

## The Impact of Virtual Social Networks on Social Identity and Lifestyle of Students at Farhangian University of Mashhad

Mahnaz Amirpour \*

Ph.D. in Sociology, Assistant Professor of Social Sciences, Islamic Azad University, Quchan Branch

Maryam Talebdoost 

Ph.D. student of sociology, Islamic Azad University, Quchan Branch

### Abstract

Virtual social networks have been used by many people in the community as an attractive way of communication. Therefore, a considerable amount of information is shared on these sites, which has potentially significant implications for individuals' social identities and lifestyles. The aim of this study was to investigate the effect of virtual social networks on students' social identity and lifestyle. The statistical population of the present study includes all students of the Farhangian University of Mashhad. According to the statistics received from Farhangian University, approximately (2112) people were studying in the academic year 1396, and using Cochran's formula, 322 people were selected as the statistical sample size. The research method is a survey method, cross-sectional in terms of time and type of applied studies, and the method of random sampling was simple. The measurement tool in this study is a researcher-made questionnaire, the validity of which was confirmed by expert professors, and its reliability was estimated and confirmed using Cronbach's alpha test of 0.80. Analysis of findings in this study from tests Parametrics such as Pearson correlation coefficient, independent t-test, one-way analysis of variance and regression were used. Findings show that there is a relationship between the use of social networks with lifestyle and social identity and the use of social networks based on age and gender.


**Keywords:** Virtual Social Networks, Lifestyle, Social Identity, Students, Mashhad University of Cultural Sciences.


\* Corresponding Author: mahnaz.amirpour@gmail.com

**How to Cite:** Amirpour, M., Talebdoost, M. (2023). The Impact of Virtual Social Networks on Social Identity and Lifestyle of Students at Farhangian University of Mashhad, *Journal of New Media Studies*, 8(32), 325-355.



## تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی و سبک زندگی دانشجویان دانشگاه فرهنگیان مشهد

مهناز امیرپور \*  دکترای جامعه‌شناسی، استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قوچان

مریم طالب دوست  دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قوچان

### چکیده

شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان یک راه جذاب ارتباطی، مورد استفاده تعداد زیادی از افراد جامعه قرار گرفته است؛ بنابراین، مقدار قابل ملاحظه‌ای از اطلاعات در این سایت‌ها به اشتراک گذاشته می‌شود که به‌طور بالقوه پیامدهای قابل توجهی را در زمینه‌ی هویت اجتماعی و سبک زندگی افراد به دنبال دارد. تحقیق حاضر باهدف بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی و سبک زندگی دانشجویان انجام شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر، شامل کلیه دانشجویان دانشگاه فرهنگیان شهر مشهد می‌باشد که بر اساس آمار دریافتی از دانشگاه فرهنگیان حدوداً (۲۱۱۲) نفر در سال تحصیلی ۱۳۹۶ مشغول تحصیل بودند که با بهره‌گیری از فرمول کوکران ۳۲۲ نفر به‌عنوان حجم نمونه آماری انتخاب گردید. روش تحقیق به روش پیمایشی، از نظر زمانی مقطعی و از نوع مطالعات کاربردی است و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بود. ابزار اندازه‌گیری در این تحقیق پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد که روایی آن مورد تأیید اساتید متخصص و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ۰/۸۰ برآورد و مورد تأیید قرار گرفت، تجزیه و تحلیل یافته‌ها در این پژوهش از آزمون‌های پارامتریک مانند ضریب همبستگی پیرسون، آزمون تی تست مستقل، تحلیل واریانس یک‌طرفه و رگرسیون استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با سبک زندگی و هویت اجتماعی رابطه وجود دارد و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اساس سن و جنسیت تفاوت معناداری وجود دارد.

**کلیدواژه‌ها:** دانشجویان؛ دانشگاه فرهنگیان مشهد؛ سبک زندگی؛ شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ هویت اجتماعی.

## مقدمه

گسترش وسایل ارتباط جمعی و ابزارهای اطلاع‌رسانی تحول بزرگی در روابط انسان‌ها پدید آورده است. تا آنجا که عصر حاضر را عصر ارتباطات نامیده‌اند. در عصر ارتباطات و جامعه اطلاعاتی، تحول و دگرگونی جوامع بشری سرعتی چشمگیر یافته است. حرکت شتابان جهان به سوی اطلاعاتی شدن، واقعیتی انکارناپذیر است. در دوران جامعه اطلاعاتی، پیشرفت علوم و تکنولوژی و به‌ویژه فناوری‌های اطلاعاتی مرزی نمی‌شناسد و شاید نتوان از علم یا فنی سخن گفت که فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی آن را متحول نساخته باشند. جامعه اطلاعاتی در دهه‌های اخیر و به‌ویژه در ۱۰ سال گذشته به صورت یکی از مهم‌ترین موضوعات، توجه نظریه‌پردازان و متخصصان علوم اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را به خود جلب کرده و در عرصه روابط بین‌الملل، مناسبات منطقه‌ای و صحنه زندگی ملی کشورها و انسان‌ها نیز جایگاه برجسته‌ای پیدا کرده است. از سوی دیگر ضریب شتاب تحولات در جامعه اطلاعاتی بسیار بالاست و دامنه این تأثیرگذاری در عرصه‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی کاملاً محسوس است. در دهه‌های گذشته تکنولوژی‌های جدید ارتباطی، صرف‌نظر از اینکه با استقبال و یا مقاومت دولت‌ها و حکومت‌ها روبه‌رو شده باشند یا نه از مرزهای جغرافیایی هر کشوری گذشته و به بطن تمامی جوامع بشری راه یافته و تمامی عرصه‌های زندگی بشری را متحول ساخته‌اند.

شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی موبایلی، یکی از این تکنولوژی‌هاست. شبکه‌های اجتماعی، گونه‌ای از وب سایت‌های اینترنتی هستند که افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها، در آن‌ها پیرامون یک یا چند ویژگی مشترک گرد هم می‌آیند و اطلاعات، مطالب و محتواهای خود را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند. شبکه‌هایی از جمله فیس‌بوک، توییتر، واتس‌آپ، وایبر، تلگرام و اینستاگرام و... از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند که در مدت‌زمان کوتاهی به سرعت رشد کرده‌اند و روزبه‌روز میان افراد محبوبیت بیشتری پیدا می‌کنند. فعالیت در شبکه‌های اجتماعی دربرگیرنده‌ی همه‌ی ابعاد زندگی است (Hilberman, 2009: 78). شبکه‌های اجتماعی مجازی با ارضای هم‌زمان

نیازهای عقلی، منطقی و عاطفی جوانان و نوجوانان، گروه‌های سنی مذکور را به سمت خود جذب کرده و مؤسسان جوامع مجازی از این فرصت برای انتقال مفاهیم فرهنگی، سیاسی و اجتماعی مدنظر خود در قالب پنهان نهایت استفاده را می‌برند. دانشجویان از جمله بیشترین استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی می‌باشند (Chu and lim, 2010: 95)

مفهوم سبک زندگی که امروزه به یکی از مفاهیم بنیادین در تحلیل‌های اجتماعی تبدیل شده (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶؛ ربانی و شیر، ۱۳۸۸: ۲۱۰-۱۱). یکی از حوزه‌های جدید و مهم مطالعاتی محسوب می‌شود که در سال‌های اخیر توجه عدّه قابل‌ملاحظه‌ای از محققان اجتماعی را به خود جلب کرده است (شکوری، ۱۳۸۵: ۳۴). بر اساس تعریف لسلی و دیگران، «رفتارهایی که با قشربندی حیثیتی و اعتباری مرتبط است، سبک زندگی نامیده می‌شوند. سبک زندگی، فقط آنچه یک فرد دارد، نیست؛ بلکه چگونگی نمایش آن‌ها توسط فرد است. سبک زندگی، هم الگوهای مصرف را شامل می‌شود و هم قدرتی که از این ناحیه کسب می‌شود. سلیقه، آداب معاشرت و مد، نشانه‌های داشتن جایگاهی در نردبان اجتماعی و نمادهای مرتبط با سبک زندگی هستند» (Leslie, 1944: 368). همچنین بر اساس تعریف چنی سبک زندگی رابطه مستقیمی با هویت افراد دارد. درنهایت، آسابرگر در تعریف سبک زندگی بیشتر به موضوع مد توجه کرده و می‌گوید: «سبک زندگی، فراگردی است که از سلیقه فرد در زمینه آرایش مو و لباس تا سرگرمی و تفریح و ادبیات و موضوعات مربوط دیگر را شامل می‌شود. کلمه سبک، مُد را تداعی می‌کند. پس سبک زندگی در واقع مد یا حالت زندگی یک فرد است. سبک زندگی معمولاً با طبقه اقتصادی - اجتماعی پیوند دارد و در تصویری که از فرد ساخته می‌شود، بازتاب می‌یابد» (Asapterre, 1379: 141)

همچنین سبک زندگی را می‌توان به مجموعه‌ای از رفتارها تعبیر کرد که فرد آن‌ها را به کار می‌گیرد تا نه فقط نیازهای جاری او را برآورند بلکه روایت خاصی را که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است در برابر دیگران مجسم سازد. سبک زندگی اصطلاحی است که در فرهنگ سنتی چندان کاربردی ندارد چون ملازم با نوعی انتخاب از میان تعداد

کثیری از امکان‌های موجود است؛ چه در عرصه کار و چه در عرصه مصرف، برای همه گروه‌هایی که از قید فعالیت‌های سنتی آزاد شده‌اند، انتخاب‌های گوناگونی در زمینه سبک زندگی وجود دارد. در دهه اخیر بدون سبک زندگی و هویت اجتماعی؛ یعنی بدون چارچوب‌های مشخصی که شباهت‌ها و تفاوت‌ها را آشکار می‌سازد، افراد یک جامعه امکان برقراری ارتباطی معنادار و پایدار میان خود نخواهند داشت. نمایش مدرن اشیا نمایش سلسله‌اشیایی است که یکدیگر را تکمیل می‌کنند و حق انتخاب را نشان می‌دهند و جامعه‌ای مملو از نمایش و جلوه که در آن مصرف‌کننده احساس می‌کند که هر چه را می‌خواهد می‌یابد به وجود آمده است. (Giddens, 1382: 76)

یکی از اساسی‌ترین مسائلی که جوامع امروزی با آن مواجه‌اند، هویت اجتماعی است که با ورود شبکه‌های مجازی دچار تغییر و تحولات عمده شده است. جهان مجازی با خصیصه‌هایی مثل بی‌مکانی، فرا زمان بودن، تکثر داشتن، قابل دسترس بودن هم‌زمان و غیره از جهان واقعی به‌طور نسبی جدا می‌شود. عامل بنیادین در شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی تعاملات انسانی است. در واقع فرد هنگامی که به تعامل با فرد دیگری می‌پردازد هویت خویش را به‌عنوان یک عضو جامعه پیدا می‌کند. هویت در بستر تعاملات اجتماعی تعریف می‌شود. ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی دگرگونی بنیادینی را در تعاملات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است. کاستلز<sup>۱</sup> معتقد است از آنجا که انتقال و جریان فرهنگ از طریق ارتباطات صورت می‌گیرد، حوزه فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود، با ظهور تکنولوژی جدید دستخوش دگرگونی‌های بنیادینی می‌گردد. ورود فناوری‌های ارتباطی، دگرگونی بنیادینی را در ساختار مناسبات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است. پیامد این امر شکل‌گیری نوع جدید از تعاملات انسانی است که ضمن تمایز از الگوهای ارتباطی مرسوم در رسانه‌های ارتباط جمعی عملاً فرصت‌های نوینی را در جهت تجلی خود و هویت، به وجود آورده است. در همین ارتباط بل معتقد است جهان مجازی و امکان برقراری ارتباطات هم‌زمان و بی‌شمار، منشأ ظهور فرهنگ‌های آنی و به دنبال آن ظهور هویت‌های خلق‌الساعه شده است که در دوره محدودی شکل می‌گیرد و با ظهور

هویت‌های جدید به سرعت از بین می‌روند.

شبکه‌های اجتماعی مجازی، فضایی است که در پرتوی در دسترس قرار دادن اطلاعات وسیع و سریع، به فرد قدرت نمادین بیشتر و امنیت روانی گسترده‌تری می‌بخشد. اما در همان حال او را وابسته‌تر، بی‌قدرت‌تر و مضطرب‌تر از پیش می‌کند. فضایی است که در پرتوی تسهیل شرایط تعامل اجتماعی، توافق اجتماعی عمیق‌تر و یکپارچگی اجتماعی فراخ‌تری را ایجاد می‌کند اما باز از زاویه‌ای دیگر به سبب کارکردهای خصوصی و منحصرأ فردی‌اش، تمایز و انزوای اجتماعی را گسترش می‌دهد. فضایی که از یک سو تقویت‌کننده هویت‌های ملی و محلی است و از سوی دیگر تضعیف‌کننده آن‌ها و مروج هویتی جهانی و فرامحلی، از سویی ترویج‌دهنده سبک زندگی استاندارد و از پیش تعیین شده است و از سوی دیگر مروج سبک‌های مختلف و متعدد زندگی.

فکوهی (۱۳۸۶) بیان می‌کند که جهانی شدن روند متناقض مدرنیته را تشدید کرده و آن را درون فرایندی متقابل از همگن‌سازی و ناهمگن‌سازی هویتی - جماعتی وارد کرده است که همین شرایط تفسیر مفهوم سبک زندگی و هویت اجتماعی در تر کیب با مفهوم روزمرگی امروز متفاوت تفسیر می‌شود (فکوهی، ۱۳۸۶: ۵۶).

### مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

به عقیده گیدنز هویت را عبارت است از: تعریفی که شخص از خودش دارد. به‌زعم وی هویت انسان در کنش متقابل با دیگران ایجاد می‌گردد و در جریان زندگی پیوسته تغییر می‌کند. هیچ‌کس دارای هویت ثابتی نیست. هویت سیال و همواره در حال شدن و عوض شدن است. به عقیده گیدنز شرط اساسی تدارک هویت شخصی استقرار «اعتماد بنیادین» است. هویت شخصی را نمی‌توان برحسب ماندگاری‌اش در زمان مورد توجه قرار داد بلکه هویت برخلاف خود به‌عنوان دیده‌ای عام مستلزم آگاهی بازتابی است. هویت در واقع همان چیزی است که فرد به آن آگاهی دارد. به عبارت دیگر پدیده‌ای عام مستلزم آگاهی بازتابی است. هویت در واقع همان چیزی است که فرد به آن آگاهی دارد. به عبارت دیگر، هویت چیزی شخصی نیست که در نتیجه تداوم کنش‌های اجتماعی فرد به او تفویض شده

باشد، بلکه چیزی است که فرد باید آن را به‌طور مداوم و روزمره ایجاد کند. در فعالیت‌های بازتابی خود مورد حمایت و پشتیبانی قرار دهد. هویت شخصی در حقیقت همان خود است که شخص آن را به‌عنوان بازتابی از زندگی‌نامه‌اش می‌پذیرد. هویت یعنی تداوم فرد در زمان و هویت شخصی را می‌توان بازتابی تعبیری که شخص از این تداوم دارد، عنوان کرد. محتوای هویت شخصی یا به‌عبارت‌دیگر، ویژگی‌هایی که زندگی‌نامه شخصی از آن‌ها ساخته می‌شود. مانند دیگر عرصه‌های وجودی از نظر اجتماعی و فرهنگی متغیر است. زندگی‌نامه افراد درست مانند حکایت‌های مختلف برحسب مثلاً شکل و سبک با هم فرق دارند، موضوع از نظر ارزیابی هویت شخصی در عصر تجدد اهمیتی بنیادین دارد. (Aaron, 1364:39)

پیتربورک یکی از نظریه‌پردازان کنش متقابل نمادین است که به‌طور جدی به بررسی هویت اجتماعی پرداخته است. اساس تئوری هویت پیتربورک عبارت است از این که اضطراب‌های اجتماعی، ناشی از هویت‌های نامنظم و جداگانه‌ای است که تعارض آن‌ها با یکدیگر استرس ایجاد می‌کند. به نظر وی افراد دارای هویت ثابت نیستند، بلکه با توجه به هر نقشی که در جامعه ایفا می‌کنند، هویت جدید ایجاد می‌شود. این هویت‌ها ممکن است گسسته یا شکسته و ناقص باشند و تا وقتی که تعارض این هویت‌های ناقص برطرف نشود تعارض و اضطراب اجتماعی باقی می‌ماند. طبق تئوری بورک، هویت عبارت است از یک مجموعه معانی که در تعریف یک نقش اجتماعی یا موقعیت اجتماعی که یک شخص کیست به کار می‌رود. این مجموعه از معانی جداگانه مانند یک استاندارد (معیار) با مرجع برای «به کسی بودن» است. وقتی یک هویت فعال می‌شود که پیوند با خودی تثبیت شود. اگر بخواهیم یک انطباق کامل بین ادراکات خود و معیارهای هویت داشته باشیم، نیاز به مبادلات گسترده و کنش متقابل نمادی با دیگران داریم. مکانیزم کنترل برای هر فرد در این معاملات عبارت است از دریافت‌های آن فرد در یک موقعیت که باید با معیار هویت منطبق باشد. نظریه‌پردازان انتقادی، هویت را عامل تغییرات اجتماعی می‌دانند و معتقدند هویت عبارت است از آگاهی‌هایی که افراد از خودشان دارند که گاهی باعث تحولات

اساسی می‌شود. (Abraham, 1368:79)

وبر واژه سبک زندگی را جهت اشاره به شیوه‌های رفتار، لباس پوشیدن، سخن گفتن، اندیشیدن و نگرش‌هایی که مشخص‌کننده گروه‌های منزلتی متفاوت بودند، به کار گرفت (تأمین، ۱۳۸۳: ۹۴) و وبر در تحلیلی چندبعدی به سه مفهوم سبک زندگی یا سبک مند شدن زندگی، تدبیر زندگی و بخت زندگی اشاره می‌کند. وی خصیصه اصلی سبک زندگی را انتخابی بودن آن می‌داند که محدود به برخی مضایق ساختاری است و این محدودیت‌ها اقتصادی و اجتماعی‌اند. وبر کارکرد دوگانه‌ای برای سبک زندگی قائل است. از یک طرف موجب تفاوت بین گروهی می‌شود و به برتری‌های منزلتی و طبقاتی مشروعیت می‌بخشد و از سوی دیگر موجب انسجام بخشیدن درون گروهی می‌شود. به نظر او سبک زندگی بیش از آنکه بر تولید استوار باشد، بر شباهت الگوهای مصرف استوار است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۵۲).

### مطالعات پیشین

بشیر و افراسیابی (۱۳۹۱) در تحقیقی تحت عنوان «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان»؛ مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان بیان می‌کنند که در این مقاله رابطه بین عضویت جوانان در بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان بر اساس آمار تارنمای الکسا و برخی از شاخصه‌های مرتبط با سبک زندگی موردبررسی قرار گرفته است. بر اساس آمار تارنمای الکسا پایگاه اینترنتی کلوب بزرگ‌ترین جامعه مجازی است که از درون کشور ایران مدیریت می‌شود. در عصر جهانی شدن و با ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی، یک فضای مجازی در کنار فضای واقعی ایجاد شده که این دو تأثیرات متقابلی بر یکدیگر دارند. در همین راستا برای سنجش ارتباط میان این دو فضا اعم از زمانی که افراد به اینترنت اختصاص می‌دهند و سایر تأثیرات فرهنگی عضویت و حضور در شبکه‌های اجتماعی، از روش پیمایش اینترنتی و ارسال پرسشنامه به صورت آنلاین برای کاربران فعال کلوب استفاده شده است. میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و نحوه اختصاص وقت به سایر فعالیت‌های اجتماعی ارتباط وجود داشته و بیشتر پاسخ‌دهندگان اذعان



کرده‌اند که به دلیل استفاده بیش‌ازحد از اینترنت برای فعالیت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی مورد اعتراض سایر اعضای خانواده واقع شده‌اند. همچنین میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی با مقوله‌هایی نظیر نحوه ارتباط با جنس مخالف و شیوه محاورات اعضا در محیط بیرونی ارتباط وجود دارد؛ بنابراین می‌توان گفت میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان ارتباط وجود دارد.

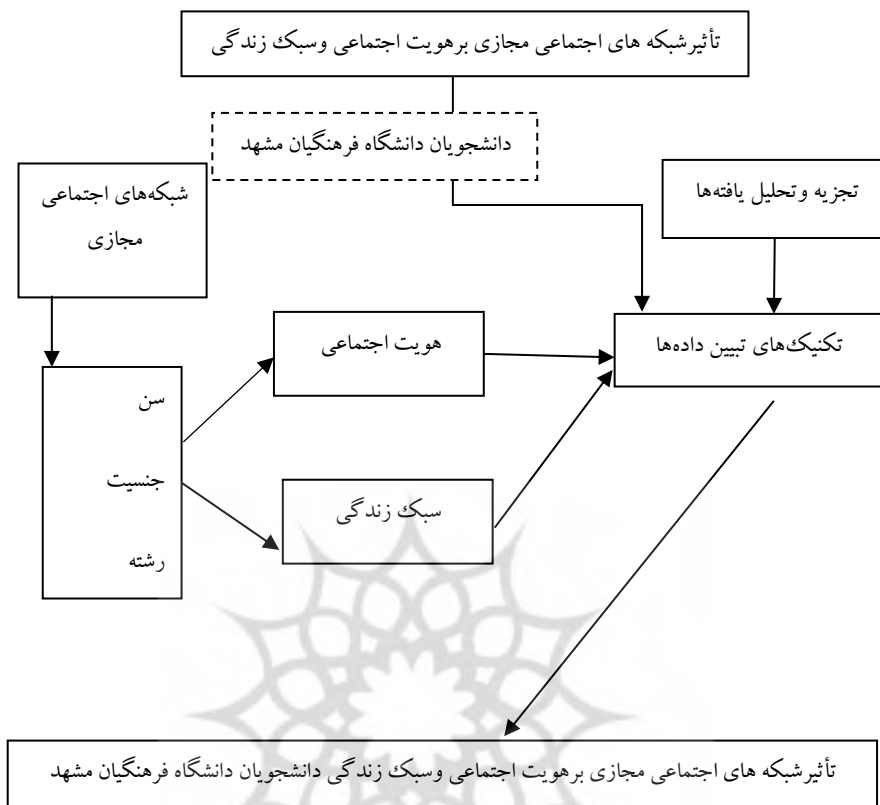
مرادی و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی تحت عنوان انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی بیان می‌کنند که هدف از این مطالعه بررسی تعداد تقریبی کاربران، تعداد تقریب دوستان و دوستان جنس مخالف، فاکتورهای انگیزشی و تفاوت دختران و پسران به‌عنوان کاربر شبکه اجتماعی مجازی بوده است. این مطالعه به‌صورت توصیفی پیمایشی در بین دانشجویان دانشگاه سمنان در سال تحصیلی ۱۳۹۰-۹۱ انجام شده است که از بین آن‌ها ۴۶۰ نفر در مرحله اول و ۳۰۰ نفر در مرحله دوم، از بیست کلاس درسی مختلف به‌صورت خوشه‌ای در این پژوهش انتخاب شدند. ابزار این پژوهش پرسشنامه انگیزه‌های استفاده از فیس‌بوک است. برای ارائه نتایج از شاخص درصد فراوانی و آزمون مانکوا استفاده شد. نتایج این مطالعه نشان داد که مهم‌ترین دلیل جذب مخاطب به فیس‌بوک خود افشاگری است با میزان ۷۲٫۵۶ درصد، دومین انگیزه بهبود وضعیت فردی با ۶۹٫۵، سومین انگیزه غوطه‌ور شدن در رسانه است که ۶۸٫۴۱، چهارمین انگیزه جستجوی اطلاعات با ۵۳٫۵۴، پنجمین انگیزه وقت‌گذرانی با ۵۲٫۴۶، ششمین انگیزه حفظ روابط با ۳۷٫۸ و هفتمین انگیزه سرگرمی با ۳۵٫۳۵. همچنین در خرده مقیاس‌های متغیر خود افشاگری، غوطه‌ور شدن در رسانه، وضعیت فردی و سرگرمی دختران به‌طور معناداری بالاتر از پسران قرار می‌گیرند. به‌علاوه حدود دو سوم از دانشجویان از شبکه اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند و هرکدام حدود ۱۰ دوست یا مخاطب ثابت دارند که تقریباً ۴ نفر از آن‌ها از جنس مخالف هستند. مجموع نتایج نشان می‌دهد که دختران و پسران در میزان استفاده از فیس‌بوک با انگیزه‌های مختلف با یکدیگر تفاوت دارند. نتایج این پژوهش می‌تواند در بررسی نیازها و شرایط جوانان و توجه به آن‌ها راه‌گشا باشد.

روسویگ (۲۰۰۵) ضمن اشاره به یک سبک زندگی آمریکایی، به روایت دیگر بر اساس یافته‌های پژوهشی شرکت کاریتاس، ۶۰ گروه سبک زندگی در آمریکا تشخیص داده شده است که رفتارهای مصرفی و گرایش‌های سیاسی متفاوتی دارند. لذا با توجه به اهمیت موضوع بیان شده ما در این تحقیق به دنبال این هستیم که آیا بین جنسیت، سن، رشته تحصیلی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی و هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه فرهنگیان رابطه‌ای وجود دارد؟

### مدل نظری و مفهومی تحقیق

اکنون با توجه به مسئله و اهداف تحقیق و مرور نظریه‌ها و تحقیقات پیشین می‌توان یک مدل نظری و مفهومی ارائه کرد که مبتنی بر آن‌ها فرضیات تحقیق و به دنبال آن آزمون آن‌ها از طریق انجام پیمایش ممکن خواهد شد. متغیر مستقل اصلی در این تحقیق شبکه‌های اجتماعی مجازی و متغیرهای مستقل فرعی شامل جنسیت، سن، رشته تحصیلی می‌باشد. متغیر وابسته این تحقیق، سبک زندگی و هویت اجتماعی است که برای عملیاتی کردن از این تعریف‌ها از منظر نظریه پردازان استفاده شده است؛ بورديو سبک زندگی را نتیجه قابل‌رؤیتی از ابراز عادت می‌داند از نظر او همه چیزهایی که انسان را احاطه کرده است مثل مسکن، اسباب و اثاثیه، کتاب‌ها، سیگارها، عطرها، لباس‌ها و غیره بخشی از سبک زندگی او می‌باشند (پالومتس، ۱۹۹۸: ۴۷).

همچنین در مورد هویت اجتماعی می‌توان اشاره کرد که هویت اجتماعی شناسه آن حوزه و قلمروی است که فرد با ضمیر ما خود را بدان متعلق، منتسب و مدیون بداند و در برابر آن احساس تعهد و تکلیف کند. (مطهری، ۱۳۷۴: ۸۹). در ادامه می‌توان اشاره کرد که فرضیه‌های تحقیق حاضر که سعی به بررسی رابطه‌ی استفاده از فضای مجازی با سبک زندگی، هویت اجتماعی، سن، جنسیت و رشته تحصیلی دارد با توجه به بهره‌گیری از نظریه‌های گنورگ زیمل، جنکینز و تورشتاین وبلن برای مطرح گردید که در ادامه به ارائه مدل مفهومی و بیان فرضیه‌ها پرداخته می‌شود.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

### فرضیه‌های پژوهش

مبتنی بر چارچوب نظری و مفهومی فوق فرضیه‌های تحقیق حاضر عبارت‌اند از:

۱. بین استفاده از فضای مجازی با سبک زندگی افراد رابطه وجود دارد.
۲. بین استفاده از فضای مجازی با هویت اجتماعی افراد رابطه وجود دارد.
۳. بین سبک زندگی با هویت اجتماعی افراد رابطه وجود دارد.
۴. بین سن دانشجویان با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود

دارد.

۵. بین جنسیت دانشجویان با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تفاوت

وجود دارد.

۶. بین جنسیت دانشجویان با سبک زندگی آنان رابطه وجود دارد.
۷. بین سن دانشجویان با هویت اجتماعی افراد رابطه وجود دارد.
۸. بین رشته تحصیلی دانشجویان با سبک زندگی آنان رابطه وجود دارد.

### روش پژوهش

روش پژوهش موردنظر توصیفی از نوع پیمایشی در مقطع زمانی خاص و جزو تحقیقات کاربردی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر، شامل کلیه دانشجویان دانشگاه فرهنگیان شهر مشهد می‌باشد که بر اساس آمار دریافتی از دانشگاه فرهنگیان حدوداً (۲۱۱۲) نفر در سال تحصیلی ۱۳۹۶ مشغول تحصیل بودند که با بهره‌گیری از فرمول کوکران ۳۲۲ نفر به‌عنوان حجم نمونه آماری انتخاب گردید و همچنین با کمک روش نمونه‌گیری تصادفی ساده اقدام به جدایی‌گزینی حجم نمونه آماری موردنظر از کل جامعه آماری اقدام گردید. تکنیک مورد استفاده برای جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد، این پرسشنامه بر اساس فرضیه‌ها، اهداف پژوهش و بهره‌گیری از مبانی نظری تحقیق و به‌وسیله شاخص‌سازی برای مفاهیم ساخته شده است که روایی آن مورد تأیید اساتید متخصص و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ  $0/80$  برآورد و مورد تأیید قرار گرفت. برای توصیف و تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری استفاده شده است در بخش توصیف از آماره‌های آمار توصیفی (مانند میانگین، میانه و مد) متناسب با سطح سنجش داده‌ها استفاده شده است. در بخش تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری استنباطی مانند ضریب همبستگی پیرسون، آزمون تی تست و تحلیل واریانس استفاده شده است. همچنین تجزیه و تحلیل‌های موردنظر با استفاده از نرم‌افزار SPSS ۲۳ انجام شده است.

### یافته‌های تحقیق

در این پژوهش یافته‌های تحقیق در سه بخش ارائه می‌گردد.

- ۱) در بخش اول به بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخگویان پرداخته می‌شود.
- ۲) در بخش دوم یافته‌های استنباطی با توجه به فرضیه‌ها مطرح و بررسی می‌شود.

### ویژگی‌های جمعیت شناختی

جنسیت: از تعداد افراد پاسخگو ۲۰۴ نفر با میزان ۶۳,۴ درصد مرد و ۱۱۸ نفر با ۳۶,۶ را زن تشکیل می‌دهد.

توزیع سنی: ۲۳,۹ درصد پاسخ‌گویان ۱۸ سال سن دارند، ۲۵,۲ درصد ۱۹ سال، ۱۸,۳ درصد ۲۰ سال، ۱۹,۳ درصد ۲۱ سال، ۱۳,۴ درصد ۲۲ سال سن دارند میانگین سنی پاسخ‌گویان ۱۹,۷۲ سال می‌باشد. بیشتر پاسخ‌گویان در این تحقیق با ۲۵,۲ درصد ۱۹ سال سن دارند.

سطح تحصیلات: ۴,۷ درصد پاسخ‌گویان در رشته دبیری شیمی در حال تحصیل بودند، ۱۱,۸ درصد مشاوره، ۱۱,۳ درصد زیست‌شناسی، ۹,۳ درصد تاریخ، ۶,۵ درصد جغرافیا، ۶,۲ درصد الهیات، ۴ درصد ادبیات، ۱۰,۶ درصد زبان انگلیسی، ۶,۲ درصد فیزیک، ۶,۲ درصد علوم اجتماعی، ۸,۱ درصد تربیت‌بدنی، ۶,۲ درصد ارتباط تصویری، ۲,۲ درصد ریاضی و ۶,۵ درصد از پاسخ‌گویان در رشته علوم تربیتی در حال تحصیل بودند. لازم به ذکر است که بیشتر پاسخ‌گویان در این تحقیق در رشته مشاوره مشغول به تحصیل. با (۱۱,۸) درصد بودند

وضعیت تأهل: در این تحقیق ۱۹۲ نفر از پاسخ‌گویان با ۵۹,۶ مجرد و ۱۳۰ نفر با ۴۰,۴ درصد متأهل می‌باشند

### یافته‌های استنباطی

#### -آزمون پیش فرض نرمال بودن داده‌ها

برای اجرای روش‌های آماری و محاسبه آماره آزمون مناسب و استنتاج منطقی درباره فرضیه‌های پژوهش مهم‌ترین عمل قبل از هر اقدامی، انتخاب روش آماری مناسب برای پژوهش است برای این منظور آگاهی از توزیع داده‌ها از اولویت اساسی برخوردار است. برای همین منظور در این پژوهش از آزمون معتبر کمولموگروف اسمیرنوف که یک نوع

آزمون ناپارامتریک می‌باشد برای بررسی فرض نرمال بودن داده‌های پژوهش استفاده شد. این آزمون برای گرفتن مجوز لازم جهت استفاده از آزمون پارامتریک و ناپارامتریک اعمال می‌گردد تا نرمال بودن اطلاعات اثبات گردد. در این آزمون با توجه به فرضیه‌ها، به بررسی نرمال بودن داده‌ها می‌پردازیم.

در بررسی توزیع داده‌های متغیر مستقل و وابسته که آیا داده‌ها دارای توزیع نرمال هستند یا خیر؟ از آزمون کمولموگروف اسمیرنوف استفاده لازم را برده‌ایم. جهت تفسیر این آزمون یکی از راه‌ها توجه به سطح معنی‌داری است. بدین صورت که سطح معنی‌داری به دست آمده باید بر دو تقسیم گردد اگر میزان حاصله بیشتر از ۰/۰۲۵ باشد، توزیع نرمال و در غیر این صورت توزیع غیر نرمال خواهد بود. نتایج این تحلیل در جدول ۱ ارائه گردیده است.

جدول ۱. نتایج آزمون کالموگروف- اسمیرنوف جهت بررسی فرض نرمال بودن توزیع متغیرها

N	کشیدگی	کجی	p-value	آماره آزمون کولموگروف - اسمیرنوف	
۳۲۲	-.625	.229	.201	.287	سبک زندگی
۳۲۲	-.303	.165	.352	.652	هویت اجتماعی
۳۲۲	.236	-	.875	.101	میزان استفاده از شبکه‌های مجازی

با توجه به جدول ۱ که سطح معناداری به دست آمده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای متغیرها بالاتر از ۰,۰۵ می‌باشد. چون تعدادی از این مقدار بزرگ‌تر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین این تعداد از متغیرها نرمال می‌باشند. اما از سوی دیگر با توجه به آزمون کجی و کشیدگی می‌توان نشان داد که داده‌ها نرمال هستند چراکه در تمامی متغیرها بین ۲ تا -۲ می‌باشد که نشان از نرمال بودن داده‌ها می‌باشد. لذا از آزمون آماری پارامتریک می‌توان استفاده کرد.

فرضیه اول: بین استفاده از فضای مجازی با سبک زندگی افراد رابطه وجود دارد.

تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی و سبک... : امیرپور و طالب‌دوست | ۳۳۹

متغیر مرتبط با این فرضیه به صورت همبستگی می‌باشد. برای بررسی این فرضیه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول ۲. ضریب همبستگی پیرسون استفاده از فضای مجازی با سبک زندگی

سبک زندگی		متغیرها
۰,۴۲۱	ضریب همبستگی	استفاده از فضای مجازی
۰,۰۰۱	سطح معناداری	
۳۲۲	تعداد نمونه	

همان‌طور که در جدول (۲) ملاحظه می‌شود نتایج ضریب همبستگی پیرسون بیانگر این است که بین استفاده از فضای مجازی با سبک زندگی همبستگی معنی‌داری وجود دارد ( $p < 0,05$ ). چون که سطح معنی‌داری ۰,۰۰۱ است، این مقدار مطلوب است چراکه از ۰,۰۵ کمتر می‌باشد. پس بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می‌شود یعنی بین استفاده از فضای مجازی با سبک زندگی افراد رابطه وجود دارد.

#### - تحلیل رگرسیونی

در این قسمت می‌خواهیم با ارائه مدل رگرسیونی، قدرت تبیین سبک زندگی را بررسی کنیم که نتایج آن در جدول شماره (۲) نشان داده شده است.

جدول ۳. معادله رگرسیونی عوامل مؤثر بر سبک زندگی

Sig	رگرسیون	ضریب رگرسیونی
.۰۰۰	.۴۲۱	استفاده از فضای مجازی
.۰۰۰	۲,۱۳۴	F
	.۴۲۱	R
	.۱۷۷	R <sup>2</sup>

با توجه به ضریب تعیین به دست آمده، متغیرهایی که تأثیر معنی‌داری بر سبک زندگی دارند بیش از ۰,۱۷ هزارم درصد واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. بر این اساس می‌توان

گفت که بیش از ۰,۱۷۷ هزارم درصد سبک زندگی به این عوامل بستگی دارد. اما چون سطح معنی داری به دست آمده از ۰,۰۵ کمتر است پس فرضیه صفر تأیید نمی‌شود. بنابراین با توجه به نتیجه آزمون می‌توان با ضریب اطمینان ۹۵ درصد چنین نتیجه‌گیری نمود که به اعتقاد آزمودنی‌های پاسخگو:

«بین استفاده از فضای مجازی با سبک زندگی افراد رابطه معنی داری وجود دارد»

فرضیه دوم: بین استفاده از فضای مجازی با هویت اجتماعی افراد رابطه معنی داری وجود دارد

متغیر مرتبط با این فرضیه به صورت همبستگی می‌باشد. برای بررسی این فرضیه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول ۴. ضریب همبستگی پیرسون استفاده از فضای مجازی با سبک زندگی

هویت اجتماعی		متغیرها
۰,۳۹۸	ضریب همبستگی	استفاده از فضای مجازی
۰,۰۰۰	سطح معناداری	
۳۲۲	تعداد نمونه	

همان‌طور که در جدول (۴) ملاحظه می‌شود نتایج ضریب همبستگی پیرسون بیانگر این است که بین استفاده از فضای مجازی با سبک زندگی همبستگی معنی داری وجود دارد ( $p < 0,05$ ). چون که سطح معنی داری ۰,۰۵ است، این مقدار مطلوب است چراکه از ۰,۰۵ کمتر می‌باشد. پس بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می‌شود یعنی بین استفاده از فضای مجازی با هویت اجتماعی افراد رابطه وجود دارد.

#### - تحلیل رگرسیونی

در این قسمت می‌خواهیم با ارائه مدل رگرسیونی، قدرت تبیین میزان هویت اجتماعی را بررسی کنیم که نتایج آن در جدول شماره (۴) نشان داده شده است.



جدول ۵. معادله رگرسیونی عوامل مؤثر بر میزان هویت اجتماعی

Sig	رگرسیون	ضریب رگرسیونی
.۰۰۰	.۳۹۸	استفاده از فضای مجازی
.۰۰۰	۳,۸۷۴	F
	.۳۹۸	R
	.۱۵۸	R2

با توجه به ضریب تعیین به‌دست‌آمده، متغیرهایی که تأثیر معنی‌داری بر میزان هویت اجتماعی دارند بیش از ۰,۱۵۸ هزارم درصد واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. بر این اساس می‌توان گفت که بیش از ۰,۱۵۸ هزارم درصد هویت اجتماعی به این عوامل بستگی دارد. اما چون سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده ۰,۰۵ کمتر است پس فرضیه صفر تأیید نمی‌شود. بنابراین با توجه به نتیجه آزمون می‌توان با ضریب اطمینان ۹۵ درصد چنین نتیجه‌گیری نمود که به اعتقاد آزمودنی‌های پاسخگو:

«بین استفاده از فضای مجازی با هویت اجتماعی افراد رابطه معنی‌داری وجود دارد»

فرضیه سوم: بین سبک زندگی با هویت اجتماعی افراد رابطه معنی‌داری وجود دارد. متغیر مرتبط با این فرضیه به‌صورت همبستگی می‌باشد. برای بررسی این فرضیه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول (۶) ارائه شده است.

جدول ۶. ضریب همبستگی پیرسون سبک زندگی با هویت اجتماعی

هویت اجتماعی		متغیرها
۰,۴۹۱	ضریب همبستگی	سبک زندگی
۰,۰۰۲	سطح معناداری	
۳۲۲	تعداد نمونه	

همان‌طور که در جدول (۶) ملاحظه می‌شود نتایج ضریب همبستگی پیرسون بیانگر این است که بین سبک زندگی با هویت اجتماعی همبستگی معنی‌داری وجود دارد ( $p < 0,05$ ). چون که سطح معنی‌داری ۰,۰۰۲ است، این مقدار مطلوب است چراکه از ۰,۰۵ کمتر

می‌باشد. پس بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می‌شود یعنی بین استفاده از فضای مجازی با هویت اجتماعی افراد رابطه وجود دارد.

### - تحلیل رگرسیونی

در این قسمت می‌خواهیم با ارائه مدل رگرسیونی، قدرت تبیین میزان هویت اجتماعی را بررسی کنیم که نتایج آن در جدول شماره (۷) نشان داده شده است.

جدول ۷. معادله رگرسیونی عوامل مؤثر بر میزان هویت اجتماعی

Sig	رگرسیون	ضریب رگرسیونی
.۰۰۰	.۴۹۱	سبک زندگی
.۰۰۰	۱۰,۳۵۴	F
.۴۹۱		R
.۲۴۱		R2

با توجه به ضریب تعیین به‌دست آمده، متغیرهایی که تأثیر معنی‌داری بر میزان هویت اجتماعی دارند بیش از ۰,۲۴۱ هزارم درصد واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. بر این اساس می‌توان گفت که بیش از ۰,۲۴۱ هزارم درصد میزان هویت اجتماعی به این عوامل بستگی دارد. اما چون سطح معنی‌داری به‌دست آمده از ۰,۰۵ کمتر است پس فرضیه صفر تأیید نمی‌شود. بنابراین با توجه به نتیجه آزمون می‌توان با ضریب اطمینان ۹۵ درصد چنین نتیجه‌گیری نمود که به اعتقاد آزمودنی‌های پاسخگو:

«بین سبک زندگی با هویت اجتماعی افراد رابطه معنی‌داری وجود دارد»

فرضیه چهارم: بین جنسیت با میزان استفاده از فضای مجازی تفاوت معنی‌داری وجود دارد

جدول ۸. نتایج آزمون t دو نمونه مستقل پیرامون جنسیت پاسخ‌گویان با میزان استفاده از فضای مجازی

P-value	درجه آزادی	مقدار آماره t	انحراف معیار	میانگین	تعداد	
.۰۰۴	۳۲۰	۳,۵۸۷	۱,۰۸۷۸۹	۳,۲۵۰۰	۲۰۴	مرد
			۱,۱۳۲۰۵	۳,۱۶۱۰	۱۱۸	زن

تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی و سبک...: امیرپور و طالب‌دوست | ۳۴۳

بررسی‌های آماری حاکی از آن است که تفاوت میانگین بین دو متغیر جنسیت پاسخ‌گویان با میزان استفاده از فضای مجازی وجود دارد طوری که انحراف معیار نیز تأییدکننده این تفاوت است. آماره  $t$  برابر ۳,۵۸۷ سطح معناداری حاصل ۰,۰۰۴ مطلوب می‌باشد چون سطح معنی‌داری کمتر از ۰۰۵ است پس فرضیه صفر تأیید نمی‌گردد. بنابراین با توجه به نتیجه آزمون می‌توان با ضریب اطمینان ۹۵ درصد چنین نتیجه‌گیری نمود که به اعتقاد آزمودنی‌های پاسخگو:

«بین جنسیت پاسخ‌گویان با میزان استفاده از فضای مجازی تفاوت معنی‌داری وجود

دارد»

فرضیه پنجم: بین جنسیت با سبک زندگی تفاوت معنی‌داری وجود دارد

جدول ۹. نتایج آزمون  $t$  دو نمونه مستقل پیرامون جنسیت پاسخ‌گویان با سبک زندگی

	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار آماره $t$	درجه آزادی	$P$ -value
مرد	۲۰۴	۳,۴۲۱۶	۱,۲۱۵۱۴	۲,۸۵۴	۳۲۰	.۰۰۱
زن	۱۱۸	۳,۳۶۴۴	۱,۲۴۴۹۲			

بررسی‌های آماری حاکی از آن است که تفاوت میانگین بین دو متغیر جنسیت پاسخ‌گویان با سبک زندگی وجود دارد طوری که انحراف معیار نیز تأییدکننده این تفاوت است. آماره  $t$  برابر ۲,۸۵۴ سطح معناداری حاصل ۰,۰۰۱ مطلوب می‌باشد چون سطح معنی‌داری کمتر از ۰۰۵ است پس فرضیه صفر تأیید نمی‌گردد. بنابراین با توجه به نتیجه آزمون می‌توان با ضریب اطمینان ۹۵ درصد چنین نتیجه‌گیری نمود که به اعتقاد آزمودنی‌های پاسخگو:

«بین جنسیت پاسخ‌گویان با سبک زندگی تفاوت معنی‌داری وجود دارد»

فرضیه ششم: بین سن با میزان استفاده از فضای مجازی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۱۰. توصیف آماری سن آزمودنی‌ها برحسب میزان استفاده از فضای مجازی

سن	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار
۱۸ سال	۷۷	۳,۲۷۲۷	۱,۱۰۷۸۲	۰,۱۲۶۲۵

سن	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار
۱۹ سال	۸۱	۳,۴۰۷۳	۱,۰۲۱۹۸	۰,۱۱۳۵۵
۲۰ سال	۵۹	۳,۲۸۸۸	۱,۱۶۰۴۲	۰,۱۱۱۰۷
۲۱ سال	۶۲	۲,۹۱۹۴	۱,۱۹۱۴۸	۰,۱۵۱۳۲
۲۲ سال	۴۳	۳,۰۹۳۰	۰,۹۷۱۳۵	۰,۱۴۸۱۳
کل	۳۲۲	۳,۲۱۷۴	۱,۱۰۳۳۵	۰,۶۱۴۹

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود میانگین سن برحسب میزان استفاده از فضای مجازی متفاوت است. شاخص انحراف معیار و خطای معیار نیز تأییدکننده تفاوت میانگین سن برحسب میزان استفاده از فضای مجازی را نشان می‌دهد.

جدول ۱۱. آزمون مقایسه واریانس سن آزمودنی‌ها برحسب میزان استفاده از فضای مجازی

سطح معنی‌داری	درجه آزادی ۲	درجه آزادی ۱	Levene Statistic
۰,۵۹۵	۳۱۷	۲	۱,۳۵۴

نتایج آزمون لون حاکی از این است که واریانس درون‌گروهی معنادار است.

جدول ۱۲. نتایج آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه پیرامون سن بر میزان استفاده از فضای مجازی

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مربعات	مقدار F	سطح معناداری
واریانس بین‌گروهی	۹,۶۲۸	۴	۲,۴۰۷	۳,۸۵۶	۰,۰۰۰
واریانس درون‌گروهی	۳۸۱,۱۵۵	۳۱۷	۱,۲۰۲		
واریانس کل	۳۹۰,۷۸۳	۳۲۱			

نتایج آزمون آماری تحلیل واریانس یک‌طرفه پیرامون سن برحسب میزان استفاده از فضای مجازی آن‌ها حاکی از آن است که بین سن و میزان استفاده از فضای مجازی تفاوت وجود دارد. طوری که این اختلاف آن‌قدر زیاد است که منجر به رابطه معناداری شده است. یافته‌های به‌دست‌آمده حاکی از آن است که آماره F برابر با ۳,۸۵۶ است و سطح معنی‌داری حاصل  $s=0,000$  مطلوب می‌باشد. چراکه از ۰,۰۵ کمتر است. پس فرضیه صفر تأیید نمی‌شود. بنابراین با توجه به نتیجه آزمون می‌توان با ضریب اطمینان ۹۵ درصد چنین

تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی و سبک... : امیرپور و طالب‌دوست | ۳۴۵

نتیجه‌گیری نمود که به اعتقاد آزمودنی‌های پاسخگو:

«بین سن پاسخ‌گویان با میزان استفاده از فضای مجازی آن‌ها تفاوت معنی‌داری وجود

دارد»

فرضیه هفتم: بین سن با سبک زندگی رابطه معنی‌داری وجود دارد

جدول ۱۳. توصیف آماری سن آزمودنی‌ها برحسب سبک زندگی

سن	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار
۱۸ سال	۷۷	۳,۴۰۲۶	۱,۲۹۰۲۴	۰,۱۴۷۰۴
۱۹ سال	۸۱	۳,۳۲۱۰	۱,۰۷۰۳۶	۰,۱۱۷۹۳
۲۰ سال	۵۹	۳,۴۰۶۸	۱,۲۶۱۰۷	۰,۱۶۴۱۸
۲۱ سال	۶۲	۳,۵۴۸۴	۱,۲۳۷۱۰	۰,۱۵۷۱۱
۲۲ سال	۴۳	۳,۳۲۵۶	۱,۳۴۰۲۴	۰,۲۰۴۳۸
کل	۳۲۲	۳,۴۰۰۶	۱,۲۲۴۵۲	۰,۶۸۲۴

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود میانگین سن برحسب سبک زندگی متفاوت نیست. شاخص انحراف معیار و خطای معیار نیز تأییدکننده تفاوت میانگین سن برحسب سبک زندگی را نشان نمی‌دهد

جدول ۱۴. آزمون مقایسه واریانس سن آزمودنی‌ها برحسب سبک زندگی

سطح معنی‌داری	درجه آزادی ۲	درجه آزادی ۱	Levene Statistic
۰,۰۸۹	۳۱۷	۴	۱,۰۲۳

نتایج آزمون لون حاکی از این است که واریانس درون گروهی معنادار است.

جدول ۱۵. نتایج آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه پیرامون سن برحسب سبک زندگی

منبع تغییرات	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مربعات	مقدار F	سطح معناداری
واریانس بین گروهی	۲,۱۱۲	۴	۰,۵۲۸	۱,۲۳۱	۰,۰۹۸
واریانس درون گروهی	۴۷۹,۲۰۸	۳۱۷	۱,۵۱۲		
واریانس کل	۴۸۱,۳۲۰	۳۲۱			

نتایج آزمون آماری تحلیل واریانس یک‌طرفه پیرامون سن برحسب سبک زندگی آن‌ها حاکی از آن است که بین سن و سبک زندگی تفاوت وجود ندارد. طوری که این اختلاف آنقدر زیاد نیست که منجر به رابطه معناداری شده باشد. یافته‌های به‌دست‌آمده حاکی از آن است که آماره  $F$  برابر با ۱,۲۳۱ است و سطح معنی‌داری حاصل  $s=0,098$  مطلوب نمی‌باشد. چراکه از ۰.۰۵ بیشتر است. پس فرضیه صفر تأیید می‌شود. بنابراین با توجه به نتیجه آزمون می‌توان با ضریب اطمینان ۹۵ درصد چنین نتیجه‌گیری نمود که «بین سن پاسخ‌گویان با سبک زندگی آن‌ها تفاوت معنی‌داری وجود ندارد»

در ادامه به‌منظور بررسی این مسئله که کدام‌یک از متغیرهای مستقل اصلی و فرعی به‌تنهایی قادر به پیش‌بینی متغیر وابسته است، در جدول ذیل نتایج ضرایب رگرسیون گزارش شد.

ضرایب رگرسیون استاندارد شده نشان می‌دهد که از بین متغیرهای موردنظر، جنسیت برابر است با نتیجه ( $t=5/046, P=0/001$ ) و متغیر سن با نتیجه ( $t=5/087, P<0/001$ ) می‌توانند پیش‌بینی مناسبی در زمینه هویت اجتماعی و سبک زندگی دانشجویان داشته باشد، اما متغیر رشته تحصیلی ( $t=0/315, P>0/001$ ) معنی‌داری باشد و پیش‌بین‌های خوبی برای متغیر وابسته نبوده‌اند.

جدول ۱۶. ضرایب رگرسیون در مدل بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی و سبک زندگی

P-value	آماره t	ضرایب استاندارد شده Beta	ضرایب غیراستاندارد		مدل
			خطای انحراف معیار	b	
۰/۰۷	۱/۸۲۱	-	۱۴/۱۳	۲۵/۷۳	مقدار ثابت
۰/۰۰۱	۵/۰۸۷	۰/۳۵	۰/۲۱۶	۱/۰۹۷	سن
۰/۷۵۳	۰/۳۱۵	۰/۰۲	۰/۴۱۹	۰/۱۳۲	رشته تحصیلی
۰/۰۰۱	۵/۰۴۶	۰/۳۸۸	۰/۱۸۸	۰/۹۵۲	جنسیت

## بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق سعی شد به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی و سبک زندگی دانشجویان پرداخته شود، همان‌طور که قبل‌تر اشاره شد شبکه‌های اجتماعی اینترنتی پایگاه یا مجموعه پایگاه‌هایی هستند که امکانی فراهم می‌آورد تا کاربران بتوانند علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خودشان را با دیگران به اشتراک بگذارند و دیگران هم این افکار و فعالیت‌ها را با آنان سهیم شوند. به‌طور کلی شبکه‌های اجتماعی، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند. در واقع شبکه‌های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده‌اند. در شبکه‌های اجتماعی افراد به دو صورت دوست محور و یا دنباله محور با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند.

به عبارتی می‌توان اشاره کرد که شبکه‌های اجتماعی مجازی در دنیای امروز ما به‌گونه‌ای نفوذ کرده است که نمی‌توان زندگی بدون آن را تصور کرد، اما همین فضا آسیب‌های متعددی را با خود به دنبال داشته است که یکی از اصلی‌ترین این آسیب‌ها، تغییر سبک زندگی و شکستن مرز باورها و پرورش‌دهنده‌ی نسل‌های بعدی باشند و با تغییر در هویتشان، می‌توان هویت نسل ایرانی را استحاله کرد. غرب و حاکمان شبکه مجازی برای نیل به چنین هدفی، برنامه‌ریزی گسترده دارند. فقدان شواهد معتبر در زمینه‌های مختلف تعریف، شیوع، اندازه‌گیری، وابستگی رفتاری به اینترنت و رایانه و همچنین رابطه آن‌ها با مفاهیم دیگری مثل کارکرد و بازده تحصیلی، غیبت از کار و مدرسه، خانوادگی، معاشرت با دوستان و مانند آن، نشان می‌دهد که بسیاری از مطالعات و پژوهش‌هایی که برای تبیین وابستگی رفتاری و پیامدهای اجتماعی آنان به کار می‌رود نتوانسته‌اند به‌گونه دقیق و کامل، ابعاد؛ جنبه‌ها و عوامل آن را تشریح و شفاف کنند.

به نظر می‌رسد اجرای پژوهش‌هایی که بتوانند به‌گونه فراگیر، کاستی‌ها و نارسایی‌ها و پیامدهای مربوط به شبکه‌های مجازی را برطرف کنند ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است؛ پژوهش‌هایی که از یک‌سو به تبیین و گسترش بنیان‌های نظری و عملی کمک کنند، از

سوی دیگر برای تعیین و اجرای سیاست‌ها، خط‌مشی‌های خانوادگی و مدیریت منابع نیروی انسانی کاربردپذیر باشند، لذا در این تحقیق به این مهم در راستای بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی و سبک زندگی دانشجویان پرداخته شد و با توجه به مبانی نظری و اهداف مطرح شده هفت فرضیه مطرح گردید، فرضیه اول ادعا دارد که بین استفاده از فضای مجازی با سبک زندگی افراد رابطه وجود دارد. نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین استفاده از فضای مجازی با سبک زندگی همبستگی معنی‌داری وجود دارد ( $p < 0,05$ ). چون که سطح معنی‌داری ۰,۰۰۱ است، این مقدار مطلوب است چراکه از ۰,۰۵ کمتر می‌باشد. پس بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می‌شود یعنی بین استفاده از فضای مجازی با سبک زندگی افراد رابطه وجود دارد. همچنین نتایج معادله رگرسیونی عوامل مؤثر بر سبک زندگی نشان داد که متغیرهایی که تأثیر معنی‌داری بر سبک زندگی دارند بیش از ۰,۱۷ هزارم درصد واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. بر این اساس می‌توان گفت که بیش از ۰,۱۷۷ هزارم درصد سبک زندگی به این عوامل بستگی دارد. اما چون سطح معنی‌داری به دست آمده از ۰,۰۵ کمتر است پس فرضیه صفر تأیید نمی‌شود. بنابراین با توجه به نتیجه آزمون می‌توان با ضریب اطمینان ۹۵ درصد چنین نتیجه‌گیری نمود که به اعتقاد آزمودنی‌های پاسخگو: «بین استفاده از فضای مجازی با سبک زندگی افراد رابطه معنی‌داری وجود دارد». نتایج این فرضیه همخوان است با نظرات گنورگ زیمل، جنکینز و تورشتاین و بلن زیرا نظرات این دو در رابطه با پیوند ارتباطات اجتماعی و شکل‌گیری سبک زندگی می‌تواند چارچوب مفهومی لازم را برای تأیید فرضیه پژوهش فراهم کند.

فرضیه دوم به رابطه‌ی بین استفاده از فضای مجازی با هویت اجتماعی افراد اشاره کرد که نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین استفاده از فضای مجازی با سبک زندگی همبستگی معنی‌داری وجود دارد ( $p < 0,05$ ). چون که سطح معنی‌داری ۰,۰۰۰ است، این مقدار مطلوب است چراکه از ۰,۰۵ کمتر می‌باشد. پس بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می‌شود یعنی بین استفاده از فضای مجازی با هویت اجتماعی افراد رابطه وجود دارد.



همچنین نتایج معادله رگرسیونی عوامل مؤثر بر میزان هویت اجتماعی نشان داد که متغیرهایی که تأثیر معنی‌داری بر میزان هویت اجتماعی دارند بیش از ۰,۱۵۸ هزارم درصد واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. بر این اساس می‌توان گفت که بیش از ۰,۱۵۸ هزارم درصد هویت اجتماعی به این عوامل بستگی دارد. اما چون سطح معنی‌داری به دست آمده از ۰,۰۵ کمتر است پس فرضیه صفر تأیید نمی‌شود. بنابراین با توجه به نتیجه آزمون می‌توان با ضریب اطمینان ۹۵ درصد چنین نتیجه‌گیری نمود که به اعتقاد آزمودنی‌های بین استفاده از فضای مجازی با هویت اجتماعی افراد رابطه معنی‌داری وجود دارد.

نتایج این فرضیه همخوان است با نظرات گنورگ زیمل، جنکینز و تورشتاین و بلن زیرا نظرات این دو در رابطه با پیوند ارتباطات اجتماعی و شکل‌گیری هویت اجتماعی می‌تواند چارچوب مفهومی لازم را برای تأیید فرضیه پژوهش فراهم کند.

در فرضیه سوم مطرح شد که، بین سبک زندگی با هویت اجتماعی افراد رابطه معنی‌داری وجود دارد، نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین سبک زندگی با هویت اجتماعی همبستگی معنی‌داری وجود دارد (۰,۰۵ < p). چون که سطح معنی‌داری ۰,۰۰۲ است، این مقدار مطلوب است چراکه از ۰,۰۵ کمتر می‌باشد. پس بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می‌شود یعنی بین استفاده از فضای مجازی با هویت اجتماعی افراد رابطه وجود دارد. همچنین نتایج معادله رگرسیونی عوامل مؤثر بر میزان هویت اجتماعی نشان داد که متغیرهایی که تأثیر معنی‌داری بر میزان هویت اجتماعی دارند بیش از ۰,۲۴۱ هزارم درصد واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. بر این اساس می‌توان گفت که بیش از ۰,۲۴۱ هزارم درصد میزان هویت اجتماعی به این عوامل بستگی دارد. اما چون سطح معنی‌داری به دست آمده از ۰,۰۵ کمتر است پس فرضیه صفر تأیید نمی‌شود. بنابراین با توجه به نتیجه آزمون می‌توان با ضریب اطمینان ۹۵ درصد چنین نتیجه‌گیری نمود که به اعتقاد آزمودنی‌های پاسخگو: «بین سبک زندگی با هویت اجتماعی افراد رابطه معنی‌داری وجود دارد»

نتایج این فرضیه همخوان است با نظرات گنورگ زیمل، جنکینز و تورشتاین و بلن زیرا نظرات این دو در رابطه با پیوند ارتباطات اجتماعی و شکل‌گیری سبک زندگی و

هویت اجتماعی می‌تواند چارچوب مفهومی لازم را برای تأیید فرضیه پژوهش فراهم کند. در فرضیه چهارم اشاره شد که بین جنسیت با میزان استفاده از فضای مجازی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. نتایج آزمون  $t$  دو نمونه مستقل پیرامون جنسیت پاسخ‌گویان با میزان استفاده از فضای مجازی نشان داد که تفاوت میانگین بین دو متغیر جنسیت پاسخ‌گویان با میزان استفاده از فضای مجازی وجود دارد طوری که انحراف معیار نیز تأییدکننده این تفاوت است. آماره  $t$  برابر ۳,۵۸۷ سطح معناداری حاصل ۰,۰۰۴ مطلوب می‌باشد چون سطح معنی‌داری کمتر از ۰,۰۵ است پس فرضیه صفر تأیید نمی‌گردد. بنابراین با توجه به نتیجه آزمون می‌توان با ضریب اطمینان ۹۵ درصد چنین نتیجه‌گیری نمود که بین جنسیت پاسخ‌گویان با میزان استفاده از فضای مجازی تفاوت معنی‌داری وجود دارد که نتیجه فرضیه‌ی موردنظر با نتایج تحقیق فتحی و همکاران (۱۳۹۳) هم‌خوانی دارد.

در فرضیه پنجم مطرح گردید که بین جنسیت با سبک زندگی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. نتایج آزمون  $t$  دو نمونه مستقل پیرامون جنسیت پاسخ‌گویان با سبک زندگی نشان داد که تفاوت میانگین بین دو متغیر جنسیت پاسخ‌گویان با سبک زندگی وجود دارد طوری که انحراف معیار نیز تأییدکننده این تفاوت است. آماره  $t$  برابر ۲,۸۵۴ سطح معناداری حاصل ۰,۰۰۱ مطلوب می‌باشد چون سطح معنی‌داری کمتر از ۰,۰۵ است پس فرضیه صفر تأیید نمی‌گردد. بنابراین با توجه به نتیجه آزمون می‌توان با ضریب اطمینان ۹۵ درصد چنین نتیجه‌گیری نمود که بین جنسیت پاسخ‌گویان با سبک زندگی تفاوت معنی‌داری وجود دارد، همانند فرضیه‌ی شماره چهارم، نتایج فرضیه‌ی پنجم نیز با نتایج تحقیق فتحی و همکاران (۱۳۹۳) هم‌خوانی دارد.

در فرضیه ششم مطرح گردید که بین سن با میزان استفاده از فضای مجازی رابطه معنی‌داری وجود دارد. نتایج آزمون آماری تحلیل واریانس یک‌طرفه پیرامون سن بر حسب میزان استفاده از فضای مجازی آن‌ها حاکی از آن است که بین سن و میزان استفاده از فضای مجازی تفاوت وجود دارد. طوری که این اختلاف آنقدر زیاد است که منجر به رابطه معناداری شده است. یافته‌های به‌دست‌آمده حاکی از آن است که آماره  $F$  برابر با

تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی و سبک...: امیرپور و طالب‌دوست | ۳۵۱

۳,۸۵۶ است و سطح معنی‌داری حاصل  $s=0,000$  مطلوب می‌باشد. چراکه از ۰,۰۵ کمتر است. پس فرضیه صفر تأیید نمی‌شود. بنابراین با توجه به نتیجه آزمون می‌توان با ضریب اطمینان ۹۵ درصد چنین نتیجه‌گیری نمود که بین سن پاسخ‌گویان با میزان استفاده از فضای مجازی آن‌ها تفاوت معنی‌داری وجود دارد و می‌توان اشاره کرد که نتایج فرضیه‌ی موردنظر با با نتایج تحقیق شکاری و حاجیانی (۱۳۹۳) همخوانی دارد.

در فرضیه هفتم اشاره شد که بین سن با سبک زندگی رابطه معنی‌داری وجود دارد نتایج آزمون آماری تحلیل واریانس یک‌طرفه پیرامون سن بر حسب سبک زندگی آن‌ها حاکی از آن است که بین سن و سبک زندگی تفاوت وجود ندارد. طوری که این اختلاف آن‌قدر زیاد نیست که منجر به رابطه معناداری شده باشد. یافته‌های به دست آمده حاکی از آن است که آماره F برابر با ۱,۲۳۱ است و سطح معنی‌داری حاصل ۰,۰۹۸  $s=$  مطلوب نمی‌باشد. چراکه از ۰,۰۵ بیشتر است. پس فرضیه صفر تأیید می‌شود. بنابراین با توجه به نتیجه آزمون می‌توان با ضریب اطمینان ۹۵ درصد چنین نتیجه‌گیری نمود که بین سن پاسخ‌گویان با سبک زندگی آن‌ها تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و همانند فرضیه‌ی شماره ششم نتایج فرضیه‌ی موردنظر با نتایج تحقیق شکاری و حاجیانی (۱۳۹۳) همخوانی دارد. در پایان می‌توان اشاره کرد که ضرایب رگرسیون استاندارد شده نشان می‌دهد که از بین متغیرهای موردنظر، جنسیت برابر است با نتیجه ( $t=5/046, P=0/001$ ) و متغیر سن با نتیجه ( $t=5/087, P<0/001$ ) می‌توانند پیش‌بینی مناسبی در زمینه هویت اجتماعی و سبک زندگی دانشجویان داشته باشد، اما متغیر رشته تحصیلی ( $t=0/315, P>0/001$ ) معنی‌داری باشد و پیش‌بین‌های خوبی برای متغیر وابسته نبوده‌اند.

### پیشنهادها

۱- با توجه به این که یکی از اهداف تحقیق بررسی تفاوت در میزان تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی با توجه به سن دانشجویان می‌باشد لذا فرهنگ‌سازی به‌عنوان یک راه‌حل مقوله‌ای است که اگر عواملی که در اجتماعی کردن افراد دخالت دارند درست و وظایف خود را انجام دهند و به‌عبارت‌دیگر بروز باشند می‌توانند تا حدودی در کاهش استفاده از

فضای مجازی مؤثر واقع شوند. مسئولان و نظریه‌پردازان کشور تدابیری برای فرهنگ‌سازی جهت استفاده کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی بخصوص کاربران جوان، بیندیشند تا از این طریق بتوان فرهنگ ملی ایران را در بین کاربران ایرانی فیس‌بوک تقویت کرد تا فرهنگ‌های جهانی را که همسو با فرهنگ بومی ما هستند، بپذیرند.

۲- با توجه به این که نتیجه تحقیق نشان داد شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی دانشجویان دانشگاه تأثیرگذار است لذا مسئولان و برنامه‌ریزان فرهنگی کشور سعی در ارائه‌ی برنامه‌های منسجم برای معرفی فرهنگ ملی در فضای مجازی داشته باشند تا به‌نوعی بتوان فرهنگ ایرانی را به‌عنوان یکی از فرهنگ‌های اثرگذار در عرصه‌ی جهانی به کاربران خارجی معرفی نمود.

۳- یکی دیگر از اهداف این تحقیق بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه فرهنگیان مشهد بود که نتیجه تحقیق هم نشان داد شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه فرهنگیان مشهد تأثیر می‌گذارد بر این اساس می‌توان این پیشنهاد را مطرح کرد که هویت اجتماعی در بین دانشجویان به‌عنوان قشری از جامعه که باید آینده کشور را بسازد، یکی از مسائلی است که بهبود آن باید در برنامه‌های دولت قرار گیرد. هویت اجتماعی در فضای مجازی، قابل تسری به زندگی واقعی افراد است. این مسئله به‌نوبه‌ی خود جنبه‌های گوناگون زندگی افراد را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد و می‌تواند سبب ضرر و زیان فراوان به کشور شود. از سویی دیگر تقویت هویت اجتماعی شهروندان در زندگی واقعی، سبب تسری این هویت انسجام‌یافته به فضای مجازی می‌شود و کاربران، کمتر تحت تأثیر این شبکه‌های مجازی قرار می‌گیرند. بنابراین ضروری به نظر می‌رسد که برنامه‌هایی جهت تقویت هویت اجتماعی شهروندان، اندیشیده شود تا از اثرپذیری‌های آنی از فرهنگ‌های جهانی که به خاطر عدم تطابق با فرهنگ بومی ممکن است مشکلاتی را به وجود آورند، اجتناب شود.

۴- با توجه به این که نتیجه تحقیق نشان داد میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اساس جنسیت متفاوت است و مردها بیشتر از زن‌ها در فضای مجازی هستند می‌توان پیشنهاد داد

تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی و سبک.... : امیرپور و طالب‌دوست | ۳۵۳

که با فراهم کردن فرصت‌های شغلی بیشتر برای این گروه از این طریق زمینه استفاده کمتر آن‌ها را از شبکه‌های اجتماعی فراهم کرد.

**ORCID**

Mahnaz Amirpour  <https://orcid.org/>

Maryam Talebdoost  <https://orcid.org/>



## منابع

- آبراهام. اچ جی (۱۳۶۸). *خاستگاه‌های جامعه‌شناسی*، ترجمه احمد کریمی، انتشارات پایپروس
- باقیانی، محمدحسین؛ احرام پوش، محمدحسن و طاهره، سلطانی، (۱۳۹۲). *تعیین وضعیت سبک زندگی و عوامل مرتبط بر آن در بین کارمندان و کارگران شهر یزد*، طب کار
- باتامور، تام. (۱۳۴۵). *مبانی جامعه‌شناسی*، ترجمه سید حسن حسینی کلجاهی، انتشارات خوارزمی.
- بورديو، پیر (۱۳۸۱). *کنش‌های ورزشی و کنش‌های اجتماعی*، ترجمه محمدرضا فرازنده، چاپ بیستم، انتشارات ارغنون
- چنکینز؛ ریچارد، (۱۳۸۱). *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یار احمدی، تهران، انتشارات شیرازه
- چلبی، مسعود، (۱۳۷۵). *جامعه‌شناسی نظم؛ تشریح و تحلیل نظریه نظم اجتماعی تهران*، نشر نی
- فکوهی، ناصر، (۱۳۸۶). *انسان‌شناسی شهری*، تهران، نشر نی.
- گیدنز، آنتونی، (۱۳۷۸). *جامعه‌شناسی*، مترجم منوچهر صبوری کاشانی، تهران، نشر نی
- گیدنز، آنتونی، (۱۳۷۷). *چهره متغیر امنیت ملی*، ترجمه و انتشار پژوهشکده مطالعات راهبردی
- گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۳). *تجدد و تشخیص*. ترجمه‌ی ناصر موفقیان، تهران: نشر نی
- بشیر، حسن و افراسیابی، محمدصادق. (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان»؛ *مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان*، تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۱، صص ۳۱ - ۶۰.
- قاسمی، وحید؛ ربانی، رسول و ربانی، علی، (۱۳۸۷). «تعیین‌کننده‌های ساختاری و سرمایه‌ای سبک زندگی سلامت‌محور»، *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی*، ۲۱۳-۱۸۱
- مرادی، شهاب، رجب پور، مجتبی، کیان، فرحناز. (۱۳۹۳). «انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی»، *مجله فرهنگ در دانشگاه اسلامی*، شماره ۱، صص ۹۵-۱۱۸.
- کیبیری، افشار؛ سعادت، موسی؛ قاسمی، الناز (۱۳۹۸)، «بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تبیین آگاهی سیاسی دانشجویان»، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، پاییز ۹۸، دوره ۵، شماره ۱۹، صص ۲۳۱-۲۶۰.

## References

- Anderson, Terry (2004) *Theory and Practice of Online Learning*. In Anderson, Terry & Elloumi, Fathi, eds. *Theory and Practice of Online Learning*, p. Athabasca University.

تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی و سبک.... : امیرپور و طالب‌دوست | ۳۵۵

- Beer, David (2008) Social network(ing) sites revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (2):516529-.
- Castells, Manuel (2007). "Communication, Power and Counter-power in the Network Society". *International Journal of Communication, Vol. 1*, 2007, pp. 238266-.
- Castells, Manuel (2009) Communication Power. Oxford University Press.
- Thompson, John B (1995). *The Media and Modernity: a Social Theory of the Media*. Stanford, CA: Stanford University Press. Torres-Coronas, Teresa; Monclús-Guitart, Ricard; Rodríguez-Merayo, Araceli; Vidal



**استناد به این مقاله:** امیرپور، مهناز، طالب‌دوست، مریم. (۱۴۰۱). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی و سبک زندگی دانشجویان دانشگاه فرهنگیان مشهد، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۸(۳۲)، ۳۲۵-۳۵۵.  
DOI: 10.22054/nms.2022.34390.546



New Media Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License..



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی