



مطالعه جامعه شناختی تأثیر شبکه های مجازی بر سبک زندگی دانشجویان دختر

مرضیه شهریاری (نویسنده مسئول)^۱، زهراشیرازی^۲، فاطمه آذرپیران^۳

استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز m.shahryari@scu.ac.ir

کارشناس ارشد جامعه شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز shirazi.zahra1993@gmail.com

کارشناس علوم اجتماعی دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز F.aZARPIRAN@YAHOO.COM

چکیده

مفهوم سبک زندگی از جمله مفاهیم علوم اجتماعی است. شبکه های اجتماعی مجازی با توجه به کارکردهای متنوع شان برای ترویج سبک زندگی مبتنی بر اینترنت مورد استقبال گرفته اند. در این میان جوانان بیش از همه، این رسانه اجتماعی را در زندگی خود به کار گرفته اند. هدف از پژوهش حاضر، بررسی تأثیر شبکه های مجازی بر سبک زندگی دانشجویان دختر دانشگاه های اهواز است که می توانند بر کنش هایی مثل انتخاب پروفایل، دوستیابی، ارتباطات و نگرش آنها تأثیرگذار باشند. در این تحقیق از نظریات گیدنز، بوردیو، باومن و لیوتار استفاده شده است. روش پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی است. بدین منظور، نمونه ای باحجم ۱۰۰ نفر از بین دانشجویان خوابگاه حضرت معصومه اهواز به صورت تصادفی انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده شد. در این پژوهش رابطه و تأثیر شبکه های مجازی بر سبک زندگی دانشجویان بررسی شده و یافته های بدست آمده نشان می دهد که متغیرهای تصویر پروفایل جوانان، روند دوستیابی، ارتباطات و نگرش آنان با سبک زندگی رابطه مثبت، معنادار و مستقیم داشته اند.

واژه های کلیدی

شبکه های مجازی، سبک زندگی، جوانان



۱. متن مقاله

با رشد شتابان تکنولوژی ارتباطات، دو روند بزرگ و اثرگذار و متعامل «جهانی شدن و مجازی شدن» بر زندگی انسان ها تأثیر گذاشته است. انتقال زندگی انسان ها به فضاهای سایبر و مجازی شدن روابط انسانی به عامل اصلی تغییر الگوهای فردی و رفتاری بخش عظیمی از انسان ها به ویژه جوانان می باشد. (تامپسون به نقل از شکاری نمین و حاجیانی، ۱۳۹۳: ۶۵). بدین ترتیب زمینه بکارگیری این ابزار ارتباطی و گسترش شبکه ای از این دست در کشورهای در حال توسعه ارز جمله ایران گریزناپذیر است. فرهنگ رسانه ای با برتری مشهود اینترنت به عنوان فراگیرترین و مسلط ترین فرهنگ تأثیرگذار در جامعه شناخته شده است (معینی به نقل از شکاری نمین و حاجیانی، ۱۳۹۳: ۶۵). همچنین از آنجا که حدود ۶۰ درصد جامعه ما را جوانان تشکیل می دهند، شایسته است که رابطه آنها با رسانه های اجتماعی و تأثیرات آن بر زندگی جوانان با توجه به گسترش آن در جامعه ما مورد توجه ویژه قرار گیرد (امیرپور و گریوانی، ۱۳۹۲: ۲۴). شبکه های اجتماعی اینترنتی به عنوان مهم ترین مصداق این امر، به محلی برای حضور افشار مختلف جامعه به ویژه جوانان و مکان تبادل آراء، و تأمین نیازهای متناسب با زندگی اجتماعی جوانان تبدیل شده اند. شبکه های اجتماعی اینترنتی علاوه بر اینکه مرجع تأمین بسیاری از نیازهای فرهنگی و اجتماعی اعضای 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 (بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱: ۳۲). مفهوم سبک زندگی که امروزه یکی از مفاهیم بنیادی در تحلیل های اجتماعی تبدیل شده است (آزادارمکی، ربانی و شیرینی به نقل از شکاری نمین و حاجیانی، ۱۳۹۳: ۶۴)، یکی از حوزه های جدید و مهم مطالعاتی محسوب می شود؛ که در سال های اخیر توجه قابل ملاحظه ای از محققان اجتماعی را به خود جلب کرده است. بنابراین همانطور که گفته شد رشد کاربران اینترنت و شبکه های اجتماعی اینترنتی، پیدایش سبک جدیدی از زندگی به نام سبک زندگی جوامع مجازی را در پی داشته است. این شیوه زندگی که در آمیخته با شبکه های اجتماعی مجازی است سبک جدیدی از زندگی است که همه فعالیت های روزمره را تحت تأثیر قرار می دهد (شکاری نمین و حاجیانی، ۱۳۹۳: ۶۴). براساس تعریف لسلو و دیگران سبک زندگی هم الگوی مصرف را شامل می شود و هم قدرتی که از این ناحیه کسب می شود، سلیقه و آداب معاشرت و مد نشانه های داشتن جایگاهی در نردبان اجتماعی و نمادهای مرتبط با سبک زندگی هستند (لسلو و همکاران به نقل از بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱: ۳۳). بنابراین براساس توضیحات داده شده این تحقیق در راستای پاسخ به سوالات زیر صورت گرفته است:

۱. شبکه های مجازی بر شیوه ی رفتار (تصاویر پروفایل، روند دوستیابی) چه تأثیری می گذارد؟
۲. شبکه های مجازی بر سلاقی (ارتباطات، نگرش) جوانان چه تأثیری می گذارد؟

۲. پیشینه تجربی

اکبری و ملکیان (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه شبکه های اجتماعی مجازی با سبک زندگی عمومی جوانان ۱۸ تا ۲۵ ساله منطقه ۴ تهران انجام دادند. روش تحقیق پیمایشی و ابزار پژوهش پرسشنامه می باشد که بر روی ۳۸۴ نفر از طریق نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای انتخاب شده اند صورت گرفته است. نتایج حاکی از آن است که بین سبک زندگی و متغیرهای میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی، مدت عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی، رضایت از شبکه های اجتماعی مجازی، مهارت استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و نوع نگرش به شبکه های اجتماعی مجازی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. فرقانی و مهاجری (۱۳۹۶)، تحقیقی را با عنوان رابطه بین میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله انجام دادند. به این منظور با استفاده از روش پیمایش، پرسشنامه محقق ساخته ای بین ۳۸۴ نفر از جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهر تهران با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای توزیع شد. نتایج تحقیق حاکی از آن است که با افزایش ساعات استفاده از این شبکه های تغییر در هر یک از مولفه های سبک زندگی نیز بیشتر می شود.



گلاداستون^۱ (۲۰۱۷)، در مقاله ای با عنوان "زیبایی و سرمایه اجتماعی: جذابیت شبکه‌های اجتماعی را شکل می‌دهد"، به این نتیجه رسید که افراد با سبک زندگی زیبا و جذاب از فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی نسبت به افراد دیگر بیشتر بهره خواهند برد و این سبک زندگی به عنوان یک الگو برای دیگران قرار می‌گیرد تا برای رسیدن به آن تلاش کنند و مصرف بیشتری متمایل شوند. باگورا و رنو (۲۰۱۹)، مقاله ای تحت عنوان مطالعه تأثیر شبکه اجتماعی آنلاین بر سبک زندگی نوجوانان روستایی انجام دادند. حجم نمونه این مطالعه ۲۰۰ نوجوان روستایی شامل ۱۰۰ پسر و ۱۰۰ دختر بود. نتایج مطالعه نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین بر شخصیت، تعامل اجتماعی و سرگرمی‌های نوجوانان روستایی تأثیر می‌گذارد. نروسایینی و دیگران (۲۰۲۰)، مقاله ای تحت عنوان تأثیر سایت‌های شبکه‌های اجتماعی بر کیفیت زندگی دانشجویان انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد که ۹۸ درصد پاسخ‌دهندگان از اینترنت استفاده می‌کنند. کاربران روزانه سایت‌های شبکه‌های اجتماعی در مقایسه با کاربران غیر روزانه بسیار زیاد است. کومار و همکاران (۲۰۲۱)، در مقاله ای تحت عنوان عوامل تأثیرگذار تبلیغات آنلاین بر رفتار خرید آنلاین جوانان، تأثیر تبلیغات آنلاین بر مصرف‌کنندگان که آنها را به خرید آنلاین ترغیب می‌کند تا این تأثیر را تجزیه و تحلیل کنند، بررسی کردند. اطلاعات از ۴۳۴ پاسخ‌دهنده از طریق یک نظرسنجی با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای جمع‌آوری شد. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد همه عوامل (عوامل اقناعی و عوامل نگرانی) همبستگی کمی در تأثیر رفتار خرید اینترنتی جوانان دارد.

۳. چارچوب نظری

نظریه ساخت‌یابی‌گیدنز تأکید بر این دارد که عامل انسانی و ساخت اجتماعی با هم مرتبط اند و تکرار رفتارهای افراد است که ساخت را باز تولید می‌کند و به واسطه همین بازتولید توسط کنش‌های انسانی، ساخت برای کنش انسانی محدودیت ایجاد می‌کند. گیدنز همینطور بر تأثیر کار و حرفه‌ی افراد بر شیوه‌های زندگی آنان تأکید دارد و معتقد است که کار و شغل و منبع درآمد، شانس‌ها و بحث‌های زندگی را به شدت مشروط می‌سازد (فتحی و همکاران، ۱۳۹۳: ۷۸). بنابراین رفتار مخاطبان با توجه به ساخت‌ها شکل می‌گیرد. وجود ساخت‌های متفاوت در جامعه و تأثیر آن‌ها بر افراد باعث شده تا رفتارهای رسانه‌ای افراد با یکدیگر یکسان نبوده و دسته‌های مختلفی را ایجاد نماید. این تفاوت‌ها در نهایت منجر به تنوع انتخاب سبک‌های زندگی خواهد شد یعنی طبق این نظریه ساخت‌های اجتماع در سطح کلان بر افکار و رفتارهای افراد به هر یک از رسانه‌ها و کانال‌های موجود با توجه به نوع ساختارهای اجتماعی مثل تحصیلات، درآمد، شغل و منابعی را در دسترس عاملان و یا مخاطبان قرار می‌دهد که می‌توانند بر انتخاب سبک زندگی شان مؤثر باشد (فتحی و همکاران، ۱۳۹۳: ۷۸). از نظر گیدنز رسانه‌ها (شبکه‌های مجازی) نقش مهمی در تبلیغ سبک‌های زندگی دارد. طیف سبک‌های زندگی با گونه‌های آرمانی که در رسانه‌ها طرح می‌شوند شاید محدود باشند ولی گسترده‌تر از سبک زندگی‌ای هستند که افراد قاعدتاً در زندگی روزمره خود در قالب آنها جا می‌گیرند (اکبری و ملکیان، ۱۳۹۵: ۱۰).

دیدگاه بوردیو بر این است که افراد و گروه‌ها در یک جامعه دارای موقعیت‌های متفاوت و متمایزی هستند (وضع یا فضای اجتماعی). افراد یا گروه با درونی کردن این وضعیت و نمادهای آن یک نظام طبقه‌بندی در ذهن خود به وجود می‌آورند. این نظام مجموعه‌ای از ترجیحات و انتخاب‌ها را در ذهن افراد تولید می‌کند که معنا و ارزش‌های شان از خلال روابط و تضادهایشان درک می‌شود. این ترجیحات و انتخاب‌ها وقت در محدوده توانایی‌ها (همانند سرمایه اقتصادی و نمادین) در قالب کنش و دارایی‌ها بروز می‌یابد، سبک‌های زندگی متمایزی را ایجاد می‌نماید و به بیان دیگر نظام اجتماعی بازتولید می‌شود. بنابراین بوردیو سبک‌های زندگی را محصول منش‌ها و تابعی از انواع تجربه‌ها و آموزش رسمی می‌داند. بوردیو در کتاب تمایز استدلال می‌کند که تمایزات اجتماعی را می‌توان در

^۱ Gladstone



مجموعه متنوعی از اعمال اجتماعی مشاهده کرد، از جمله عواملی مربوط به اوقات فراغت می شود مثل تعطیلات، ورزش ها، مطالعه، موسیقی، تلویزیون، سینما و... (فتحی و همکاران، ۱۳۹۳: ۷۹).

همچنین زیگمونت باومن در توصیف مدرنیته جدید از مدرنیته سیال و نیز جامعه سیال نام می برد. وی سیالیت، قالب پذیری و عدم ثبات و پایداری در تمامی وجوه زندگی انسان امروزی را مهم ترین ویژگی جامعه مدرن می داند. باومن در کتاب عشق سیال به ناپیداری روابط عاطفی در عصر مدرن پرداخته است. عشق سیال به این موضوع اشاره دارد که فرد به جای ثبات در عواطف و احساسات به دنبال روابط کوتاهی است که در کوتاه ترین زمان ممکن به نیازهای عاطفی و جسمی وی پاسخ دهد ولی او را از عشق های احتمالی و بهتر در آینده محروم نکند. تنهایی مضاعف، افسردگی، نگرانی و عدم لذت از برقراری روابط عاطفی را می توان سیالیت عشق بین افراد مختلف به عنوان ابژه عشق قلمداد کرد (باومن، ۱۳۸۷: ۱۱). سیالیت و عدم پایداری ویژگی مشخص جامعه مصرفی و جامعه مدگراست. در این جامعه مدها و طرح های جدید، چون خوراک و پوشاک یا تلفن همراه، مانند صداها و اشعار جدید، همانند احساس های تازه، جایگزین مدهای قبلی می شوند. این تغییر و جایگزینی چنان سریع رخ می دهد که اغلب افراد حتی متوجه آن هم نمی شوند (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۰۳).

لیوتار با انتشار کتاب خود با عنوان «وضعیت پست مدرن: گزارشی درباره دانش» (سال ۱۹۷۹)، استدلال می کند که ماهیت و موقعیت دانش تغییر یافته است. عصر صنعتی - که با تولید انبوه، پژوهش علمی و ایده آل های روشنگری عقلانیت و پیشرفت مشخص می شود - به پایان رسیده است. ما هم اینک در وضعیت جدیدی زندگی می کنیم که لیوتار آن را پست مدرن می نامد، و در این وضعیت فناوری اطلاعات، حاکم بوده و بر کارآمدی و ارزش های عمل گرایانه تأکید می گردد. لیوتار در بحث جهانی شدن، جهانی سازی را محصول اراده معطوف به یکسان سازی و یکپارچه سازی عالم توسط سرمایه داری امپریالیستی می داند که تا هیچ لحظه از تاریخ معاصر بشریت ماشین سلطه و سرکوب خویش را تا به این حد مرگبار و اقتدارگرا متشکل نساخته است که بتواند با بمب های اتمی اش کره خاکی را چندین بار کاملاً منهدم سازد (مزروعی و کمال غریبی مفرد، ۱۳۹۳: ۱۳۰-۱۲۹). از نظر لیوتار، در وضعیت پست مدرنیستی در سایه شکل جدید ارتباطات، شاهد استقبال از تفاوت ها و تمایزات هستیم که در آن همه ی فرهنگ ها با هم آشنا می شوند و بر بسیاری از ابعاد سبک زندگی افراد در سرتاسر جهان تأثیر می گذارد. در این فضای فرهنگی عظیم، طیفی از گروه های قومی، نژادی و زبانی از گفت و گو در فضای عمومی استقبال و تبادل نظر می کنند. از دیدگاه لیوتار آن چیزی که در آن واحد در سراسر جهان قابل مشاهده و ملموس است مواجه فرهنگ های مختلف، تفکرات گوناگون و عملکردهای متفاوت و گاه متضاد ملت های گوناگون است (همان: ۱۳۴-۱۳۳).

۴. فرضیه های تحقیق

۱. بین شبکه های مجازی و تصویر پروفایل جوانان رابطه معنادار وجود دارد.
۲. بین شبکه های مجازی و روند دوست یابی جوانان رابطه معنادار وجود دارد.
۳. بین شبکه های مجازی و ارتباطات جوانان رابطه معنادار وجود دارد.
۴. بین شبکه های مجازی و نگرش جوانان رابطه معنادار وجود دارد.

۵. روش تحقیق

تحقیق حاضر براساس نوع داده های جمع آوری شده، تحقیق کمی است. راهبرد مورد استفاده در این تحقیق پیمایش می باشد. جامعه آماری در این تحقیق دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز می باشد. تعیین حجم نمونه در پژوهش حاضر، جمعیت آماری دانشجویان



دختر دانشگاه شهید چمران اهواز در نظر گرفته شد، که از شیوه نمونه گیری در دسترس انتخاب شدند. جمعیت نمونه آماری ۵۰ نفر از دانشجویان دختر دانشگاه‌های اهواز در نظر گرفته شده است. ابزار مورد استفاده در این تحقیق، پرسشنامه آنلاین محقق ساخته است. پیش از آغاز پیمایش، پرسشنامه ابتدایی مورد آزمون اولیه قرار گرفت و با استفاده از نتایج به دست آمده، نقایص موجود برطرف و پرسشنامه نهایی تنظیم شد. پس از گردآوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل آنها با استفاده از نرم افزار آماری SPSS انجام گردید و برای بررسی رابطه بین متغیرها از آزمون های آماری متناسب با هر فرضیه استفاده شد. در این رابطه جهت اطمینان از اعتبار لازم با مشاوره و بهره گیری از نظرات اساتید و کارشناسان مربوطه و همچنین از آزمون آلفای کرونباخ جهت پایایی پرسشنامه استفاده شده است.

۶. یافته های تحقیق

۶-۱- توصیف داده ها

در این بخش به ویژگی های جمعیت شناختی پاسخگویان به تفکیک، سن، وضعیت تأهل و مقطع تحصیلی پرداخته شده است.

۶-۱-۱- توصیف نمونه آماری بر اساس سن

جدول شماره ۱: توصیف نمونه آماری بر اساس سن

درصد فراوانی	فراوانی	سن
۰/۳۶	۱۸	۲۱ تا ۱۹
۰/۶۰	۳۰	۲۴ تا ۲۲
۰/۲	۱	۲۷ تا ۲۵
۰/۲	۱	۲۸ به بالا
۰/۱۰۰	۵۰	کل

بیشترین تعداد پاسخگویان بین ۲۲ تا ۲۴ سال سن دارند که ۳۰ نفر می باشند و کمترین میزان با یک نفر پاسخگو بین ۲۸ سال و بیشتر می باشد.

۶-۱-۲- توصیف نمونه آماری بر اساس مقطع تحصیلی

جدول شماره ۲: توصیف نمونه آماری بر اساس مقطع تحصیلی

درصد فراوانی	فراوانی	مقطع تحصیلی
۰/۲۰	۱۰	فوق دیپلم
۰/۷۸	۳۹	کارشناسی
۰/۰	۰	کارشناسی ارشد
۰/۲	۱	دکتری
۰/۱۰۰	۵۰	کل

بیشترین تعداد پاسخ گویان در مقطع کارشناسی معادل ۳۹ نفر هستند. کمترین تعداد هم در مقطع دکتری معادل ۱ نفر و در مقطع کارشناسی ارشد معادل صفر می باشد.



۳-۱-۶- توصیف نمونه آماری براساس وضعیت تأهل

جدول شماره ۳: توصیف نمونه آماری براساس وضعیت تأهل

وضعیت تأهل	فراوانی	درصد فراوانی
مجرد	۴۲	۰/۸۴
متاهل	۷	۰/۱۴
مطلقه	۱	۰/۲
کل	۵۰	۰/۱۰۰

بیشترین تعداد پاسخگویان معادل ۴۲ نفر مجرد هستند. کمترین تعداد یک نفر در وضعیت مطلقه قرار دارد.

۶-۲. یافته های استنباطی

جدول شماره ۴: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین شبکه های مجازی و متغیرهای وابسته

فرضیه	متغیر	همبستگی پیرسون (r)	Sig سطح معناداری (p)
اول	تصاویر پروفایل جوانان	۰/۳۵۴	۰/۰۱۲
دوم	روند دوستیابی جوانان	۰/۴۳۷	۰/۰۰۱
سوم	ارتباطات	۰/۴۷۷	۰/۰۰۰
چهارم	نگرش جوانان	۰/۰۷۵	۰/۰۰۱

فرضیه نخست: به نظر می رسد بین شبکه های مجازی و تصاویر پروفایل جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. مقادیر چنین رابطه ای را تأیید می کند. چنان چه مشاهده می شود در این جدول $r = 0/354$ و $Sig = 0/012$ می باشد. نتایج به دست آمده نشان داد که بین شبکه های مجازی و تصاویر پروفایل جوانان رابطه مثبت و معنی داری مشاهده شد.

فرضیه دوم: به نظر می رسد بین شبکه های مجازی و روند دوستیابی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. مقادیر بدست آمده چنین رابطه ای را تأیید می کند. چنان چه مشاهده می شود در این جدول $r = 0/437$ و $Sig = 0/001$ می باشد. نتایج به دست آمده نشان داد که بین سبک زندگی و هویت اجتماعی رابطه مثبت، مستقیم و معنی داری مشاهده گردید.

فرضیه سوم: به نظر می رسد بین شبکه های مجازی و ارتباطات رابطه معنی داری وجود دارد. مقادیر موجود اطمینان (۰/۰۰۰) چنین رابطه ای را تأیید می کند. چنان چه مشاهده می شود در این جدول $r = 0/477$ و $Sig = 0/000$ می باشد. نتایج به دست آمده نشان داد که بین شبکه های مجازی و ارتباطات رابطه مثبت، مستقیم، معنی داری مشاهده شد.



فرضیه چهارم: به نظر می رسد بین شبکه های مجازی و نگرش جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. چنان چه مشاهده می شود در این جدول $t = -0.075$ و $\text{sig} = 0.001$ میباشد. نتایج به دست آمده نشان داد که بین شبکه های مجازی و نگرش جوانان رابطه مستقیم، مثبت و معنی داری وجود دارد.

۷. نتیجه گیری

هدف از مطالعه حاضر بررسی تأثیر شبکه های مجازی بر سبک زندگی جوانان می باشد. ابتدا فرضیات مورد بحث قرار می گیرند. داده های تحقیق در قالب چندین فرضیه مورد آزمون قرار گرفتند که برای سهولت پیگیری تمام فرضیات و همسانی یا ناهمسانی یافته ها با تحقیقات تجربی قبل و چارچوب نظری مزبور، نتایج فرضیات را به طور جداگانه و به طور کامل در زیر مورد بحث و بررسی قرار می دهیم. تفسیر نتیجه آزمون فرضیه اول:

بین شبکه های مجازی و تصاویر پروفایل جوانان رابطه معنادار وجود دارد. مطابق یافته های پژوهش، در این فرضیه با توجه به ضریب همبستگی 0.354 پذیرفته و مورد تأیید قرار می گیرد. بنابراین با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل فرضیه می توان نتیجه گرفت که اگر در جامعه شبکه های اجتماعی در سطح بالایی استفاده شود، می تواند بر تصاویر پروفایل جوانان تأثیرگذار باشد. تفسیر نتیجه آزمون فرضیه دوم:

بین شبکه های مجازی و روند دوستیابی جوانان رابطه معنادار وجود دارد. این فرضیه با توجه به ضریب همبستگی 0.437 پذیرفته و مورد تأیید قرار می گیرد. بنابراین با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل فرضیه می توان نتیجه گرفت که اگر در جامعه شبکه های مجازی در سطح بالایی استفاده شود، می تواند بر روند دوستیابی جوانان تأثیرگذار باشد. تفسیر نتیجه آزمون فرضیه سوم:

بین شبکه های اجتماعی و ارتباطات جوانان رابطه معنادار وجود دارد. مطابق یافته های پژوهش فرضیه سوم با توجه به ضریب همبستگی 0.477 پذیرفته و مورد تأیید قرار می گیرد. بنابراین با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل فرضیه می توان نتیجه گرفت که اگر در جامعه شبکه های مجازی در سطح بالایی استفاده شود، می تواند بر ارتباطات جوانان تأثیرگذار باشد. تفسیر نتیجه آزمون فرضیه چهارم:

بین شبکه های مجازی و نگرش جوانان رابطه معنادار وجود دارد. مطابق یافته های پژوهش، فرضیه چهارم با توجه به ضریب همبستگی 0.075 پذیرفته و مورد تأیید قرار می گیرد. بنابراین با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل فرضیه می توان نتیجه گرفت که اگر در جامعه شبکه های مجازی در سطح بالایی استفاده شود، می تواند بر نگرش جوانان تأثیرگذار باشد.

با توجه به اینکه عصر حاضر، عصر اطلاعات و ارتباطات مجازی و از بین رفتن محدودیت های زمانی و مکانی از طریق شبکه های اجتماعی است، شبکه های مجازی نقش عمده ای در سبک زندگی، نگرش ها، باورها و ارتباطات ایفا می کنند. جوانان بخاطر داشتن روحیه تنوع طلبی، خلاقیت، گرایش به برقراری ارتباط با دیگران، حس کنجکاوی و علاقه داشتن به زندگی متفاوت به استفاده از شبکه های مجازی گرایش دارند. آنها در این شبکه ها با توجه به محدودیت های اجتماعی که در ایران وجود دارد به تبادل اطلاعات، کسب خبر و دوستیابی می پردازند. به نظر می رسد آگاهی دهی به جوانان و اطلاع رسانی و فرهنگ سازی و نظارت کارشناسانه بر شبکه های اجتماعی می تواند دو پیشنهاد اساسی برای سیاست گذاران حوزه مجازی باشد تا از جهتی بتوان با استفاده از امکانات و فرصت های ایجاد شده در شبکه اجتماعی شرایط تقویت و گسترش سبک زندگی سالم و بدون تنش را برای جوانان مهیا کرد و از تهدیدهای آن نیز در امان ماند و تهدیدها را تبدیل به فرصت کرد.



لذا با توجه به نظریه ی بوردیو، ساخت یابی گیدنز، لیوتار و سیالیت باومن لازم است به بررسی و تقویت سبک زندگی سالم در بین جوانان، نوسازی آن که خود مستلزم تحقیقات گسترده و وسیع است، پرداخت.

منابع

- اکبری، شیماء؛ ملکیان، نازنین (۱۳۹۵). بررسی رابطه شبکه های اجتماعی مجازی با سبک زندگی عمومی (مطالعه موردی: جوانان ۱۸ تا ۲۵ ساله تهران). دومین همایش ملی رسانه، ارتباطات و آموزش های شهروندی.
- امیرپور، مهناز؛ گریوانی، مریم (۱۳۹۲). تأثیر شبکه های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان. فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی. سال اول، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۳.
- باومن، زیگمونت (۱۳۸۷). عشق سیال، ترجمه عرفان ثابتی، تهران: نشر ققنوس.
- بشیر، حسن؛ افراسیابی، محمدصادق (۱۳۹۱). شبکه های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان (مورد مطالعه: بزرگ ترین جامعه مجازی ایرانیان). فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره پنجم، شماره ۱.
- شکاری نمین، شیدا؛ حاجیان، ابراهیم (۱۳۹۳). بررسی تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی. مدیریت فرهنگی، دوره ۸، شماره ۶، صص ۶۳-۷۹.
- فرقانی، محمدمهدی؛ مهاجری، ربابه (۱۳۹۶). رابطه بین میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان. مطالعات رسانه های نوین، دوره ۴، شماره ۱۳، صص ۲۹۲-۲۵۹.
- قاسمی، یارمحمد؛ سپیدنامه، بهروز و هاشمی، علی (۱۳۹۹). ذائقه مصرف موسیقیایی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه ایلام، فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ-ارتباطات، سال ۲۱، شماره ۵۰، تابستان ۱۳۹۹، ۱۹۵-۲۱۸.
- فتحی، سروش؛ وثوقی، منصور و سلمانی، گودرز (۱۳۹۶). بررسی رابطه مصرف شبکه های مجازی با سبک زندگی جوانان (مورد مطالعه: جوانان شهر خلخال). فصلنامه مطالعات جامعه شناسی جوانان، سال چهارم، شماره سیزدهم.
- مزروعی، خسرو؛ کمال غریبی مفرد، مهدی (۱۳۹۳). پست مدرنیسم و جهانی شدن فرهنگ با تأکید بر دیدگاه انتقادی ژان فرانسوا لیوتار، فصلنامه مطالعات سیاسی، سال ۷، شماره ۲۶، زمستان ۱۳۹۳، ۱۳۶-۱۰۷.

- Bagora, Bhumika. Dhakar, Dr. Renu (2019) A study on effect of online social Networking on lifestyle of rural adolescents.

-Gladstone, Eric (2017). Beauty and social capital: Being attractive shapes social networks. Soc. Netw. <http://dx.dio.org/10.1016/j.socnet>. 2017.05.003.

-Kumar. Ashish, C. Anirvinna, Monika saini, Mohit Meena. (2021) Investigating Impact of Influential Factors of Online Advertisement on Youth's Online Buying Behavior: A Predictive Model.

-Neeru saini, Garima sangwan, Madhur verma, Adarsh kohli, Manmeet kaur, P.V.M. Lakshmi. (2020) Effect of social Networking sites on the Quality of Life of College students: A Cross-Sectional study from a City in North India.