

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان شهرستان شهرکرد

* مجتبی شاهنوشی

E-mail: shahnooshi@yahoo.com

** محمدرضا تاجی

E-mail: m_tajii@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۲/۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۸/۲۱

چکیده

فضای ارتباطاتی اعم از حقیقی و مجازی در پذیرش و دست‌یابی افراد جامعه به‌ویژه جوانان به الگوهای ذهنی (نگرش‌ها) و عینی (رفتارها) نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌کند. در این میان در عرصه مجازی فعالیت رو به گسترش شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از کارگزاران ایجاد تغییرات اجتماعی، واقعیتی انکارناپذیر است. این مطالعه، برای بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان در شهرستان شهرکرد و پاسخ به این مسئله که جوانان این شهرستان دارای کدامیک از سبک‌های زندگی هستند، در سال ۱۳۹۰ و به روش پیمایشی انجام شده 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 ۳۵-۱۵ 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 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.

کلیدواژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی، سبک زندگی، انسجام ارزشی، انسجام

رابطه‌ای، تجمع اجتماعی، شهرستان شهرکرد.

* دکترای جامعه‌شناسی دانشگاه اصفهان و عضو هیئت علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان

** کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، نویسنده مسئول

مقدمه و طرح مسأله

«سبک زندگی» مفهوم بسیار مهمی است که اغلب برای بیان «روش زندگی مردم» به کار می‌رود و منعکس‌کننده طیف کاملی از ارزش‌ها، عقاید و فعالیت‌های اجتماعی است. سبک زندگی از الگوهای فرهنگی، رفتاری و عادات شکل می‌گیرد و افراد به طور روزمره آنها را در زندگی فردی و اجتماعی خود به کار می‌گیرند. افراد به واسطه کنش‌های اجتماعی متقابل خود با والدین، دوستان، همسالان، آشنایان و رسانه‌های جمعی الگوهای رفتاری را می‌آموزند. به عبارتی سبک زندگی شامل فعالیت‌های معمول و روزانه است که شخص آنها را در زندگی خود به کار گرفته و روی سلامت او تأثیر دارد (روح‌الامینی، ۱۳۶۳: ۳۰۰).

در ادبیات جامعه‌شناسی از مفهوم سبک زندگی دو برداشت متفاوت به عمل آمده است: در فرمول‌بندی نخست که سابقه آن به دهه ۱۹۲۰ باز می‌گردد، سبک زندگی معرف ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و غالباً شاخصی برای تعیین طبقه اجتماعی است (چاپین، ۱۹۵۵؛ چاپمن، ۱۹۳۵ به نقل از اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱). در فرمول‌بندی دوم سبک زندگی نه تنها راهی برای تعیین طبقه اجتماعی بلکه شکل اجتماعی نوینی دانسته می‌شود که تنها در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد (گیدنز، ۱۹۹۱ و ۱۹۹۴؛ بوردیو، ۱۹۸۶؛ فدرستون، ۱۹۸۷؛ لش، ۱۹۸۷). در این معنا سبک زندگی راهی است برای تعریف ارزش‌ها و نگرش‌ها و رفتارهای افراد که اهمیت آن برای تحلیل‌های اجتماعی روز به روز افزایش می‌یابد. از دیدگاه سوبل سبک زندگی کاملاً قابل مشاهده یا قابل برداشت از مشاهده است (سوبل، ۱۹۸۱: ۶۵). وی در ادامه تأکید می‌کند الگوی مصرف، قابل مشاهده‌ترین و بهترین شاخص سبک زندگی است. به علاوه، الگوی مصرف می‌تواند بیشترین ارتباط میان افراد و موقعیت اجتماعی ایشان را برقرار سازد و از این منظر اهمیت تحلیلی بیشتری دارد. دیوید چینی سبک‌های زندگی را «سازمان اجتماعی مصرف» می‌خواند. به اعتقاد وی «سبک زندگی راه الگومند مصرف، درک یا ارج نهادن به محصولات فرهنگی مادی است». در این تحقیق سبک زندگی مجموعه‌ای از طرز تلقی‌ها، ارزش‌ها، شیوه‌های رفتار، حالت‌ها و سلیقه‌ها بوده که شامل شاخص‌های مصرف کالاهای فرهنگی، فعالیت‌های فراغتی و شاخص‌های پراکنده مدیریت بدن و الگوی خرید می‌شود. به نظر هابرماس سبک زندگی تحت تأثیر سطح ساختاری (بازتولید فرهنگ)، سطح موقعیتی (بازتولید اجتماعی) و سطح فردی (اجتماعی کردن) تغییر می‌کند؛ بنابراین شبکه‌های اجتماعی به

عنوان به وجود آورنده سیستم اجتماعی و سیستم روابط پیچیده بین افراد که بازتولید اجتماعی و فرهنگی و اجتماعی کردن افراد را در درون خود نهفته دارد، می‌تواند منبع تولیدکننده سرمایه اجتماعی باشد و سبک زندگی افراد جامعه را تغییر دهد. در کنار همه آثار مثبت شبکه‌های اجتماعی مجازی، تصور برخی از پیامدهای منفی آنها و چالش‌هایی که ایجاد کرده‌اند، امری بدیهی است. نکته مسلم این که به جای برخورد سلبی با این پدیده نوین، ریشه‌یابی مشکلات و پیامدهای منفی ناشی از آن و اتخاذ راه‌های اصلاحی، نتایج بهتری را در بر خواهد داشت.

پرسش‌های تحقیق

۱. جوانان در شهرستان شهرکرد دارای کدام یک از سبک‌های زندگی لذت‌گرایانه، دانش‌خواهانه، آرمان‌گرایانه، منفعلانه (بی‌هدف) می‌باشند؟
۲. سبک زندگی جوانان با توجه به شاخص‌های انسجام رابطه‌ای، انسجام ارزشی و تجمع اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی و دیگر متغیرهای زمینه‌ای چه تغییراتی می‌کند؟

ضرورت مسئله

اهمیت و ضرورت این تحقیق از آنجا ناشی می‌شود که رسانه‌های همگانی دارای کارکردهای متفاوت و متعدد، در دو بعد مثبت و منفی هستند و می‌توانند هویت ملی یک ملت را تحت نفوذ خود قرار دهند. این ابزار می‌تواند به افراد کمک کند تا در مسیر درست و صحیح حرکت کرده و بستر پیدایش هنجارها و ارزش‌های تازه اجتماعی و تغییر در شیوه رفتار افراد را فراهم کند. رسانه‌ها در پیدایش عادات تازه، شکل‌گیری فرهنگ‌های جدید منطقه‌ای و جهانی و تغییر در رفتار و خلق و خوی انسان نیز سهم بزرگی بر عهده دارند. اگر در گذشته‌های نه چندان دور، بسیاری از افراد برای تصمیم‌گیری‌های خود از جمله انتخاب شغل یا خانه مناسب و... از افراد صاحب‌نظر کمک می‌گرفتند، امروزه به مدد ورود فناوری اینترنت این تصمیم‌گیری‌ها دستخوش تغییرات اساسی شده است. بر اساس نتایج تحقیقات انجام‌شده از سوی شرکت امریکایی «پیو» (صدیق بنای، ۱۳۸۹: ۷۴) در زمینه اینترنت و زندگی، ۴۵ درصد افراد جامعه برای یافتن نیازهای خویش به اینترنت مراجعه می‌کنند (افتاده، ۱۳۸۹: ۴۸) شبکه‌های اجتماعی به عنوان مخلوق اینترنت، مرزهای جغرافیایی را درنوردیده و گستره‌ای نامحدود را دربرمی‌گیرند. در این‌گونه شبکه‌ها و اجتماعات، مشخصه و

تعریف تازه‌ای برای مفهوم اجتماع خلق شده است. مردم به جای تکیه بر تنها یک گروه خاص برای پاسخگویی به نیازهای اجتماعی خود، فعالانه به دنبال یافتن مجموعه متنوعی از افراد و منابع برای شرایط و موقعیت‌های گوناگون می‌گردند. بنابراین طبیعی است که در چنین شبکه‌هایی آموزش شیوه و سبک زندگی از خلال تبلیغ انواع نیازهای واقعی و کاذب شکل می‌گیرد و می‌تواند شیوه و سبک‌های زندگی متنوعی را در اختیار کاربران قرار دهد که عمدتاً با سبک‌های زندگی افراد جامعه ما ناهمخوان باشد و این خود می‌تواند زمینه بروز انواع آسیب‌های اجتماعی شود.

از آنجاکه انتخاب الگوها و سبک زندگی محصول کنش‌های متقابل اجتماعی بر اساس ارزش‌های در معرض قضاوت در فرایند ارتباطات است، فضای ارتباطاتی اعم از حقیقی و مجازی در پذیرش الگوهای ذهنی (نگرش‌ها) و عینی (رفتارها) نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌کند. در این میان در عرصه مجازی فعالیت رو به گسترش شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از کارگزاران ایجاد تغییرات اجتماعی، واقعیتی انکارناپذیر است.

انجام این تحقیق علاوه بر اینکه زمینه نظری و تجربی ادبیات سبک زندگی را تقویت می‌کند، می‌تواند با شناسایی شیوه‌ها و چگونگی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی افراد به‌ویژه جوانان، فرصت‌ها و قابلیت‌های اجرایی را در اختیار دست‌اندرکاران و برنامه‌ریزان امور به‌ویژه در ابعاد تربیتی، اجتماعی همراه و همسو با ارزش‌های متعالی منطبق با الگوهای اسلامی - ایرانی قرار دهد.

پیشینه تحقیق

فلاح (۱۳۸۷) در تحقیقی با عنوان «بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل مؤثر بر آن»؛ باهدف درک عوامل مؤثر بر سبک زندگی جوانان در شهر تهران و گونه‌های ممکن از مفهوم سبک زندگی بدین موضوع پرداخته است. رستگار (۱۳۸۶) تحقیقی را با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر سبک زندگی جوانان در شیراز» انجام داده و عنوان کرده که ظهور جامعه مصرفی به واسطه فزونی کالاهای مادی از یک‌سو و دموکراتیزه شدن مصرف و عمومیت یافتن آن از سوی دیگر، به انتخابی شدن زندگی روزمره می‌انجامد و همین امر نشان‌دهنده اهمیت روزافزون سبک زندگی در جامعه معاصر است. سبک زندگی نتیجه همه‌گزینه‌ها، ترجیحات و رفتارهایی است که فرد در ارتباط با کالاهای مادی و فرهنگی انجام می‌دهد. همچنین بصری شدن نشانه‌ها و نمادهای منزلت در زندگی باعث می‌شود سبک زندگی با سبک‌بخشی و

زیبایی شناختی کردن مصرف همراه شود، لذا مصرف کالاها واجد معنایی فرهنگی و منزلتی به‌ویژه برای جوانان است و این بدان جهت است که جوانان در مقام مصرف کننده، بیشترین تأثیر را از تغییرات فرهنگی و اجتماعی می‌پذیرند.

«سازمان میتل» از جمله مراکز علمی و پژوهشی است که به گونه‌ای منظم و هدفمند دربارهٔ بازار و مصرف به تحقیق و پیمایش می‌پردازد. «بررسی سبک زندگی جوانان» گزارشی است که در سال ۱۹۸۸ ارائه شده است. جمعیت مورد مطالعه، جوانان گروه‌های سنی ۱۵-۱۹ و ۲۰-۲۴ سال بوده‌اند.

اولویت‌های هزینه‌ای جوانان (در زمینه پوشاک، موسیقی، گردش، نوشیدنی، ظواهر شخصی، پس‌انداز، کتاب، سرگرمی، ورزش، وسیله نقلیه) و عناصری از زندگی که برای جوانان اهمیت بیشتری دارد، (نتایج به ترتیب شامل: مناسبات خانوادگی، روابط با جنس مخالف، روابط با همسالان، گردش و خوشگذرانی، آزادی و استقلال، رضایت از کار و تحصیل، ورزش و سرگرمی، خرج کردن برای خود بوده است) مواردی بود که سازمان میتل، مورد سنجش قرار داد. میچمان (۱۹۹۱) در کتاب «استراتژی‌های مصرف»، داده‌های مربوط به شمار فراوانی از مطالعات انجام‌شده در امریکا را جمع‌بندی می‌کند تا پنج جریان سبک در حال ظهور، بعد از دههٔ ۱۹۸۰ را نشان دهد.

سویج و بارلو الگوی مصرف واقعی طبقات متوسط بریتانیا را در کتابی با عنوان «فرهنگ، مصرف و سبک زندگی» صورت‌بندی کرده‌اند.

چهارچوب نظری تحقیق

برخی از نظریه‌ها و دیدگاه‌ها در مورد مصرف و سبک زندگی به عنوان تئوری‌های بنیانی این پژوهش انتخاب شده‌اند: بر اساس آرای ویلن سبک زندگی با انگیزه‌های تمایزجویی و هم‌چشمی صورت می‌پذیرد. به تعبیر ویلن مصرف خودنمایانه میان فرد و خاستگاه وی فاصله می‌اندازد. طبقه مرفه یا تن‌آسا در جوامع کوچک با فراغت خودنمایانه و در جوامع بزرگ شهری با مصرف متظاهرانه تمایز خود را با دیگر طبقات اجتماعی گوشزد می‌کند.

زیمل با توجه به الزامات زندگی در شهرها، مدها و سبک‌های زندگی را عاملی می‌داند که افراد به واسطهٔ آنها خود را از گم‌گشتگی و انزوای جامعه شهری می‌رهانند و پیوندهای مادی و فرهنگی خود را با همگنانشان به نمایش می‌گذارند. از نظر زیمل، مُد به طور همزمان در راستای تمایزبخشی میان طبقات مختلف اجتماعی و ایجاد انسجام در درون طبقات و گروه‌ها عمل می‌کند.

مفهوم سبک زندگی حاصل بسط تأملات وبر دربارهٔ گروه‌های منزلت است. در نظر

وی، انتظار می‌رود افتخار منزلت به طور معمول - در سبک زندگی خاصی -، از همه کسانی که دوست دارند در این حلقه منزلتی عضو باشند، بروز کند. این سبک زندگی در انتظارات خاصی که گروه منزلت از اعضای خود دارد بیشتر نمایانده می‌شود. این انتظارات افراد گروه، منزلت را به تعامل اجتماعی و رفتار در محدوده‌ای خاص متعهد می‌کند. با این حال وبر در بحث خود از منزلت یا حیثیت اجتماعی خاطر نشان می‌سازد که توزیع این امتیاز نمادین، همواره مطابق با توزیع مادی نیست.

نظریه‌های شبکه

دیدگاه شبکه نسبت به سایر گرایش‌های نظری و مطالعاتی در زمینه اجتماع سه امتیاز دارد:

۱. از این فرض که افراد لزوماً با همسایه‌ها و گروه‌های خویشاوندی یا سایر همبستگی‌های محدود در کنش متقابل هستند، می‌پرهیزد و امکان مطالعه طیف وسیعی از روابط را در هر جا که واقع شده و با هر فردی که این روابط با آنها برقرار می‌شود، میسر می‌سازد. این یک دیدگاه ضد همسایگی و مجاورت نیست بلکه به نظر این دیدگاه، مجاورت مسکونی تنها یک بُعد اجتماع است.
۲. قابلیت برای مطالعه پیوندها و ارتباطات در همه مقیاس‌ها از روابط بین فردی تا نظام‌های کلان که امکان تحلیل ارتباط بین زندگی روزمره با تغییرات عظیم اجتماعی را میسر می‌سازد.

۳. این دیدگاه مجموعه‌ای از تکنیک‌های کمی و کیفی را برای فهم، توصیف و تحلیل ترکیب ساختار عملکرد شبکه‌های بین فردی فراهم می‌کند (ولمن، ۱۹۹۹: ۱۸-۱۷). در حال حاضر «تحلیل شبکه» روش کارآمدی است و حجم زیادی از تحقیقات را به خود اختصاص داده است. به اعتقاد گلدنبرگ (۱۹۹۷) قضیه اساسی نظری در تئوری شبکه این است که جامعه مدرن نه بی‌سازمان است و نه در حال تبدیل شدن به چنین وضعیتی. در مقابل بر اساس این رهیافت، اگرچه تغییرات مهمی در ویژگی‌های جامعه به وجود آمده، با این وجود این تغییرات به جای اختلال در نظم اولیه و عدم ارائه جایگزینی برای آن، تغییر انطباقی در ماهیت نظم اجتماعی است. تئوری شبکه به این نکته اشاره می‌کند که نظم اجتماعی در حال تغییر، باعث انزوای اجتماعی، گمنامی آنومی و تنهایی نمی‌شود؛ بلکه با مجموعه‌ای از باندها با دیگران که مبتنی بر اصول جدید است، همراه است. اصول قدیمی، مبتنی بر اشتراک در محلیت بود و اصول جدید، مبتنی بر اشتراک در علائق است. در گذشته، جامعه ارضی بود و جامعه آینده

غیر ارضی و رابطه‌ای خواهد بود. از دیدگاه نظریه پردازان شبکه، نویسندگان کلاسیک، محدود به زمان و بینش خود بودند. آنها به طور ساده نمی‌توانستند برای نظم اجتماعی بنیانی به غیر از عامل مکانی (محلی) تصور کنند؛ بنابراین کاهش اهمیت مکان به معنی از دست رفتن نظم بود. در مقابل تئوری شبکه، ظهور بنیانی جدید را برای نظم فرض می‌کنند (گلدنبرگ، ۱۹۹۷: ۱۶۹). نمونه آنچه گلدنبرگ در مورد تغییر انطباقی در ماهیت نظم اجتماعی طرح می‌کند، در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی به وضوح قابل مشاهده است. شکل‌گیری مجموعه‌ای از گروه‌ها با ترکیب‌های متنوع و متفاوت بر اساس علایق یا موضوعات تخصصی مشترک از سراسر نقاط دنیا شاهد این مدعا است.

نظریه مبادله اجتماعی

قضایایی که به صورت سنتی در نظریه‌های مبادله اجتماعی مطرح می‌شوند اغلب ناظر بر متغیرهای اسنادی کنشگران درگیر در مبادله اجتماعی است. رهیافت شبکه در ارتباط با نظریه‌های مبادله اجتماعی، علاوه بر متغیرهای اسنادی کنشگران، متغیرهای مربوط به روابط و مواضع شبکه‌ای آنان را در تحلیل خود وارد می‌کند. با این حساب مفهوم محوری مبادله، تبدیل به مفهوم شبکه مبادله می‌شود. امرسون و دیگران مفهوم شبکه مبادله را این‌گونه تعریف می‌کنند:

۱. مجموعه‌ای از کنشگران (اشخاص حقیقی یا حقوقی)؛
۲. توزیع منابع ارزشمند میان آنها؛
۳. مجموعه‌ای از فرصت‌های مبادله‌ای با کنشگران دیگر در شبکه، برای هر کنشگر؛
۴. مجموعه فرصت‌های مبادله (روابط مبادله‌ای) که به صورت تاریخی بسط یافته‌اند؛
۵. یک مجموعه از تماس‌های شبکه‌ای که روابط شبکه‌ای (فرصت‌های شبکه‌ای) را در یک ساخت شبکه منفرد، به هم مرتبط می‌سازند (اقتباس از گلدنبرگ، ۱۹۹۷: ۳۵-۳۴).

نظریه انسجام اجتماعی

در میان جامعه‌شناسان کلاسیک و معاصر، دورکیم و پارسونز توجه بیشتری به انسجام اجتماعی مبذول داشته‌اند. مفهوم «اجتماع عام» پارسونزی را می‌توان یک «شبکه اتصال اجتماعی» دانست که در آن، روابط اظهار کنشگران می‌توانند به طور مستقیم یا با فواصل مسیر دور (به طور غیرمستقیم) دسترس‌پذیر باشند. در این شبکه، پیوندهای خاص‌گرای انتشاری (یعنی پیوندهای اظهاری قوی) بانی تشکّل گروه‌های محلی مثل

خانواده و غیره هستند که نوعی وفاداری را از کنشگر طلب می‌کنند. در عوض، پیوندهای اظهاری ضعیف که در بستر روابط و پیوندهای ابزاری (عام‌گرای ویژه) بین گروهی به وجود می‌آیند، کمتر خاص‌گرای انتشاری و بیشتر عام‌گرای ویژه هستند. این روابط آشنایی (پیوندهای اظهاری ضعیف) به مثابه پله‌های اجتماعی ناقل اطلاعات در سرتاسر شبکه اجتماعی بوده و به نوبه خود موجب تقویت انسجام کلی و دسترس‌پذیری در شبکه اجتماعی هستند. در عین حال، پیوندهای ضعیف، هم‌زمان موجب تضعیف انسجام محلی می‌شوند. فارارو با معرفی سه مفهوم الگوی تور، فرایند ردیابی و شبکه تورش‌دار، نشان می‌دهد چگونه می‌توان به روش تحلیل شبکه، انتشار احساسات در شبکه را برای ایجاد طراوت فرهنگی و همچنین پخش چهارچوب‌های نوع‌بندی‌شده (فرم‌های اجتماعی) برای نهادینه کردن به صورت پویا مطالعه کرد (گلدنبرگ، ۱۹۹۷: ۳۶-۳۵).

نظریه کنش

بعضی از اصول نظریه کنش به‌ویژه نظریه کنش پارسونزی، می‌توانند با استفاده از مبانی و روش تحلیل شبکه طرح و بررسی شوند. در اینجا، به ارائه برخی مثال‌های ساده اکتفا می‌شود که هدف از آن صرفاً نشان دادن امکان ارتباط مؤثر دیدگاه شبکه با نظریه کنش است. یکی از انواع نهادهای مورد نظر پارسونز، نهاد رابطه‌ای است و منظور از آن، مجموعه نقش‌هایی با انگاره‌ای از روابط بین آنهاست. برای بررسی چنین نهادی می‌توان نقش را گره‌های شبکه تلقی کرد و روابط فی‌مابین را که می‌توانند منفرد یا چندگانه باشد، با استفاده از متغیرهای انگاره‌ای پارسونز مورد مطالعه قرار داد.

مثال دیگر، مدل‌های سیبرنتیکی کنشگر در شبکه روابط اجتماعی است. گره‌ها را می‌توان به بیان پارسونز «کنشگر وضعیت» اعم از کنشگر فردی و جمعی در نظر گرفت. با به‌کارگیری روش تحلیل شبکه، امکان طرح و بررسی نظام‌های اجتماعی پویا فراهم می‌شود. هر نظام اجتماعی در هر سطحی برای ارتباط ابزاری خود با محیط، باید خود را به گونه‌ای با آن وفق دهد و در عین حال، دست‌کم برای پیشبرد هدف خود در رابطه با محیط نیاز به هماهنگی داخلی یعنی انسجام درونی دارد؛ از این روی، هر نظام اجتماعی را می‌توان در دو وضعیت انطباقی و انسجامی بررسی کرد (گلدنبرگ، ۱۹۹۷: ۳۷-۳۶).

در تبیین ارتباط نظریات بالا با شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، می‌توان چنین استنباط کرد که بنا بر فزونی روابط و تقویت پیوند بین اعضا، این شبکه‌ها در چهارچوب نظریه خودکشی می‌توانند مانعی در بروز انزوای اجتماعی باشند. با نگاهی به نظریه مبادله

اجتماعی نیز می‌توان گفت، شبکه‌های اینترنتی مجموعه‌ای از کنشگران هستند که مبنای اصلی روابط اعضا، مبادله انواع منابع مختلف در دسترس و حتی غیر قابل دسترس در خارج شبکه است. شکل‌گیری روابط در شبکه‌های اینترنتی فارغ از تعلقات خانوادگی، مکانی، هویتی، جنسی و... منجر به بروز پیوندهای ضعیفی است که بنابر نظریه انسجام اجتماعی بر انسجام کل می‌افزاید.

جدول شماره ۱. رابطه بین چهارچوب نظری و فرضیه‌های تحقیق

نظریه پرداز	نظریه	فرضیه
رابطه اجتماعی	<p>نظریه کنش:</p> <p>هر نظام اجتماعی در هر سطحی برای ارتباط ابزاری خود با محیط، باید خود را به گونه‌ای با آن وفق دهد و در عین حال، حداقل برای پیشبرد هدف خود در رابطه با محیط نیاز به هماهنگی داخلی (انسجام درونی) دارد؛ از این رو، هر نظام اجتماعی را می‌توان در دو وضعیت انطباقی و انسجامی بررسی کرد. در تبیین ارتباط این نظریه با شبکه‌های اجتماعی اینترنتی می‌توان چنین استنباط کرد که بنا بر فزونی روابط و تقویت پیوند بین اعضا، این شبکه‌ها می‌توانند مانعی در بروز انزوای اجتماعی باشند.</p>	بین شاخص انسجام رابطه‌ای شبکه اجتماعی و سبک زندگی جوانان رابطه وجود دارد.
زندگی	<p>نظریه سبک زندگی:</p> <p>با توجه به الزامات زندگی در شهرها، مدها و سبک‌های زندگی را عاملی می‌داند که افراد به واسطه آنها خود را از گم‌گشتگی و انزوای جامعه شهری می‌رهانند و پیوندهای مادی و فرهنگی خود را با همگنانشان به نمایش می‌گذارند. از نظر زیمل، مد همزمان در راستای تمایزبخشی میان طبقات مختلف اجتماعی و ایجاد انسجام در درون طبقات و گروه‌ها عمل می‌کند. به نظر وی درست است که ساکنان شهر مدرن در سبک زندگی خود بی‌خیال‌تر و سرسری‌تر می‌شوند، اما حساسیت مهیج‌تری نسبت به شرایط زندگی‌شان پیدا می‌کنند. از نظر او این حالت دروازه‌ای است به سوی آزادی شخصی بیشتر.</p>	بین شاخص انسجام ارزشی شبکه اجتماعی و سبک زندگی جوانان رابطه وجود دارد.
گذار	<p>نظریه شبکه:</p> <p>جامعه مدرن نه بی‌سازمان است و نه در حال تبدیل شدن به چنین وضعیتی. اگرچه تغییرات مهمی در ویژگی‌های جامعه به وجود آمده، اما این تغییرات به جای اختلال در نظم اولیه و عدم ارائه جایگزینی برای آن، تغییر انطباقی در ماهیت نظم اجتماعی است. نظم اجتماعی در حال تغییر سبب انزوای اجتماعی و تنهایی نمی‌شود بلکه اصول جدید مبتنی بر اشتراک در علایق جایگزین اصول قدیمی مبتنی بر اشتراک در محلیت می‌شود. در گذشته جامعه ارضی بود و جامعه آینده غیرارضی و رابطه‌ای خواهد بود.</p>	

بین شاخص تجمع اجتماعی شبکه اجتماعی و سبک زندگی جوانان رابطه وجود دارد.	نظریه شبکه: هرچه اندازه شبکه بزرگتر باشد، امکان دسترسی فرد به منابع بیشتر می‌شود. شبکه‌های بزرگتر حمایت‌های بیشتری فراهم می‌کنند. همچنین شبکه‌هایی که بزرگتر هستند، اجتماعی‌تر، معاشرتی‌تر، ارتباطی‌تر و از این رو حمایت‌کننده‌تر هستند.	
--	--	--

فرضیه‌های اصلی تحقیق

- بین شاخص انسجام رابطه‌ای شبکه اجتماعی و سبک زندگی جوانان رابطه وجود دارد.
- بین شاخص انسجام ارزشی شبکه اجتماعی و سبک زندگی جوانان رابطه وجود دارد.
- بین شاخص تجمع اجتماعی شبکه اجتماعی و سبک زندگی جوانان رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی تحقیق

- بین جنسیت شرکت‌کنندگان در شبکه اجتماعی و سبک زندگی آنان رابطه وجود دارد.
- بین میزان تحصیلات و نیز محل سکونت شرکت‌کنندگان در شبکه اجتماعی و سبک زندگی آنان رابطه وجود دارد.
- بین نوع شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده و سبک زندگی جوانان رابطه وجود دارد.

تعریف مفاهیم و واژه‌ها

سبک زندگی

سبک زندگی عبارت است از طیف رفتاری‌ای که اصل انسجام‌بخش بر آن حاکم است، عرصه‌ای از زندگی را تحت پوشش دارد، در میان گروهی از افراد جامعه قابل مشاهده است و الزاماً برای همگان قابل تشخیص نیست؛ اگرچه محقق اجتماعی میان آن و سایر طیف رفتارهای افراد جامعه تمایز قائل می‌شود. سبک‌های زندگی می‌توانند تشخیص‌پذیر یا اساساً به قصد ایجاد تشخیص سازمان داده شوند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۸۳).

تعریف عملیاتی سبک زندگی

شاخص‌های سبک زندگی (امور یا کالاهای فرهنگی)		
شاخص‌های کلی	شاخص‌های سبک زندگی زنان	شاخص‌های سبک زندگی مردان
رفتن به سینما	شرکت در کلاس‌های هنری	رفتن به مسجد، نماز جمعه یا جماعت
شرکت در امور خیریه	قدم زدن در معابر و مراکز خرید	رفتن به کافی‌شاپ یا قهوه‌خانه

کافی نت	بازدید از نمایشگاه‌های هنری، فرهنگی و...	رفتن به مسجد، نماز جمعه یا جماعت
شرکت در باشگاه‌ها و سالن‌های ورزشی	رفتن به پارتی‌ها و مهمانی‌های خصوصی	رادیو و تلویزیون داخلی
معاشرت با دوستان	مسافرت داخلی	رادیو و تلویزیون خارجی (ماهواره)
شرکت در امور خیریه	شرکت در امور خیریه	VCD یا DVD
موسیقی (پاپ)؛ راک و زیرزمینی	رفتن به مسجد، نماز جمعه یا جماعت	کتاب و مجله
اینترنت	چت کردن	موسیقی سنتی
شاخص‌های سبک زندگی ویژه خانم‌ها		
استقبال از لباس‌های مد روز	تزریق ژل و بوتاکس برای رفع چروک	چادر
رژیم غذایی	لاک ناخن	زیورآلات
مصرف سیگار	شرکت در کلاس‌های ایروبیک	چکمه
کتاب و مجله	رفتن به مسجد، نماز جمعه یا جماعت	رنگ کردن مو
مواد مخدر	شرکت در امور خیریه	برداشتن ابرو
نوشیدنی‌های غیرمجاز	تاتو کردن ابرو	آرایش در اماکن عمومی
شرکت در کلاس‌های هنری	مانتوی کوتاه	اقدام به جراحی پلاستیک
شاخص‌های ویژه آقایان		
مشروبات الکلی	مصرف سیگار	کت و شلوار
لباس‌های راحت	قرص اکس و سایر مواد محرک	برداشتن زیر ابرو
کتاب و مجله	مواد مخدر	رنگ کردن مو
اصلاح ریش و صورت با مدهای روز	شرکت در باشگاه‌های بدنسازی	اصلاح موی سر با مدل ساده
مشارکت در امور خیریه	رفتن به مسجد، نماز جمعه یا جماعت	شرکت در کلاس‌های هنری - فرهنگی

با توجه به اینکه افراد در زندگی خویش هریک از این مصادیق فرهنگی را با انگیزه‌های متفاوتی استفاده می‌کنند بنابراین استفاده از این مصادیق، با هدف لذت بردن، سبک زندگی لذت‌گرایانه را پوشش می‌دهد و استفاده از این مصادیق با هدف رسیدن به آرمان‌ها و آرزوها، سبک زندگی آرمان‌گرایانه را پوشش می‌دهد.

شبکه اجتماعی

«شبکه» را می‌توان به هر مجموعه یا سیستم درون پیوندی نسبت داد که هدف آن به اشتراک گذاشتن یک قابلیت یا توانایی بین دو یا چند نظام در محدوده مکان و زمان

است و در حالت مطلوب، محدودیت مکانی و زمانی ندارد. در واقع، شبکه، مجموعه‌ای است از اشیا یا دستگاه‌ها مانند تلفن، فکس و کامپیوتر که به هم متصل‌اند. گونه‌ای از این شبکه‌ها، اجتماعی هستند. در این نوع از شبکه، انسان‌ها با یکدیگر ارتباط دارند؛ ساده‌ترین شبکه اجتماعی را می‌توان خانواده، بستگان، قبیله، دوستان و همکاران دانست. نوع دیگری از شبکه‌های اجتماعی نیز وجود دارند که در آن روابط اشخاص، بر پایه رایانه و اینترنت، به گونه برخط (آنلاین) انجام می‌پذیرد. در بیانی ساده و مختصر، این گونه از پایگاه‌ها را چنین تعریف کرده‌اند: جامعه‌ای برخط که کاربران آن، مُجاز به اشتراک اطلاعات، تصاویر، فیلم‌ها، نرم‌افزارها و... برقراری ارتباط با دیگران و کشف نشانی ارتباط افراد جدید هستند. در چنین شبکه‌های اجتماعی اعضا با مشارکت و همفکری و با استفاده از برنامه‌ها به ساختن محتوای وب می‌پردازند. همچنین بیشتر شبکه‌های اجتماعی راه‌های گوناگونی مانند: رایانامه، خدمات پیام فوری، اشتراک تصاویر، موسیقی، صوت و فیلم برای تعامل کاربران فراهم می‌کنند؛ به عبارت دیگر، در این دست از پایگاه‌ها عناصر ارتباطی مانند ایمیل، تابلوی پیام، پیام فوری و گپ با وسایل رسانه‌ای شنیداری، دیداری و نوشتاری با هم به صورت ترکیبی در یک‌جا وجود دارند (بارنز، ۱۳۸۴: ۳۰).

تعریف عملیاتی: برای تشخیص و تفکیک کاربران شبکه‌ای و غیرشبکه‌ای در کافی‌نت‌ها معیار عضویت در شبکه‌های اجتماعی زیر مورد سؤال قرار گرفته است: عضویت در شبکه اجتماعی فیس‌بوک، توییتر، یوتیوب، بالاترین، اورکات، ویکی‌پدیا، فلیکر، گوگل ریدر، کلوب، فرند فید و سایر شبکه‌های ایرانی و خارجی.

انسجام رابطه‌ای

انسجام رابطه‌ای مکانیزمی برای حل مشکل هماهنگی ساختاری است. برحسب این مکانیزم، با ادغام واحدهای کوچک‌تر در درون واحدهای بزرگ‌تر و ایجاد وابستگی و روابط متقابل و کارکردی در بین آنها مسئله هماهنگی مرتفع می‌شود. ورود و وابستگی در شبکه اجتماعی از طریق گسترش تعداد و روابط متقابل اعضا صورت می‌گیرد. بر این اساس هرچه گستردگی (اندازه) شبکه اجتماعی و همچنین تراکم و قرینگی روابط اجتماعی شبکه‌ای بیشتر باشد، انسجام رابطه‌ای (هماهنگی ساختاری) شبکه اجتماعی، بیشتر خواهد بود (یوسفی، ۱۳۸۸: ۱۴۴).

تعریف عملیاتی: برای تعیین سطح متغیر انسجام رابطه‌ای از دو شاخص نوع ارتباط

با شبکه‌های اجتماعی، تعداد و درجه آشنایی با آنها استفاده شده است: از حاصل ضرب دو متغیر فوق نمره انسجام رابطه‌ای به دست آمده و از «بدون انسجام رابطه‌ای» تا «دارای انسجام رابطه‌ای در سطح بسیار بالا» طبقه‌بندی شده است.

انسجام ارزشی

انسجام ارزشی مکانیزمی برای حل مشکل وحدت نمادی است. برحسب مکانیزم وفاق ارزشی، واحدهای اجتماعی بر اساس نمادهای مشترک مثل زبان، ارزش‌ها و باورها به وحدت می‌رسند و برحسب مکانیزم تعمیم ارزشی، توافق روی فراگیرترین ارزش‌ها، ملاک وحدت قرار می‌گیرد. در این حالت به میزانی که ارزش‌های تعمیم‌یافته با ارزش‌های ویژه فرهنگی طبقات، خرده‌فرهنگ‌ها یا خرده‌گروه‌ها سازگاری داشته باشد، وحدت بیشتری حاصل می‌شود و بالعکس. مسئله وحدت نمادی در شبکه اجتماعی برحسب میزان توافق و اشتراک ارزشی اعضای شبکه قابل رفع خواهد بود. بر این اساس هرچه اشتراک زبانی، مذهبی، قومی و همچنین توافق بر روی ارزش‌های همزیستی مثل احترام، اعتماد، نوع‌دوستی و... بیشتر باشد، انسجام ارزشی (وحدت نمادی) شبکه اجتماعی بیشتر تقویت می‌شود (یوسفی، ۱۳۸۸: ۱۴۴).

تعریف عملیاتی: سطح متغیر انسجام ارزشی با شاخص‌های زیر تعیین می‌شود:

- رفت و آمد خانوادگی با اعضای شبکه؛
 - در میان گذاشتن مشکلات زندگی با اعضای شبکه؛
 - کمک مالی در مواقع ضروری به اعضای شبکه؛
 - مطمئن بودن اعضای شبکه؛
 - دوستی و معاشرت با اعضای شبکه؛
 - تلاش برای رفع مشکلات شبکه اجتماعی؛
 - طرح مباحث مذهبی در شبکه؛
 - انجام فعالیت‌های خیریه‌ای در شبکه؛
 - سپردن رمز ورود به شبکه به کسانی که با آنها ارتباط برقرار می‌کنند.
- از تجمیع پاسخ پاسخگویان پیرامون ۹ شاخص فوق طبقه‌بندی انسجام ارزشی از سطح هیچ تا انسجام ارزشی در سطح زیاد تقسیم‌بندی شد.

تجمع اجتماعی

تجمع اجتماعی به معنی زیاد شدن تدریجی افراد و واحدهای اجتماعی و ظرفیت‌های

تولیدی آنها در شبکه است. این تجمع طی سه فرایند فرعی مرتبط با یکدیگر صورت می‌گیرد (ترنر، ۱۹۹۳: ۱۲۴):

۱. فرایند تراکم یا تمرکز اکولوژیک که با فضای قابل دسترس و روش سازمان‌یافته شبکه ارتباط پیدا می‌کند؛
۲. فرایند رشد جمعیت که به طور عمده با نرخ خالص مهاجرت به درون جمعیت و نرخ بازتولید جمعیت رابطه دارد؛
۳. فرایند تولید که به سطح منابع جمعیت به‌ویژه منابع مادی، سازمانی و تکنولوژیک مربوط می‌شود.

برای تعیین سطح متغیر تجمع اجتماعی از دو شاخص استفاده شده است: تعداد ملاقات حضوری با اعضای شبکه؛ محل یا مکان ملاقات‌های حضوری با اعضای شبکه. از حاصل ضرب دو شاخص فوق سطح تجمع اجتماعی تعیین می‌شود. سطح تجمع اجتماعی برحسب میزان نمره کسب‌شده از هیچ تا قوی طبقه‌بندی شده است.

روش پژوهش

با توجه به اینکه هدف اصلی طرح در مرحله اول (شناسایی) است و جنبه تحلیلی آن حالت ثانوی دارد، روش تحقیق، توصیفی، مقطعی از نوع پیمایشی و به صورت کاربردی است. در روش پیمایش هشت مقوله و سازه اساسی مورد مطالعه قرار می‌گیرند که عبارتند از: نگرش‌ها، تصویرهای ذهنی، رفتارها، شیوه زندگی، وابستگی‌ها، جمعیت‌نگاری، تعامل و یکپارچگی اجتماعی (الک و دیگران، ۱۳۸۰: ۵۰).

جامعه آماری پژوهش

جامعه آماری شامل کلیه کاربران اینترنتی سنین ۳۵-۱۵ سال کافی‌نت‌های شهرستان شهرکرد در سال ۱۳۸۹ می‌شود که بر اساس آمار اخذشده از شرکت مخابرات استان چهارمحال و بختیاری، ۱۱۲۸۱۸ نفر است.

حجم نمونه و شیوه نمونه‌گیری

حجم نمونه در این تحقیق بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران برابر با ۳۸۴ نفر برآورد شده که برای اطمینان خاطر و برگشت پرسشنامه‌های تکمیل‌شده بیشتر، تعداد ۵۰۰ پرسشنامه تکثیر و در اختیار کاربران قرار گرفت. از این تعداد، ۴۵۱ پرسشنامه از ۱۶ کافی‌نت فعال تکمیل و مورد تحلیل قرار گرفت. روش نمونه‌گیری، به صورت طبقه‌ای

متناسب با حجم بوده که با مراجعه به کافی‌نت‌ها طی چند مرحله، پرسشنامه‌ها توزیع و تکمیل شده‌است. گفتنی است، پاسخگویان به‌طور تصادفی ساده مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند.

ابزار گردآوری داده‌های پژوهش

ابزار سنجش در این پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته بوده که با توجه به میزان تحصیلات پاسخگویان، با مصاحبه یا بدون مصاحبه تکمیل شده است. این پرسشنامه محقق ساخته برای پاسخگویی به پرسش‌های دموگرافیکی و پرسش‌های مربوط به سبک زندگی و شبکه‌های اجتماعی در مقیاس‌های اسمی و ترتیبی و عمدتاً با طیف لیکرت (چنددرجه‌ای) تدوین شده است.

اعتبار و پایایی ابزار گردآوری پژوهش

برای برآورد اعتبار پرسشنامه از اعتبار محتوایی از نوع صوری استفاده شده است؛ بدین معنی که آزمون با نظر صائب گروهی از متخصصان، جامعه‌شناسان و اساتید راهنما و مشاور مورد ارزیابی قرار گرفت که همه به اتفاق اعتبار آزمون را تأیید کرده‌اند. در رابطه با پایایی پس از اجرای مقدماتی آزمون در مورد گروه ۴۰ نفری، پس از جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از روش دو نیمه کردن آزمون و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برای کل و هر دو نیمه آزمون ضریب ۰/۷۵ تا ۰/۸۶ را به دست آورد. نتایج آلفای کرونباخ برای کل آزمون ۰/۸۷ به دست آمده که پایایی مقیاس مورد تأیید قرار گرفت.

نحوه تجزیه و تحلیل اطلاعات پژوهش (در بخش توصیف و استنباط داده‌ها)

در سطح توصیفی از «فراوانی، درصد، میانگین» و در سطح استنباطی از «آزمون کای اسکوئر» استفاده شده است.

یافته‌های توصیفی و تحلیلی تحقیق

الف) یافته‌های توصیفی

۱. سن: حدود ۷/۸ درصد (۳۵ نفر) در گروه سنی ۱۸-۱۵ سال، ۲۰ درصد (۹۰ نفر) در گروه سنی ۱۹-۲۰ سال، ۵۰/۳ درصد (۲۲۷ نفر) در گروه سنی ۲۱-۲۵ سال، ۱۶/۹ درصد (۷۶ نفر) در گروه سنی ۲۶-۳۰ سال و ۵/۱ درصد (۲۳ نفر) در گروه سنی ۳۱ سال به بالا بوده و میانگین سنی پاسخگویان ۲۳/۱۸ می‌باشد.
۲. جنسیت: حدود ۴۷/۲ درصد (۲۱۳ نفر) از پاسخگویان را مردان و ۵۲/۸ درصد (۲۳۸ نفر) را زنان تشکیل می‌دهند. ۷۹/۲ درصد (۳۵۷ نفر) از پاسخگویان را افراد مجرد و

- ۲۰/۴ درصد (۹۲ نفر) را افراد متأهل و ۰/۴ درصد (۲ نفر) را سایرین تشکیل می‌دهند.
۳. **تحصیلات:** ۲/۹ درصد (۱۳ نفر) از پاسخگویان در سطح راهنمایی و پایین‌تر هستند و ۱۸/۲ درصد (۸۲ نفر) در سطح دبیرستان و دیپلم، ۲۲/۶ درصد (۱۰۲ نفر) در سطح فوق دیپلم، ۴۸/۶ درصد (۲۱۹ نفر) در سطح کارشناسی و ۶/۷ درصد (۳۰ نفر) در سطح کارشناسی ارشد، ۱/۱ درصد (۵ نفر) نیز در سطح دکتری هستند. نتایج نشان می‌دهد میزان تحصیلات مادران نسبت به پدران در سطح پایین‌تری قرار گرفته است.
۴. **مسکن:** حدود ۷۶/۳ درصد (۳۴۴ نفر) از پاسخگویان دارای منزل مسکونی پدری، ۱۳/۳ درصد (۶۰ نفر) دارای منزل مسکونی شخصی، ۸/۴ درصد (۳۸ نفر) دارای منزل مسکونی استیجاری و رهنی، ۱/۸ درصد (۸ نفر) دارای منزل مسکونی سازمانی و ۰/۲ درصد (۱ نفر) نیز از سایر منازل مسکونی استفاده می‌کنند. حدود ۷۴/۳ درصد (۳۳۵ نفر) از پاسخگویان دارای منزل مسکونی ویلایی و ۲۵/۷ درصد (۱۱۶ نفر) دارای منزل مسکونی آپارتمانی هستند.
۵. **محل سکونت:** حدود ۸۸/۲ درصد (۳۹۸ نفر) از پاسخگویان در شهر و ۱۱/۸ درصد (۵۳ نفر) در روستا متولد شده‌اند. حدود ۸۹/۴ درصد (۴۰۳ نفر) از پاسخگویان در شهر و ۱۰/۶ درصد (۴۸ نفر) در روستا زندگی می‌کنند.
۶. **اولویت انتخابی شبکه‌ها:** نتایج نشان می‌دهد در اولویت اول شبکه اجتماعی، گوگل ریدر با ۱۶۴ مورد و فیس بوک با ۱۰۳ مورد؛ در اولویت دوم باز هم گوگل ریدر با ۴۲ مورد و ویکی پدیا با ۲۹ مورد؛ در اولویت سوم شبکه اجتماعی کلوب با ۲۰ مورد و گوگل ریدر با ۱۶ مورد؛ و در اولویت چهارم کلوب با ۳۱ مورد و گوگل ریدر با ۲۸ مورد در رأس قرار گرفته‌اند.
۷. **نحوه آشنایی با شبکه‌های اجتماعی:** داده‌ها نشان می‌دهد ۲۷/۶ درصد (۱۲۴ نفر) به صورت جست‌وجو در اینترنت، ۴۳/۷ درصد (۱۹۷ نفر) از طریق دوستان و آشنایان، ۱۱/۵ درصد (۵۲ نفر) از طریق دانشگاه و کلاس‌های آموزشی، ۹/۲ درصد (۴۰ نفر) از طریق رسانه‌های داخلی، ۱/۹ درصد (۹ نفر) از طریق رسانه‌های خارجی و ماهواره، ۱/۱ درصد (۵ نفر) به صورت اتفاقی، ۱/۸ درصد (۸ نفر) از طریق همکاران و ۳/۲ درصد (۱۴ نفر) از طریق خانواده و وابستگان با شبکه‌های اجتماعی آشنا شده‌اند.
۸. **میزان آشنایی:** حدود ۰/۲ درصد کمتر از ۳ ماه، ۱۷/۳ درصد بین ۶-۴ ماه، ۸/۶ درصد بین ۷-۹ ماه، ۲۱/۱ درصد بین ۱۰-۱۲ ماه، ۹/۸ درصد بین ۱۳-۱۸ ماه و ۱۷/۱ درصد بین ۱۹-۲۴ ماه و ۲۵/۹ درصد نیز بیشتر از ۲۵ ماه با شبکه‌های اجتماعی آشنایی داشته‌اند.

۹. **نوع فعالیت:** حدود ۱۵/۷ درصد (۷۱ نفر) از پاسخگویان در شبکه‌های اجتماعی اقدام به دوست‌یابی، ۳/۸ درصد (۱۷ نفر) اقدام به شبکه‌سازی و ارتباط با دیگر اعضا، ۳۵ درصد (۱۵۸ نفر) اقدام به کسب اطلاعات، ۱۴/۶ درصد (۶۶ نفر) برای سرگرمی، ۴/۴ درصد (۲۰ نفر) اقدام به تبلیغ توانمندی خود در شبکه و ۱/۳ درصد (۶ نفر) اقدام به فعالیت سیاسی و ۱۵/۷ درصد (۷۱ نفر) اقدام به اکثر موارد اشاره‌شده و در نهایت ۹/۳ درصد (۴۲ نفر) اقدام به سایر فعالیت‌ها می‌کنند.

۱۰. **میزان مفید بودن اطلاعات:** حدود ۱۵/۷ درصد (۷۱ نفر) میزان مفید بودن اطلاعات را در سطح پایین و ۴۹/۴ درصد (۲۲۳ نفر) در سطح متوسط و ۳۴/۹ درصد (۱۵۷) در سطح بالا ارزیابی کرده‌اند.

۱۱. **میزان استفاده از اطلاعات شبکه‌ها:** حدود ۲۰/۹ درصد (۹۴ نفر) در سطح پایین و ۴۷/۹ درصد (۲۱۶ نفر) در سطح متوسط و ۳۱/۲ درصد (۱۴۱) در سطح بالا از اطلاعات موجود در شبکه استفاده کرده‌اند. بیشترین استفاده پاسخگویان از شبکه‌های اجتماعی در جهت پروفایل شخصی با ۲۰/۲ درصد (۹۱ نفر) بود و کمترین استفاده در دیوار نوشته‌ها و فهرست‌ها با ۱/۳ درصد (۶ نفر) بوده است. گفتنی است ۱/۱ درصد اصلاً استفاده‌ای نداشته و ۳۳/۳ درصد نیز از بیشتر موارد استفاده می‌کنند.

ب) یافته‌های تحلیلی

به منظور بررسی پرسش‌های تحقیق و آزمون فرضیه‌ها، نتایج به دست آمده از یافته‌های پژوهشی مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

۱- بررسی رابطه بین انسجام رابطه‌ای و سبک زندگی:

نتایج آزمون کای اسکور نشان می‌دهد با توجه به مقدار به دست آمده $x^2=24.96$ در سطح معناداری $sig=.05$ با درجه آزادی $df=15$ ، چون پایین‌تر از مقدار بحرانی یعنی $p<.05$ است، فرضیه ما مبنی بر رابطه بین انسجام رابطه‌ای و سبک زندگی مورد تأیید و حمایت قرار می‌گیرد. نتایج نشان می‌دهد حدود ۲۷۱ نفر بدون سبک زندگی و ۱۶۵ نفر دارای سبک زندگی لذت‌گرایانه هستند که از این تعداد ۱۴۴ نفر دارای انسجام رابطه‌ای در سطح پایین می‌باشند. تأیید شدن این فرضیه نشان می‌دهد فرضیه ما با نظریه کنش پارسونز مبنی بر اینکه هر نظام اجتماعی برای ارتباط با محیط نیاز به انسجام درونی یا وحدت ساختاری دارد و نظریه سبک زندگی زیمل که اشاره دارد افراد در شهرها برای رهایی از انزوا و تقویت ارتباط و انسجام با یکدیگر دست به انتخاب سبک زندگی واحدی می‌زنند، همخوانی دارد.

۲- بررسی رابطه بین انسجام ارزشی و سبک زندگی

نتایج آزمون کای اسکور نشان می‌دهد با توجه به مقدار به دست آمده $x^2=16.89$ در سطح معناداری $sig=.15$ با درجه آزادی $df=12$ ، چون بالاتر از مقدار بحرانی یعنی $p>.05$ می‌باشد، فرضیه ما مبنی بر رابطه بین انسجام ارزشی و سبک زندگی مورد تأیید و حمایت قرار نمی‌گیرد. رد شدن این فرضیه حکایت از این دارد که فرضیه ما با نظریه سبک زندگی زیمل و نظریه شبکه گلدنبرگ که اشاره دارد در جامعه مدرن مبتنی بر روابط شبکه‌ای، اصول جدید مبتنی بر اشتراک در علائق، جایگزین اصول قدیمی مبتنی بر اشتراک در محلیت، می‌شود همخوانی ندارد.

۳- بررسی رابطه بین تجمع اجتماعی و سبک زندگی

نتایج آزمون کای اسکور نشان می‌دهد با توجه به مقدار به دست آمده $x^2=12$ در سطح معناداری $sig=.571$ با درجه آزادی $df=3$ ، چون بالاتر از مقدار بحرانی یعنی $p<.05$ است، فرضیه ما مبنی بر رابطه بین تجمع اجتماعی و سبک زندگی تأیید می‌شود.

۴- بررسی رابطه بین جنسیت و سبک زندگی

نتایج آزمون کای اسکور نشان می‌دهد با توجه به مقدار به دست آمده $x^2=11.45$ در سطح معناداری $sig=.01$ با درجه آزادی $df=3$ ، چون پایین‌تر از مقدار بحرانی یعنی $p<.05$ است، فرضیه ما مبنی بر رابطه بین جنسیت و سبک زندگی، تأیید می‌شود. نتایج نشان می‌دهد زنان بیشتر دارای سبک زندگی لذت‌گرایانه هستند.

۵- بررسی رابطه بین میزان تحصیلات و سبک زندگی

نتایج آزمون کای اسکور نشان می‌دهد با توجه به مقدار به دست آمده $x^2=24.5$ در سطح معناداری $sig=.05$ با درجه آزادی $df=15$ ، چون پایین‌تر از مقدار بحرانی یعنی $p<.05$ است، فرضیه ما مبنی بر رابطه بین میزان تحصیلات و سبک زندگی مورد تأیید و حمایت قرار می‌گیرد. نتایج نشان می‌دهد تحصیل‌کردگان مقطع دبیرستان و دیپلم بیشتر دارای سبک زندگی آرمان‌گرایانه هستند.

۶- بررسی رابطه بین نوع شبکه اجتماعی و سبک زندگی

نتایج آزمون کای اسکور نشان می‌دهد با توجه به مقدار به دست آمده $x^2=25.12$ در سطح معناداری $sig=.71$ با درجه آزادی $df=30$ ، چون بالاتر از مقدار بحرانی یعنی $p>.05$ است، فرضیه ما مبنی بر رابطه بین نوع شبکه و سبک زندگی، تأیید نمی‌شود. رد فرضیه احتمالاً ناشی از این است که تقریباً شرایط در تمامی شبکه‌ها یکسان است.

۷- بررسی رابطه بین محل سکونت و سبک زندگی

نتایج آزمون کای اسکور نشان می‌دهد با توجه به مقدار به دست آمده $x^2=17.27$ در سطح معناداری $sig=.14$ با درجه آزادی $df=12$ ، چون بالاتر از مقدار بحرانی یعنی $p>.05$

است، فرضیه ما مبنی بر رابطه بین محل سکونت و سبک زندگی مورد تأیید و حمایت قرار نمی‌گیرد.

۸- حدود ۶۰ درصد پاسخگویان در این پژوهش هیچ یک از سبک‌های زندگی را انتخاب نکرده‌اند.

تحلیل رگرسیون

با وارد کردن سبک زندگی به عنوان متغیر وابسته و متغیرهای مستقل معرفی شده به عنوان متغیرهای پیش‌بین در مدل رگرسیون چندگانه خطی و اجرای آن به روش enter، نتایج به دست آمده حاکی از آن است که متغیرهای انسجام رابطه‌ای، تجمع اجتماعی، جنسیت و میزان تحصیلات تأثیر معنی‌دار مثبتی بر روی سبک زندگی پاسخگویان داشته‌اند.

خلاصه مدل در تحلیل رگرسیون سبک زندگی

R	R2	R2 تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد
۰/۳۸	۰/۱۴	۰/۱۲	۴/۰۵

مقدار $۰/۳۸۳$ برای R بیانگر مقدار ضریب همبستگی چندگانه بین متغیر وابسته و متغیرهای مستقل است؛ یعنی سبک زندگی با مجموعه متغیرهای فوق (یا به عبارتی با برآورد آن از روی معادله رگرسیونی این متغیرها) دارای همبستگی معنی‌داری به میزان ۳۸ درصد است. R^2 یا «ضریب تعیین» که مجذور ضریب همبستگی چندگانه فوق است، معرف درصدی از پراکندگی (واریانس) متغیر وابسته است که توسط مدل توجیه می‌شود؛ بنابراین ۱۴ درصد از واریانس سبک زندگی را متغیرهای فوق تبیین می‌کنند که درصد نسبتاً بالایی بوده و برازش خوب مدل را می‌رساند.

قسمت بعدی از خروجی آنالیز رگرسیون (جدول ANOVA) در واقع چندین فرضیه صفر مبنی بر وجود رابطه خطی بین متغیر وابسته و متغیرهای مستقل، وجود و معنی‌داری ضرایب رگرسیونی و وجود و معنی‌داری R^2 را آزمون می‌کند.

آنالیز واریانس در تحلیل رگرسیون سبک زندگی

مدل	مجموع مجذورات	درجات آزادی	میانگین مجذورات	F	Sig.
رگرسیونی	۸۰۴/۶۶۴	۶	۱۳۴/۱۱۱	۸/۱۴۹	۰/۰۰۰
باقیمانده	۴/۷۳۹/۸۷۸	۲۸۸	۱۶/۴۵۸		
کل	۵/۵۴۴/۵۴۲	۲۹۴			

مقدار ۸/۱۴۹ برای F با سطح معنی داری بیش از ۹۹ درصد تأییدی بر وجود رابطه‌ای خطی بین سبک زندگی و متغیرهای مستقل پیش گفته است. بدین معنی که دست کم یکی از این متغیرها در معادله رگرسیونی سبک زندگی دارای ضریب معنی دار است. در آخرین قسمت خروجی نیز ضرایب متغیرهای مستقل به همراه سطح معنی داری آنها آمده است.

ضرایب متغیرها در تحلیل رگرسیون سبک زندگی

Sig.	t	ضرایب استاندارد نشده		مدل
		Beta	Std. Error	
۰۰۰	۵/۱۵۵		۱/۰۰۳	عرض از مبدأ
۰/۰۰۳	۰/۰۸۱	۰/۰۰۵	۰/۲۲۳	انسجام رابطه‌ای
۰/۰۷۲	۱/۳۶۸	۰/۰۹۴	۰/۰۲۶	انسجام ارزشی
۰/۰۰۴	-۰/۷۹۰	-۰/۰۶۱	۰/۰۸۱	تجمع اجتماعی
۰/۰۰۹	۰/۴۴۲	۰/۰۳۲	۰/۰۹۱	جنسیت
۰/۰۴۵	۰/۸۴۳	۰/۰۴۵	۰/۰۸۸	میزان تحصیلات
۰/۱۴۲	۰/۰۴۵	۰/۰۰۲	۰/۰۰۹	نوع شبکه
۰/۱۲۵	۰/۰۹۸	۰/۰۳۱	۰/۰۲۳	محل سکونت

همان‌طور که مشاهده می‌شود متغیرهای انسجام رابطه‌ای، تجمع اجتماعی، جنسیت، و میزان تحصیلات تأثیر معنی دار مثبتی بر روی سبک زندگی داشته‌اند که امری کاملاً منطقی بوده و با نظریات موجود در ادبیات موضوع نیز همخوانی دارد.

پیشنهادات کاربردی و پژوهشی

۱. تبلیغات دروغین و ترویج نیازهای کاذب در بین جوانان از طریق شبکه‌های اجتماعی و موج‌آفرینی برای تحمیل سبک‌های زندگی غربی به جوامع دیگر که در نهایت به تغییرات فرهنگی اجتماعی منجر شده و استیلای نفوذ نظام سلطه را به دنبال خواهد داشت، شیوه‌ای است که پس از ورود اینترنت به عرصه اجتماعی و زندگی مردم کلید خورده و از آنجاکه حدود ۶۰ درصد پاسخگویان در این پژوهش هیچ‌یک از سبک‌های زندگی را انتخاب نکرده‌اند، احتمال می‌رود از مسیر صحیح خارج شده و در چنبره سبک‌های انحرافی دچار آیند؛ بنابراین لازم است متولیان فرهنگی کشور اعم از سازمان‌ها و نهادهای ذی‌ربط در راستای برنامه‌ریزی فرهنگی کوتاه‌مدت و میان‌مدت به منظور آگاهی‌بخشی به جوانان کشور اقدام کنند.

۲. بیشتر جوانانی که به عضویت شبکه‌های اجتماعی غربی مانند فیس بوک، توئیتر و یوتیوب روی آورده‌اند، هدفشان برآورده شدن نیازهای ذهنی و عینی خویش بوده است. بنابراین لازم است با توجه به جذابیت شبکه‌های اجتماعی در عرصه تبلیغات و ارائه خدمات متنوع و همچنین ترویج اندیشه‌ها تلاشی جدی در جهت ایجاد شبکه‌های اجتماعی منطبق با مکتب و فرهنگ اسلامی و ملی صورت پذیرد (راه‌اندازی شبکه مجازی اسلامی - ملی).

۳. طراحی یک سیستم نرم‌افزاری و تصمیم‌ساز برای ارائه گزارش‌های تحلیلی مورد نیاز از روی داده‌های خام شبکه‌های اجتماعی موجود، ضروری‌ترین نیاز در فضای سایبری است؛ این سیستم به ما کمک می‌کند تا علاوه بر شناسایی عقاید، پایگاه اجتماعی، محل سکونت، نیازها و تمایلات و... اعضای شبکه‌ها، اقدامات تهاجمی دشمن را نیز مورد رصد قرار دهیم.

۴. نتایج تحقیق نشان می‌دهد بیشترین نوع آشنایی جوانان با شبکه‌های اجتماعی از طریق همسالان، دانشگاه‌ها، کلاس‌های آموزشی و رسانه‌ها انجام می‌شود؛ بنابراین می‌توان از مجاری فوق به تبلیغ شبکه‌های اجتماعی ملی اقدام کرد.

۵. همزمان با افزایش سابقه عضویت جوانان از طریق رسانه‌ها، درس و کلاس‌های آموزشی در شبکه‌های اجتماعی لازم است متولیان فرهنگی کشور نسبت به آموزش و توجیه مناسب جوانان برنامه‌ریزی و اقدام کنند.

۶. میزان تحصیلات از متغیرهای تأثیرگذار بر سبک زندگی جوانان است، لذا لازم است ضمن تشریح و برجسته کردن سبک‌های زندگی آرمان‌گرایانه و دانش‌خواهانه، معایب و مضرات سبک‌های زندگی لذت‌گرایانه و منفعلانه را بازگو و مانع از گرایش جوانان به این سبک‌های زندگی شد.

۷. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد، انسجام رابطه‌ای می‌تواند تأثیر زیادی بر سبک زندگی جوانان داشته باشد؛ لذا باید برنامه‌های آموزشی و تبلیغی در جهت تقویت ارتباط و انسجام بین افراد جامعه، تدوین شود.

۸. تحقیق در جوامع خرد و تعمیم نتایج و یافته‌های آن به جوامع گسترده، همواره با شک و تردید روبه‌رو است؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود پژوهشگران محترم، نسبت به انجام این تحقیق در قلمرو جغرافیایی وسیع‌تر استانی، منطقه‌ای و ملی، برنامه‌ریزی کنند. پیشنهاد می‌شود جامعه آماری پژوهش در تحقیقات بعدی، طیف‌های سنی بالاتر و پایین‌تر قشر جوانان را نیز دربرگیرد.

منابع

- اکبری، احمد (۱۳۸۹): «نقش شبکه‌های اجتماعی در ایجاد و مهار بحران‌ها»، *فصلنامه رهاورد نور*، ش ۳۱، صص ۱۴۸-۱۲۷.
- بارنز، ادوارد (۱۳۸۴): *تاریخ اندیشه اجتماعی*، مترجم: علی اصغر مجیدی، ج ۱، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- بوردیو، پی‌یر (۱۳۸۱): *نظریه کنش، دلایل عملی و انتخاب عقلانی*، مترجم: مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار.
- بیتس، دانیل؛ پلاگ، فرد (۲۰۰۰): *انسان‌شناسی فرهنگی*، مترجم: محسن ثلاثی (۱۳۸۲)؛ تهران: علمی.
- چلبی، مسعود (۱۳۷۳): مقاله: «تحلیل شبکه در جامعه‌شناسی»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، ش ۵، صص ۴۰-۲۲.
- دواس، دی‌ای (۱۳۷۶): *پیمایش در تحقیقات اجتماعی*، مترجم: هوشنگ نایبی، تهران: نشر نی.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۳): مقاله: «جوانان و فراغت مجازی»، *فصلنامه مطالعات جوانان*، ش ۶، صص ۲۵-۱.
- رجب‌زاده، احمد (۱۳۷۹): *مصرف کالاهای فرهنگی در شهر همدان*، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- روح‌الامینی، محمود (۱۳۶۳): *زمینه فرهنگ‌شناسی*، ج ۲، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- صالحی‌هیگویی، مریم (۱۳۸۴): «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی شبکه و اعتماد بین شخصی و شخصیت»، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، رشته پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه الزهرا (س).
- صدیق‌بنای، هلن؛ «آشنایی با شبکه‌های اجتماعی اینترنتی»، «آنلاین»، تاریخ دسترسی ۱۳۸۹/۲/۲۵، نشانی: www.hamshahrionline.ir
- علیمرادی، مصطفی (۱۳۸۹): مقاله: «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی»، www.farsnews.com/newstext
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲): *مصرف و سبک زندگی*، قم: انتشارات صبح صادق.
- فدرستون، مایک (۱۳۸۰): «زیبایی شناختی کردن زندگی روزمره»، مترجم: مهسا کرم‌پور، *فصلنامه ارغنون*، ش ۱۹، صص ۴۰-۳۰.
- کلمن، جیمز (۱۳۸۲): *بنیادهای نظریه اجتماعی* (چاپ اول)، مترجم: منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- گلزردی، اعظم (۱۳۸۸): *بررسی شبکه‌های اجتماعی بر مبنای روابط الکترونیکی* بی‌جا، www.lyazd.com/article-fa-59.html
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸): *تجدد و تشخیص در جامعه جدید*، مترجم: ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- یوسفی، علی؛ نوغانی، محسن؛ حجازی، مهلا (۱۳۸۸): «انسجام در شبکه‌های همسایگی شهر مشهد»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره ۱۰، ش ۱، صص ۸۷-۱۰۰.
- Coleman, J (1990); *Foundations of Social Theory*, Cambridge: MA: Harvard University Press.
- Ferlander, Sara, (2003); *The internet, Social Capital and Local Community*, <http://www.crltstir.uk>
- Fischer, C. (1982); *To Do well among Friends*, Berkeley: University of California Press.
- Holt, Douglas B. (1997); *Poststructuralist Lifestyle Analysis: Conceptualizing the Social*.
- Lazer, William (1963); *Lifestyle Concepts and Marketing toward Scientific Marketing*, American Marketing, Association.
- Wellman, B. (1992); "Which Type of Ties and Networks Provide What kinds of Social Support?", *Advances in Group Processes*, Vol. 9, PP 207-235.