبکه های اجتماعی دارد. نجفی سولاری در ارتباط با این موضوع معتقد است: شبکه های اجتماعی با ارضای همزمان نیازهای عقلی، منطقی و عاطفی جوانان، گروه های سنی مذکور را به سمت خود جذب کرده و مؤسسات مجازی از این فرصت برای انتقال مفاهیم فرهنگی سیاسی و اجتماعی مد نظر خود در قالب نرم و پنهان، نهایت استفاده را می برند (نجفی سولاری، ۱۳۸۹، ۳۶). در دنیای امروز با گسترش فرهنگ عضویت در شبکه های اجتماعی به ویژه در میان جوانان، زندگی به سبک شبکه های اجتماعی اینترنتی، به سرعت در حال گسترش است. این وضعیت در اثر افزایش روز افزون کاربران اینترنت و شبکه های اجتماعی اینترنتی بوجود آمده است. بر این اساس یکی از مهم ترین وجوه عملکرد شبکه های اجتماعی، تأثیرات منفی و مثبت آن ها در عرصه زندگی اجتماعی است. به همین سبب نقش شبکه های اجتماعی در زندگی، به ویژه تأثیر این پدیده در سبک زندگی جوانان بایستی مورد توجه محققان قرار گیرد. این موضوع می تواند یکی از نقاط پیوند رشته های جامعه شناسی و ارتباطات به شمار آید، از این رو تحقیق در این زمینه ماهیتی عمدتاً میان رشته ای دارد (نوذری، ۱۳۸۹، ۷). عضویت در شبکه های اجتماعی باعث ایجاد سبک جدیدی از زندگی نیز شده است. در روابط اجتماعی روزمره، معمولاً ما فقط با کسی رابطه برقرار می کنیم که در فعالیت های روزمره ما دخیل باشد. این روابط اجتماعی می تواند به صورت مکالمه رودررو، ارسال پیامک، مکالمه تلفنی و یا رفتن به مکانی همراه با آن شخص باشد. این گونه ارتباطات، فعالیت هایی هستند که معمولاً در زندگی روزمره به آن ها مبادرت می ورزیم، اما امروزه به نظر می رسد با رشد کاربران اینترنت، سبک زندگی جدیدی از زندگی به نام سبک زندگی مجازی در بین جوانان در حال شکل گرفتن می باشد. این شیوه زندگی که در آمیخته با شبکه های اجتماعی مجازی است، می تواند سبک جدیدی از زندگی را شکل دهد که همه فعالیت های روزمره را تحت تأثیر قرار می دهد. از سوی دیگر جذابیت شبکه های اجتماعی از یک سو و سهولت فعالیت در این دسته از جوامع از سوی دیگر سبب می شود تا رابطه میان عضویت و حضور در شبکه های اجتماعی و تغییرات مربوط به سبک زندگی جوانان عضو به عنوان یک سوال جدی برای پژوهشگران مطرح شود (ربانی و شیری، ۱۳۸۸، ۲۱۰). این که شبکه های

اجتماعی تا چه حد می توانند تأثیر گذار باشند و چه تغییراتی را در عناصر مختلف جامعه بوجود می آورند، مخاطبان عمده این شبکه ها چه کسانی هستند و چه استفاده ای از این شبکه ها می کنند نیازمند تحقیقات و بررسی های مداوم است تا روند تغییرات و جنبه های مختلف تأثیرات آن مورد توجه قرار گیرد، باید بررسی شود که با ورود شبکه های اجتماعی چه تغییراتی در سطوح مختلف جامعه و زندگی افراد بوجود می آید و آیا می توان ورود شبکه ها و کاربرد آن ها را به گونه ای کنترل نمود تا تعارضات اجتماعی و فرهنگی ناشی از ورود آن ها را به حداقل برساند. از طرفی از آن جا که جوانان یک جامعه مستعدترین قشر جامعه به حساب می آیند و ریسک پذیری بالاتری نسبت به بقیه قشرها دارند و با این گونه تغییرات آسان تر روبرو می شوند، بنابراین این وظیفه بر دوش محققان و کارگزاران است که منشا تغییرات و تأثیر آن ها را شناسایی کنند و برنامه هایی جهت سازماندهی و کنترل بهتر این تغییرات ارائه دهند. این پژوهش در صدد پاسخگویی به این سوال ها است که ویژگی های جمعیت شناختی شهروندان ۱۵ تا ۲۹ سال شهرستان اندیمشک (نظیر سن، جنس) چگونه است؟ چه عواملی بر سبک زندگی شهروندان شهرستان اندیمشک تاثیر دارد؟

پیشینه مطالعاتی

پژوهش زهره رجبی (۱۳۸۹) با عنوان «بازنمایی گرایش های سیاسی کاربران ایرانی در شبکه های اجتماعی مجازی با مطالعه موردی فیس بوک» به انجام رسید. هدف اصلی این تحقیق مطالعه بازنمایی گرایش های سیاسی کاربران ایرانی در شبکه های اجتماعی مجازی است، یعنی پاسخ دادن به این سوال اساسی که در شبکه های اجتماعی مجازی مانند فیس بوک نحوه ابراز گرایش های سیاسی کاربران و دلیل انتخاب این فضا برای بازنمایندن این گرایشات سیاسی چیست و نیز دلایل خودگشودگی افراد در زمینه های مختلف در این شبکه مجازی چیست و در پاسخ به این سوال اساسی که گرایش های سیاسی کاربران چگونه در شبکه اجتماعی فیس بوک بازنمایی می شود؟ مقولاتی متناسب با قابلیت های فیس بوک طراحی شد و مشخص شد که گرایش های کاربران در فیس بوک با نمادهای شاخص هر یک از سه نامزد مطرح در همین دوره ریاست جمهوری ایران، ابراز علاقه مندی با کلیک روی گزینه پسندیدن Like در صفحات فیس بوک طرفداران نامزدهای ریاست جمهوری مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفت. مینا درود (۱۳۸۸) تحت عنوان «ماکسیم سازی انتشار تأثیرات اجتماعی در شبکه های اجتماعی» پژوهش دیگری است در ارتباط با دامنه تأثیرات شبکه های اجتماعی در دانشگاه صنعتی شریف انجام پذیرفته است. در این رساله با استفاده از فرمول های ریاضی تلاش شده دامنه تأثیرات اجتماعی در شبکه های اجتماعی بررسی شود. نتایج پایان نامه بیانگر آن است که دامنه انتشار مطالب و آثاری که توسط افراد در شبکه های اجتماعی اینترنتی منتشر می شود، بسته به میزان تعداد دوستان قابل مشاهده در صحنه اصلی فردی که اقدام به انتشار پیام کرده است تعیین می شود. این مطلب می تواند بیانگر نحوه اثرگذاری سبک زندگی مجازی اعضای شبکه های اجتماعی بر سایر

اعضای شبکه های اجتماعی اینترنتی باشد؛ به عبارت دیگر نتایج این پایان نامه نحوه تأثیر گذاری اعضای جوامع مجازی از گفتار و رفتار سایر اعضای جوامع مجازی را نشان می دهد. وبلانی(۲۰۰۱) تحقیق خود را با عنوان «بررسی تحقیقات ده ساله تأثیر رسانه ها بر کودکان و جوانان» پرداخته است. او با بررسی تحقیقات منتشر شده در طی ده سال گذشته، رسانه های مورد بررسی خود را تلویزیون، موزیک راک، موزیک ویدیو، تبلیغات، کامپیوتر و اینترنت در نظر گرفته است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می دهد که تحقیقات اولیه تا ۱۹۹۰ نشان می دهد که کودکان یاد می گیرند رفتارها و سیستم های ارزشی خود را به وسیله رسانه ها شکل دهند. تحقیقات رسانه ها در مراحل اولیه بر محتوا و الگوهای نظری استوار بوده است و تأثیرات اولیه رسانه ها حاکی از افشا و در معرض گذاشتن افزایش خضونت، رفتار های پر خاش جویانه است و همچنین ریسک استفاده از الکل و دخانیات و سرعت بخشیدن به فعالیت های جنسی را افزایش می دهد. با این وجود شکل های جدید رسانه ها همچنان به اندازه کافی مورد مطالعه قرار نگرفته است اما بر اساس این تحقیق وابستگی زیادی میان نتایج منطقی حاصل از تحقیقات گذشته و شکل های جدید رسانه ها که امروزه بسیار مورد استفاده کودکان و جوانان است وجود دارد.

چارچوب نظری

چارچوب نظری پژوهش حاضر شامل نظریه های مرتبط با هر یک از متغیر های مورد سنجش می باشد. رویکرد استفاده و خشنودی نخستین بار در مقاله ای از الیهو کاتز (۱۹۵۹) توصیف شد. در واقع این رویکرد در صدد پاسخگویی به این پرسش است که چرا مردم از رسانه ها استفاده می کنند و آن ها را برای چه منظوری به کار می برند؟ این رویکرد معتقد است که مخاطب فعال است و از این رو در برابر نظریه هایی مطرح می شود که معتقد به منفعل بودن مخاطب در برابر رسانه ها هستند. این نظریه علت اصلی استفاده از رسانه ای خاص را با دلایل کارکردی توضیح می دهد و برای مخاطبان نیازهایی متصور می شود که فراد برای رفع آن به سمت رسانه ها روی می آورند. حال اگر چنانچه رسانه مورد نظر بتواند نیاز فرد را به خوبی رفع کند و بین محتوای رسانه ای و نیاز فرد همخوانی وجود داشته باشد، فرد ارضا و خشنود می شود و در غیر این صورت نیاز وی ارضا نشده باقی می ماند و وی از رسانه مورد نظر روی گردان می شود(هرمز، ۱۳۷۹، ۱۴۸). هدف اصلی این رویکرد، تحقیق در چگونگی انتخاب، دریافت و شیوه عکس العمل مخاطبان رسانه ها است. و فرضیه کلیدی این رویکرد آن است که مخاطب، انتخابی را که از میان رسانه ها و محتواهای مختلف به عمل می آورد، آگاهانه و بر اساس انگیزه است(هرمز، ۱۳۷۹، ۱۴۸). نظریه استفاده و خشنودی ضمن فعال انگاشتن مخاطب، بر نیاز ها و انگیزه های وی در استفاده از رسانه ها تأکید می کند و بر آن است که ارزش ها، علایق و نقش اجتماعی

مخاطبان مهم است و مردم بر اساس این عوامل آن چه را می خواهند ببینند و بشنوند، انتخاب می کنند. پرسش اساسی نظریه استفاده و خشنودی این است که چرا مردم از رسانه ها استفاده می کنند و آن ها را برای چه منظوری به کار می گیرند؟ پاسخی که به اجمال داده می شود این است که مردم برای کسب راهنمایی، آرامش، سازگاری، اطلاعات و شکل گیری هویت شخصی، از رسانه ها استفاده می کنند (مک کوایل، ۱۳۸۸، ۱۰۴). بوردیو و سبک زندگی (۱۹۳۰) او نظریه منسجم درباره شکل گیری سبک زندگی ارائه می کند. او اعتقاد دارد که شرایط عینی زندگی و موقعیت فرد در ساختار اجتماعی به تولید منش خاص منجر می شود. منش مولد دو دسته نظام است: نظامی برای طبقه بندی و نظامی برای شناخت ها، نتیجه نهایی تعامل این دو نظام، سبک زندگی است. سبک زندگی همان اعمال و کارهایی است که به شیوه خاص طبقه بندی شده و حاصل ادراکات خاصی هستند، سبک زندگی تجسم یافته ترجیحات افراد است که به صورت عمل درآمده و قابل مشاهده هستند. الگویی غیر تصادفی است و ماهیت طبقاتی دارد (Boudieu, 1984, 171). بوردیو با نشان دادن این که سبک های زندگی محصول منش ها و خود نقش ها و تابعی از انواع تجربه ها از جمله آموزش رسمی هستند و با بیان این که الگوهای مصرف اصلی ترین سبک های زندگی اند، ارتباط آموزش رسمی در ساختار سرمایه داری و بازتولید آن را تحلیل کرد (فاضلی، ۱۳۸۲، ۴۵). بوردیو همچون وبر از سبک زندگی به عنوان شاخصه و نماد و یا حتی فرصت های جلوه گری یا اثبات منزلت اجتماعی گروه های منزلتی و طبقات اجتماعی بهره می گیرد. اما در توضیح و تشریح رابطه سبک زندگی و طبقه، بسیار فراتر از وبر قدم بر می دارد و آن را در چارچوب نظریه عمل خود قرار می دهد. خلاصه دیدگاه بوردیو این است که افراد و گروه ها در یک جامعه، دارای موقعیت های متفاوت و متمایزی هستند (وضع یا فضای اجتماعی). فرد یا گروه با درونی کردن این وضعیت و نماد های آن یک نظام طبقه بندی اجتماعی را در ذهن خود پدید می آورند. این نظام مجموعه ای از ترجیحات و انتخاب ها (سلیقه) را در ذهن فرد یا افراد تولید می کند که معنا (ارزش) هایشان از خلال روابط و تضادها درک می شود. به عبارت دیگر معناهایشان ذاتی نیست بلکه رابطه ای است. این ترجیحات و انتخاب ها وقتی در محدوده ی توانایی های (یا همان سرمایه) اقتصادی و نمادین، در قالب کنش ها و دارایی بروز می یابد سبک های زندگی متمایزی پدید می آید و به بیان دیگر نظام اجتماعی باز تولید می شود. بوردیو این تفاوت ها و تمایزها را در قالب نظام طبقاتی و نزاع بر سر فرهنگ مشروع قابل فهم می داند. به این ترتیب سبک زندگی اولاً فرصتی است برای تجربه یا اثبات موقعیت فرد در فضای اجتماعی که معمولاً در قالب فاصله هایی که در مورد فرد و شیئون او محفوظ داشته می شود یا رتبه ی او که تأیید می شود، خود را نشان می دهد و ثانیاً سبک زندگی حاصل نظام طبقه بندی اجتماعی است. نظامی که به طور مستمر ضرورت ها را به راهبرها تغییر شکل می دهد و آن ها را به ترجیحاتی بدل می کند که فرد بدون آن که تحمیلی حس کند آن ها را به عنوان گزینه های پیش روی خود تلقی می کند، این گزینه ها همان سبک زندگی

است. به همین دلیل معنا سبک های زندگی از همین نظامی که حاوی تضادها و روابط میان اجزا و موقعیت های مختلف اجتماعی است. و بلن: به نظر وبلن، مصرف چشمگیر، تن آسایی چشمگیر و نمایش چشمگیر نمادهای بلند پایگی، وسایلی هستند که انسان ها به آن ها می کوشند تا در چشم همسایگان شان برتر جلوه کنند و در ضمن، برای خودشان نیز ارزش بیشتری قایل شوند. آداب و شیوه های زندگی اشراف منشانه با ضایطه تن آسایی و مصرف چشمگیر سازگاری دارند. مصرف چشمگیر کالاهای گران قیمت وسیله ی کسب آبرومندی برای نجیب زادگان تن آسا است. الگوی مصرف که استراتژی اصلی سبک زندگی محسوب می شود، از سوی مردم به مثابه شاخصی برای تمایز آنان از اقشار پایین تر به شمار می رود و به اعتقاد وبلن مردم در واقع خویش برای کسب ثروت های بی پایان، در حقیقت به دنبال نمادهای بلند پایگاهی و جایگاه متمایز با دیگران هستند و این نگرش نه تنها موجب افزایش تولید و پیشرفت نمی شود بلکه در کاستن میزان فقر مؤثر نیست. (خادمیان، ۱۳۸۷، ۷۰).

فرضیات پژوهش

فرضیه های اصلی :

- ۱- بین میزان مصرف شبکه های اجتماعی و سبک زندگی رابطه معنی داری وجود دارد.
- ۲- فرض می شود بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی و سبک زندگی رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیات فرعی :

- ۱- فرض می شود بین میزان عزت نفس و میزان مصرف شبکه های اجتماعی معنی داری وجود دارد.
- ۲- فرض می شود بین میزان هویت اجتماعی و میزان مصرف شبکه های اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد.
- ۳- فرض می شود بین گرایش به مد گرایی و میزان مصرف شبکه های اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد.
- ۴- فرض می شود بین گرایش به تقلید گرایی و میزان مصرف شبکه های اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد.

روش شناسی

پژوهش از نوع توصیفی تحلیلی بوده که روش پیمایش در آن مورد استفاده قرار گرفت. ابزار گردآوری داده ها استفاده از پرسشنامه محقق ساخته بوده است. سوالات پرسش نامه به صورت بسته بوده و در سطح اندازه گیری اسمی و ترتیبی می باشند. در این راستا با استفاده از منابع موجود از طیف لیکرت جهت سنجش متغیر های مستقل و وابسته استفاده شده است. جامعه آماری این بررسی جوانان ۱۵ تا ۱۹ سال شهرستان اندیمشک بود. در این تحقیق، با استفاده از جدول حجم برآورد نمونه،

لین (Lin, 1976, 446). برای جامعه آماری با سطح خطای ۵ درصد و سطح اطمینان ۹۵ درصد، حجم نمونه ۳۸۴ نفر محاسبه شد که جهت اطمینان بیشتر نتایج تحقیق، حجم نمونه به ۴۰۰ نفر افزایش یافت. شیوه نمونه گیری برای دسترسی به نمونه های مورد مطالعه با توجه به ناهمگنی جمعیت شهرستان اندیمشک و مناطق ۶ گانه این شهر و براساس آمار نامه مرکز آمار ایران، نمونه گیری تصادفی طبقه ای است. همچنین تجزیه و تحلیل به وسیله نرم افزار spss انجام شده است.

یافته های تحقیق

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی متغیر شبکه های اجتماعی

شبکه های مجازی	فراوانی	درصد فراوانی
بالا	۱۱۷	۰/۵۸
متوسط	۴۰	۰/۲۰
پایین	۴۳	۰/۲۱
جمع کل	۲۰۰	۰/۱۰۰

با استناد به جدول فوق مشاهده می شود از ۲۰۰ نفر پاسخگو ۱۷ نفر (۰/۵۸) از آن ها تحت تاثیر شبکه های مجازی می باشند که دارای بیشترین فراوانی است.

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی متغیر مدگرایی

مدگرایی	فراوانی	درصد فراوانی
بالا	۱۵۰	۰/۷۵
متوسط	۴۰	۰/۲۰
پایین	۱۰	۰/۰۵
جمع کل	۲۰۰	۰/۱۰۰

مطابق نتایج جدول فوق ۰/۷۵ از پاسخگویان گرایش به مد گرایی دارند که دارای بیشترین فراوانی است و تنها ۰/۰۵ از آن ها گزارش کرده اند که تحت تاثیر مد نیستند.

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی متغیر تقید گرایی

تقید گرایی	فراوانی	درصد فراوانی
بالا	۶۵	۰/۳۳
متوسط	۷۸	۰/۳۹

پایین	۵۷	۰/۲۹
جمع کل	۲۰۰	۰/۱۰۰

با استناد به نتایج جدول فوق ۳۳٪ از افراد گرایش به تقید گرایی دارند در نتیجه می توان برداشت کرد که تقید گرایی در بین جوانان شهرستان اندیمشک در حد متوسط است.

جدول شماره ۴: توزیع فراوانی متغیر هویت اجتماعی

هویت اجتماعی	فراوانی	درصد فراوانی
بالا	۹۹	۰/۴۹
متوسط	۶۸	۰/۳۴
پایین	۳۳	۰/۱۷
جمع کل	۲۰۰	۰/۱۰۰

از نتایج جدول فوق ملاحظه می شود که تنها ۴۹٪ از جوانان شهرستان اندیمشک دارای هویت اجتماعی بالایی هستند در نتیجه استنباط می شود که هویت اجتماعی این جوانان در حد متوسط می باشد.

جدول شماره ۵: توزیع فراوانی متغیر عزت نفس

عزت نفس	فراوانی	درصد فراوانی
بالا	۱۰۸	۰/۵۴
متوسط	۸۸	۰/۴۴
پایین	۴	۰/۰۲
جمع کل	۲۰۰	۰/۱۰۰

با استناد به نتایج جدول فوق ۵۴٪ از جوانان خود را دارای عزت نفس بالایی گزارش کرده اند که دارای بیشترین فراوانی می باشد. و تنها ۲٪ از آن ها میزان عزت نفس خود را کم گزارش کرده اند که دارای کم ترین فراوانی است.

جدول شماره ۶: نتایج تحلیل واریانس یک طرفه بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی و شبکه های مجازی؛

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	میانگین مربعات	F	Sig
--------------	---------------	----------------	---	-----

۰/۰۰۵	۱/۸۷۵	۶۳۷/۰۱۶	۱۲۷۴/۰۳۲	واریانس بین گروهی
		۳۳۹/۷۶۹	۱۳۴۸۸۸/۱۲۸	واریانس درون گروهی

در راستای نتایج جدول فوق، آزمون تحلیل واریانس یک طرفه معنی دار شده است، به گونه ای که ($F= ۱/۸۷۵$) و سطح معنی داری ($sig= ۰/۰۰۵$) می باشد بنابراین، می توان نتیجه گرفت که میانگین مصرف شبکه های اجتماعی در بین پایگاه های مختلف اجتماعی - اقتصادی متفاوت می باشد. در نتیجه در این راستا پایگاه اقتصادی - اجتماعی بر میزان استفاده از شبکه های اجتماعی جوانان شهرستان اندیمشک اثر گذار است. لذا در این راستا فرض تفاوت میانگین گروه ها رد می شود و در مقابل فرض آماری آن ها تایید می شود.

جدول شماره ۷: نتایج آزمون همبستگی بین شبکه های مجازی و سبک زندگی

متغیر مورد سنجش	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (Sig)	تعداد پاسخگویان
شبکه های اجتماعی	۰/۰۵۳	۰/۰۰۰	۲۰۰

با توجه از نتایج به دست آمده از جدول ماتریس همبستگی، می توان گفت با اطمینان ۰/۹۵ و سطح خطای کوچک تر از ۰/۵، بین شبکه های اجتماعی و سبک زندگی رابطه وجود دارد. از طرفی این مقدار برابر با ۰/۵۳ است به صورت مستقیم (مثبت) نشان از رابطه نزدیک بین دو متغیر است. بنابراین می توان نتیجه گرفت که بین میزان عامل شبکه های اجتماعی و سبک زندگی رابطه مستقیمی وجود دارد به این معنی که هر میزان مصرف شبکه های مجازی بیشتر شود نگرش مثبت نسبت به سبک زندگی شهرستان اندیمشک بیشتر می شود. در این راستا از لحاظ آماری این فرض مورد تایید قرار می گیرد. جدول شماره ۸: نتایج آزمون همبستگی بین استفاده از شبکه های اجتماعی و گرایش به مدگرایی

متغیر مورد سنجش	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (Sig)	تعداد پاسخگویان
مدگرایی	۰/۰۸۹	۰/۰۰۲	۲۰۰

با توجه از نتایج به دست آمده از جدول ماتریس همبستگی، می توان گفت با اطمینان ۰/۹۵ و سطح خطای کوچک تر از ۰/۵، بین استفاده از شبکه های اجتماعی و گرایش به مدگرایی رابطه وجود دارد. از آن جا که ضریب همبستگی ۰/۰۸۹ و سطح معنی داری ۰/۰۷۶ می باشد. نتایج به دست آمده از این

آزمون رابطه معنی داری را نشان می دهد در این باره سطح معنی داری آن $.002$ می باشد از آن جایی که این مقدار کمتر از میزان قابل قبول است. به این معنی که هر چه استفاده از شبکه های اجتماعی بهتر باشد، نگرش مثبت نسبت به مدگرایی بیشتر می شود. در این راستا این فرض از لحاظ آماری مورد تایید واقع می شود.

جدول شماره ۹: نتایج آزمون همبستگی بین استفاده از شبکه های اجتماعی و تقید گرایی

متغیر مورد سنجش	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (Sig)	تعداد پاسخگویان
تقید گرایی	$.067$	$.000$	۲۰۰

با توجه از نتایج به دست آمده از جدول ماتریس همبستگی، می توان گفت با اطمینان $.95$ و سطح خطای کوچک تر از $.5$ بین استفاده از شبکه های اجتماعی و عامل تقید گرایی رابطه وجود دارد. از طرفی این مقدار برابر با $.67$ است به صورت مستقیم (مثبت) نشان از رابطه نزدیک بین دو متغیر است. بنابراین می توان نتیجه گرفت که بین استفاده از شبکه های اجتماعی و عامل تقید گرایی رابطه مستقیمی وجود دارد به این معنی که هر چه سبک زندگی بهتر شود، نگرش نسبت به تقید گرایی بیشتر می شود. در این راستا از لحاظ آماری این فرض مورد تایید قرار می گیرد.

جدول شماره ۱۰: نتایج آزمون همبستگی بین استفاده از شبکه های اجتماعی و هویت اجتماعی

متغیر مورد سنجش	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (Sig)	تعداد پاسخگویان
هویت اجتماعی	$.074$	$.002$	۲۰۰

با توجه از نتایج به دست آمده از جدول ماتریس همبستگی، می توان گفت با اطمینان $.95$ و سطح خطای کوچک تر از $.5$ بین استفاده از شبکه های اجتماعی و هویت اجتماعی رابطه وجود دارد. از طرفی این مقدار برابر با $.074$ است به صورت مستقیم (مثبت) نشان از رابطه نزدیک بین دو متغیر است. بنابراین می توان نتیجه گرفت که بین استفاده از شبکه های اجتماعی و هویت اجتماعی رابطه مستقیمی وجود دارد به این معنی که هر چه استفاده از شبکه های اجتماعی بیشتر شود، نگرش نسبت به هویت اجتماعی بیشتر می شود. در این راستا از لحاظ آماری این فرض مورد تایید قرار می گیرد.

جدول شماره ۱۱: نتایج آزمون همبستگی بین استفاده از شبکه های اجتماعی و عزت نفس

متغیر مورد سنجش	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (Sig)	تعداد پاسخگویان
عزت نفس	$.063$	$.000$	۲۰۰

با توجه از نتایج به دست آمده از جدول ماتریس همبستگی، می توان گفت با اطمینان ۰/۹۵ و سطح خطای کوچک تر از ۰/۵، بین استفاده از شبکه های اجتماعی و عزت نفس رابطه وجود دارد. از طرفی این مقدار برابر با ۰/۶۳ است به صورت مستقیم (مثبت) نشان از رابطه نزدیک بین دو متغیر است. بنابراین می توان نتیجه گرفت که بین استفاده از شبکه های اجتماعی و عزت نفس رابطه مستقیمی وجود دارد به این معنی که هر چه استفاده از شبکه های اجتماعی بیشتر شود، نگرش مثبت نسبت به عزت نفس بیشتر می شود. در این راستا از لحاظ آماری این فرض مورد تایید قرار می گیرد.

نتیجه گیری

ما در جهانی متحول و دستخوش دگرگونی چشم گیر و دایمی زندگی می کنیم. فناوری و ارتباطات الکترونیکی منجر به دگرگونی در عرصه زندگی نمادین بشر شده است. و از این طریق منشاء تحولات عمده ای در دانسته های بشری گردیده است. مفاهیم بنیادی، دانش ارتباط جمعی و علوم اجتماعی را دچار تغییر و تحولات اساسی کرد. از جمله مفاهیمی که در عصر ارتباطات الکترونیک در حوزه علوم انسانی از اهمیت بسزایی برخوردار است مفهوم هویت است. تحولات الکترونیک این مفهوم را از حالت بسته و چارچوب بندی شده سنتی خارج ساخته است و انسان را به دنیای متکثر و متنوع روبه رو کرده است. امروزه به دلیل رشد و گسترش تکنولوژی ارتباطات جمعی از جمله شبکه های مجازی اجتماعی مرزها تا حدی تحت تاثیر قرار گرفته اند. این مسئله را به وضوح می توان در جامعه امروزی در بین افراد مشاهده کرد. سبک و نوع لباس پوشیدن، انتخاب نوع لباس، آرایش سر و صورت، به کارگیری کلمات و اصطلاحات و نوع موسیقی را می توان به آن اشاره کرد. شبکه های اجتماعی به عنوان یک رسانه نسبت به رسانه های سنتی از جمله رادیو، روزنامه و ... دارای کارکرد چند بعدی است و به علل همین چند بعدی (صوت، تصویر، صدا، ارسال و دریافت اطلاعات) بودن در بین کاربران از اهمیت و جذابیت بیشتری نسبت به رسانه های دیگر برخوردار گشته است. وارد شدن کاربران به دنیای مجازی یعنی ارتباط با کل جهان و انواع گرایش ها عقاید، موضوعات و مسایل دینی و غیر دینی، فرهنگی مواجهه خواهند گردید، از آن جایی که تحول و دگرگونی از ویژگی های خاص این شبکه ها می باشد این تغییرات به نوبه خود بر روی افکار کاربران تاثیر گذار خواهد بود. بورديو شرایط عینی و شرایط فرد را در اجتماع را موثر بر سبک زندگی می داند و از نظری شرایط فردی و اجتماعی منجر به تمایزات بین افراد شده و ترجیحات متفاوتی را بین آن ها به وجود می آورد که باعث تفاوت سلاقی بین آن ها می شود که همین امر نیز در انتخاب آن ها از استفاده از رسانه ها و مقدار تاثیر پذیری از آن ها نیز تاثیر گذار است. بنا به عقیده گیدنز ساخت های اجتماعی بر بر افکار و انتخاب های افراد در زندگی روزمره تاثیر می گذارد و افراد با توجه به جایگاه های جایگاهی که در ساختار اجتماعی دارند و با توجه به منابع موجود در ساختار ها بر گزینش سبک زندگی موثرند. از طرف دیگر گرنبر نیز بیان می کند

که تماشای طولانی مدت تلویزیون موجب تاثیر در جهان بینی و نظام ارزشی، اعتقادات و باورهای بینندگان پرمصرف خود می شود که البته این تاثیرات می تواند با تفأثت های فردی (جنسیت، سن و ...) متفاوت باشد و طبق عقیده باندورا از جمله تاثیرات مربوط به رسانه ها این است که با انتقال و انتشار ارزش ها و هنجار های جدید، ارزش های جاافتاده و قدیمی را مورد تهدید قرار داده و به چالش می کشد. همان طور که در فرضیات تحقیقات حاضر اثبات شد که بین شبکه های مجازی و سبک زندگی و مولفه های آن ها مدگرایی، فردگرایی و ... رابطه وجود دارد بنابر این در آینده نیز می تواند تاثیرات خود را بر روی سبک زندگی و مولفه های آن بیشتر نشان دهد که این امر می تواند باعث کم رنگ شدن و از بین رفتن سبک زندگی ایرانی که پیوندی عمیق با اعتقادات، ارزش ها و باورهای مردم ایران دارد منجر شود. بنابراین باید به فکر راه کارهایی بود تا تاثیرات مخرب ابزارهای نوین فناوری بر سبک زندگی را به حداقل رساند.



منابع

- اسابرگر، آ (۱۳۷۹). روش های تحلیل رسانه ها، مترجم: پرویز اجلالی، مؤسسه تحقیقات و پژوهش رسانه.
- افراسیابی، محمد صادق (۱۳۹۰). مطالعات شبکه های اجتماعی و سبک زندگی جوانان تهران، انتشارات سیمای شرق.
- افراسیابی، محمد صادق (۱۳۹۸). شبکه های اجتماعی و سبک زندگی جوانان، تهران: انتشارات سیمای مشرق.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۵). تحلیل اجتماعی در فضای کنش، تهران نشر نشر نی.
- ذکایی، م، س (۱۳۸۶). جامعه شناسی جوانان ایران، تهران: نشر آگه.
- ربانی، ر. و شیرینی، ح (۱۳۸۸). «اوقات فراغت و هویت اجتماعی». فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم، شماره ۸.
- فاضل قانع، حمید (۱۳۹۲). سبک زندگی بر اساس آموزه های اسلامی (با رویکرد رسانه ای)، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی، نشر صبح صادق.
- کوپایی، محمد باقر و بشارتی فرد، اشرف (۱۳۹۶). بررسی رسانه های جمعی و تأثیر آن بر هویت اجتماعی جوانان، سومین کنگره بین المللی فرهنگ و اندیشه دینی.
- مک کوایل، دنیس (۱۳۸۸). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، مترجم پرویز اجلالی. دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction, a social critique of judgment of taste* translated by Richardge Paul.

پیوست:

به نام خدا

پرسشنامه

پاسخگوی محترم، پرسشنامه حاضر جهت انجام یک کار تحقیقی تحت عنوان بررسی شبکه های اجتماعی و تأثیر آن بر سبک زندگی جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال شهرستان اندیمشک تهیه و تنظیم شده است. اطلاعات این پرسشنامه کاملاً محرمانه بوده و نتیجه به صورت کلی استخراج خواهد شد. لذا با پاسخ صادقانه خود ما را در دستیابی اهداف پژوهش یاری رسانید. ضمناً نیازی به ذکر نام و نام خانوادگی نیست. با تشکر فراوان از همکاری شما				
لطفاً به سوالات زیر پاسخ دهید.				
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
				۱. وقتی در اینترنت نیستم، احساس می‌کنم افسرده یا عصبی هستم، در حالی که این احساس وقتی به اینترنت می‌روم از بین می‌رود.
				۲. صرف کردن وقت بیشتر در اینترنت را بر بیرون رفتن با دیگران ترجیح می‌دهم.
				۳. زندگی ام بدون اینترنت ملال آور، پوچ و بدون شادی است.
				۴. پرداختن به اینترنت موجب ایجاد مشکل در کارم می‌شود.
				۵. معتقدم معضل تنهایی و ترک تنهایی موجب افزایش استفاده از شبکه های اجتماعی می‌شود.
				۶. معتقدم نیاز جوانان به حضور در اجتماع موجب افزایش استفاده از شبکه های اجتماعی می‌شود.
				۷. معتقدم فرار از بیکاری موجب افزایش استفاده از شبکه های اجتماعی می‌شود.
				۸. معتقدم رسیدن به آرامش روانی موجب افزایش استفاده از شبکه های اجتماعی می‌شود.
				۹. همیشه سعی دارم از آخرین و جدیدترین مدها با خبر باشم.
				۱۰. از آدم هایی که پوشش و آرایششان را با الگوهای جدید، تند و سریع عوض می‌کنند بدم می‌آید.
				۱۱. دنبال مد رفتن آدم را پیش دیگران سبک و بی ارزش می‌کند.
				۱۲. فکر می‌کنم آدم هایی که به دنبال مد می‌روند از اصالت انسانی به دورند.
				۱۳. سعی می‌کنم آخرین سبک های خارجی را از طریق رسانه ها (ماهواره، اینترنت، کانال های تلگرامی) بدست آورم.

					۱۴. در هنگام خرید کردن یکی از مهم ترین معیار هایم مد بودن جنس مورد نظر است.
					۱۵. حاضرم قسمت عمده درآمد یا پول تو جیبی ام را صرف به روز کردن خود و استفاده از مدهای جدید بکنم.
					۱۶. در ظاهرم به ندرت تغییری ایجاد می کنم.
					۱۷. اگر چیزی مد شود حتی اگر از آن خوشم نیاید چون مد است آن را می خرم.
					۱۸. احساس می کنم بدون اعتقادات دینی زندگی پوچ است.
					۱۹. وظیفه یک مسلمان این است که در مراسم عزاداری مذهبی شرکت کند.
					۲۰. انسان بدون کمک خدا نیز می تواند مشکلات خود را حل کند.
					۲۱. با یاد خدا انسان غم و اندوه خود را فراموش می کند.
					۲۲. اگر قرار باشد ازدواج کنم با کسی ازدواج می کنم که پایبند به دین باشد.
					۲۳. رعایت حلال و حرام در کارهای روزمره اهمیتی ندارد.
					۲۴. حضور در اماکن مذهبی به من آرامش می دهد.
					۲۵. دین به ما احساس امنیت در برابر مرگ می دهد.
					۲۶. به نظر من پیروی از سبک های زندگی مدرن روز باعث شادابی و روحیه جوانان می شود.
					۲۷. معتقدم هر کس باید به زبان مادری خود صحبت کند.
					۲۸. من به زبان مادری خود افتخار می کنم.
					۲۹. معتقدم موسیقی سنتی ایرانی بهتر از موسیقی های خارجی است.
					۳۰. من زندگی در کشورهای غربی را به زندگی در ایران ترجیح می دهم.
					۳۱. مطالعه اشعار ایرانی بهتر از اشعار خارجی است.
					۳۲. تماشای کانال های ماهواره ای و اخبار هنرمندان خارجی را به تماشای کانال های تلویزیون ایرانی ترجیح می دهم.
					۳۳. همیشه باید کسی باشد به من بگوید چکار کنم.
					۳۴. تا جایی که بتوانم سعی می کنم هر کاری را درست انجام دهم.
					۳۵. در مجامع عمومی برای سخنرانی داوطلب می شوم.

					۳۶. بین هم سن و سالانم فرد مشهور و محبوبی هستم.
					۳۷. هم سن و سالانم از عقیده من پیروی می کنند.
					۳۸. اغلب آرزو می کنم کاش فرد دیگری بودم.
					۳۹. از هنر(نقاشی، مجسمه سازی، موسیقی، خط و...) لذت می برم.
					۴۰. هدف و جهت زندگی ام مشخص است.
					۴۱. سعی می کنم در زندگی کارهایی انجام دهم که ارزش ماندگاری داشته باشند.
					۴۲. معتقدم زندگی دارای هدف است.
					۴۳. اغلب احساسات و افکار مثبت دارم.
					۴۴. از چالش و تغییر در زندگی لذت می برم.
					۴۵. قادر به مهار و کنترل استرس های زندگی ام هستم.

