

فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان / سال چهارم / شماره سیزدهم / بهار ۹۳ / صفحات ۸۸-۶۹

بررسی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی جوانان (مورد مطالعه جوانان شهر خلخال)*

سروش فتیحی^۱

منصور وثوقی^۲

گودرز سلمانی^۳

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تبیین جامعه‌شناختی رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی و ابعاد و مؤلفه‌های آن از قبیل (اوقات فراغت، مدیریت بدن، میزان مصرف، نوع مصرف) با استفاده از چهارچوب نظری حاکم بر نظریه که بوسیله بوردیو، گیدنز، زیمل و اینگلهارت گسترش یافته طراحی و اجرا گردیده است. این تحقیق به روش پیمایش و با ابزار پرسشنامه انجام پذیرفته است به منظور بررسی این رابطه، ۲۴۰ نفر از جوانان ۱۵ الی ۲۹ سال ساکن شهر خلخال اعم از (زن و مرد) به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای طبقه‌ای با حجم نامتناسب انتخاب شدند. داده‌های حاصل از پرسشنامه با استفاده از روش‌های آماری در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی، مورد توصیف و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج تحقیق، حاکی از این است که بین شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی در کلیات رابطه چندانی وجود ندارد ولی با ورود به جزئیات این رابطه را می‌توان مشاهده کرد. مثلاً رابطه معنی‌داری بین متغیرهای تعاملات فرهنگی و تبادل اطلاعات بدون سانسور با سبک زندگی هست. بین دو گروه جنسیت زنان و مردان، مجردین و متأهلین، استفاده‌کنندگان و غیراستفاده‌کنندگان، تعاملات سیاسی، تعاملات داخل و خارج از کشور، تعامل با شخصیت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی با سبک زندگی رابطه وجود ندارد.

کلید واژه: شبکه‌های اجتماعی، سبک زندگی، جوانان، شهر خلخال.

* تاریخ وصول: ۱۳۹۲/۷/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱/۱۸

۱- استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار، گرمسار، ایران fathi_soroush@yahoo.com

۲- استاد دانشگاه تهران، تهران، ایران

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، تبریز، ایران Goodarz.Salmani@gmail.Com

۱- مقدمه

جهت‌گیری نظریه‌های اجتماعی در دهه اخیر به سمت پذیرش اهمیت فزاینده سبک زندگی (حوزه مصرف) در شکل دادن به هویت شخصی و اجتماعی است و به عنوان موضوعی برای نظریه و پژوهش اجتماعی مطرح شده است. به نظر‌گیدنز رسانه‌ها نقش مهمی در تبلیغ سبک‌های زندگی مختلف دارند، طیف سبک‌های زندگی یا گونه‌های آرمانی سبک زندگی که در رسانه‌ها طرح می‌شوند، شاید محدود باشند ولی باز هم گسترده‌تر از سبک‌های زندگی هستند که افراد قاعداً در زندگی روزمره خود در قالب آنها قرار می‌گیرند. بنابراین رسانه‌ها و هم‌اکنون شبکه‌های اجتماعی مجازی قدرت فرهنگی عظیمی را در بر دارند تا سبک زندگی افراد را تحت شعاع قرار دهند و به جهت‌گیری‌های خاص در جنبه‌های گوناگون زندگی منجر شوند. افراد از طریق رسانه‌های مورد استفاده‌شان الگوهای ویژه‌ای را برای رفتارهای خاص در هر یک از حوزه‌های زندگی دنبال می‌کنند. جهت‌گیری‌های جامعه‌شناسی معاصر به سمت پذیرش اهمیت رو به افزایش حوزه مصرف و فعالیت‌های سبک زندگی در شکل دادن به هویت شخصی و جمعی است. امروزه شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آن به عنوان رسانه‌ای نوین از سوی نظریه‌پردازان مورد توجه قرار گرفته است.

در سال ۱۹۶۰ نخستین بار بحث شبکه‌های اجتماعی در دانشگاه ایلی نیوز در ایالت متحده آمریکا مطرح شد، پس از آن در ۱۹۹۷ نخستین سایت شبکه اجتماعی به آدرس اینترنتی SixDegrees.com راه‌اندازی شد. اما بعد از سال ۲۰۰۲ انفجار تجارت در وب سایت‌های شبکه اجتماعی مانند Lindedin و Orkut و Friendstre و... باعث تحول عظیم در این عرصه و شکوفایی شبکه‌های اجتماعی شد. اما در ماه آوریل سال ۲۰۰۸، فیس‌بوک با ایجاد صفحه‌های اصلی وب سایت خود به زبان‌های مختلف باعث شد که این وب سایت ۱۵۳ درصد در سال گذشته رشد داشته باشد. فیس‌بوک می‌گوید ۸۴۵ میلیون کاربر لاقلاً هفته‌ای یک بار از فیس‌بوک استفاده می‌کنند. به جز دو کشور روسیه و چین، فیس‌بوک در سایر کشورهای جهان بزرگ‌ترین و پرتعدادترین شبکه‌ی اجتماعی محسوب می‌شود. اتفاقاتی از قبیل، ایجاد کمپین اینترنتی حمایت از باراک اوباما در انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده آمریکا، عضویت ملکه انگلستان در فیس‌بوک، اغتشاشات ایجاد شده در انگلستان، جنبش ۹۹٪ در اروپا و بویژه آمریکا، بهار عربی و از همه مهمتر اعتراضات صورت گرفته در ایران در پی انتخابات ریاست جمهوری سال ۸۸ و استفاده گسترده معترضان ایرانی از شبکه‌های اجتماعی مجازی از قبیل فیس‌بوک، توئیتر و یوتیوب برای زیر پوشش قرار دادن اخبار و اطلاعات، نشان دهنده تأثیر و نفوذ شبکه‌های اجتماعی در تمامی حوزه‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی است. عده‌ای در ایران این نظر را دارند که نظام سلطه و دشمنان کشور بعد از اینکه توانایی خویش برای ضربه زدن به نظام در جنگ سخت و خاموش کردن چراغ عدالت خواهی در این کشور

ناامید شدند، شیوه‌ای تازه را برای اعمال فشار بر این نظام انتخاب کرده‌اند، شیوه‌ای که به علت خاموش و بی‌صدا بودنش و نداشتن تلفات فیزیکی به «جنگ نرم» شهرت یافت؛ جنگی که به مراتب سخت‌تر و پیچیده‌تر از جنگ سخت است. آنها مدعی‌اند که اگر در تعریف جنگ نرم، تعریف جنگی که با هدف تغییر باورهای دینی، ایدئولوژیک و ارزش‌های دینی و همچنین تغییر در سبک زندگی به معنای عام جامعه‌شناختی آن را بپذیریم، این نکته بیشتر برای ما روشن می‌شود که دشمنان جمهوری اسلامی ایران از همان ابتدای انقلاب در این عرصه ورود نموده‌اند. اینها شبکه‌های اجتماعی را بستر مناسب برای کسانی می‌دانند که در پی پیاده نمودن اهداف خاص خویش هستند و اعتراضات سال ۸۸ را آشکارترین سرمایه‌گذاری آنها جهت ضربه زدن به نظام عنوان می‌کنند و برای مبارزه با آنها در جریان جنگ نرم و در جبهه سایبری، و جهت بی‌اثر نمودن توطئه‌های دشمنان، «شبکه اجتماعی حامیان ولایت» و همچنین «ارتش سایبری» را به عنوان اولین شبکه اجتماعی با گرایش تخصصی پاسداری از آرمان‌های جمهوری اسلامی ایجاد کردند. در سال‌های اخیر تا حد زیادی جو بسیار سنگین و مشکوکی نسبت به شبکه‌های اجتماعی بوجود آمده است و همین شرایط باعث شده تا نوعی «فوبیا» یا هراس بیمارگونه روانی نسبت به آن ایجاد شود که در اثر آن «شک و تردید» و دیدن «خطر» در همه جا ایجاد شده است. فوبیا بیش از هر کجا در جایی ما را به وحشت می‌اندازد که کمترین شناخت را از آن داشته و کمترین کنترل را نیز داشته باشیم دو شرطی که محیط مجازی هر دو را دارد. نه ما و نه هیچ کس نمی‌تواند ادعا کند که شناختی کامل از شبکه دارد زیرا بنابر تعریف، این نوعی فناوری است که بر اساس ابهام و همچون یک آبر مبهم و نوعی نظام فازی ابداع و رشد کرده است و اشراف بر آن وجود ندارد. امروز می‌بینم که بزرگترین قدرتهایی که خود این شبکه را تأسیس و مراکز اصلی آن را در دست دارند، گاه از برخورد با تروریست‌ها روی آن ناتوانند، این حاصل عدم شناخت است. عدم توانایی به کنترل کامل و کاهش نسبی این کنترل‌ها نیز به نظر جزیی لاینفک از رشد و توسعه شبکه‌های مجازی است (فکوهی، ۱۳۹۰).

بر این اساس یکی از مهم‌ترین وجوه عملکرد شبکه‌های اجتماعی، تأثیرات منفی و مثبت آنها در عرصه اجتماعی است. به همین سبب نقش شبکه‌های اجتماعی در زندگی، بویژه تأثیر این پدیده در سبک زندگی جوانان بایستی مورد توجه محققان قرار گیرد. این موضوع می‌تواند یکی از نقاط پیوند رشته‌های جامعه‌شناسی و ارتباطات به شمار آید؛ از این رو تحقیق در این زمینه ماهیتی عمدتاً میان رشته‌ای دارد (نوذری، ۱۳۸۹: ۷). اینکه شبکه‌های اجتماعی تا چه حد می‌توانند تأثیرگذار باشد و چه تغییراتی را در عناصر مختلف جامعه بوجود می‌آورند، مخاطبان عمده این شبکه‌ها چه کسانی هستند و چه نوع استفاده‌ای از این شبکه‌ها می‌کنند نیازمند تحقیقات و بررسی‌های مداوم است تا روند تغییرات و جنبه‌های مختلف تأثیرات آن مورد توجه قرار گیرد، باید بررسی شود که با ورود شبکه-

های اجتماعی چه تغییراتی در سطوح مختلف جامعه و زندگی افراد بوجود می‌آید و آیا می‌توان ورود شبکه‌ها و کاربرد آنها را به گونه‌ای کنترل نمود تا تعارضات اجتماعی و فرهنگی ناشی از ورود آنها را به حداقل برساند. از طرفی از آنجایی که جوانان یک جامعه مستعدترین قشر جامعه به حساب می‌آیند و ریسک‌پذیری بالاتری نسبت به بقیه قشرها دارند و با این گونه تغییرات آسانتر روبرو می‌شوند. بنابراین این وظیفه بر دوش محققان و کارگزاران است که منشاء تغییرات و تأثیر آنها را شناسایی کنند و برنامه‌هایی جهت سازماندهی و کنترل بهتر این تغییرات ارائه دهند.

در تحقیق حاضر قصد داریم تا به این پرسش‌ها پاسخ دهیم که (۱) - رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی چگونه است؟ (۲) - وضعیت شبکه‌های اجتماعی و کمیت و کیفیت استفاده از آن در بین جوانان شهر خلخال به چه صورت است؟ (۳) - سبک زندگی جوانان شهر خلخال چگونه است؟ موضوع اصلی تحقیق حاضر تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی جوانان است و از آنجایی که در عصر عمومی شدن شبکه‌های اجتماعی در جوامع بشری هستیم، قطعاً مسائل اجتماعی جدیدی بوجود خواهد آمد، هر روز بیش از پیش به اهمیت استفاده از آنها در زندگی انسان‌ها افزوده خواهد شد.

سبک زندگی و مکانیسم‌های حاکم بر شکل‌گیری، و حفظ آن به واسطه پیدایش و ورود فن-آوری‌های نوین ارتباطی یعنی اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی در حال دگرگونی است. این دگرگونی به این معنا است که این فن‌آوری‌ها قادرند، نقش به‌سزایی را در تغییر شیوه و سبک زندگی ما ایفاء کنند. از این رو اندیشمندان در عرصه‌های مختلف از جمله جامعه‌شناسی، روانشناسی و ارتباطات را تشویق به تحقیق و پژوهش‌های جدی در این خصوص می‌کنند. یکی از این فن‌آوری‌های جدید که بستر مناسبی را برای تغییر سبک زندگی پدید آورده و روابط انسانی را در فضای آنلاین و آفلاین تحت تأثیر، مثبت و منفی، قرار داده شبکه‌های اجتماعی مجازی است که مباحث مناقشه‌انگیز و تحقیقات دامنه‌داری را باعث شده است.

بی‌تردید یکی از الزامات، درک تحولات ایجاد شده در سبک زندگی که ناشی از گسترش سایت‌های شبکه اجتماعی و استقبال روزافزون از آنهاست، تحلیل تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی است. این مهم با توجه به اقبال قشر جوان به عضویت در این سایت‌ها و نیز وجود دیدگاه‌های مثبت و منفی به عضویت در این شبکه‌ها اهمیت دو چندان می‌یابد. بدین ترتیب این تحقیق می‌کوشد تا به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان شهر خلخال بپردازد.

۲-پیشینه تحقیق

در زمینه شبکه‌های اجتماعی در ایران تحقیقات کمی صورت گرفته است. اما از جمله تحقیقاتی که تا حدودی با تحقیق حاضر مناسبت دارد می‌توان به:

جدول ۱: ماتریس پیشینه تحقیقات

محقق	موضوع	مکان	زمان	مفهوم مورد بررسی
شراره مهدی زاده	تلویزیون و نوگرایی	تهران	۱۳۸۰	تأثیر تلویزیون بر ایجاد نگرش فرد در جامعه و میزان و محتوای استفاده از رسانه‌ها با توجه به متغیرهای جمعیت‌شناختی
چاووشیان	سبک زندگی و هویت	تهران	۱۳۸۰	متغیرهایی مثل پایگاه اجتماعی، اقتصادی، سرمایه فرهنگی، ذوق و سلیقه هنری، دین داری
پروین سازگارا	بررسی سبک زندگی قشر دانشگاهی و بازاریان سنتی	تهران	۱۳۸۳	تأثیر سرمایه اقتصادی، فرهنگی و نمادین بر ساختار طبقه اجتماعی
سارا زند وکیلی	تحلیل کارکردهای عکس‌های شخصی کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی	تهران	۱۳۸۹	کارکردهای اجتماعی عکس‌های شخصی
جواد افتاده	شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ ابزار نوین روزنامه‌نگاری شهروندی	تهران	۱۳۸۹	همگرایی روزنامه نگاری شهروندی و روزنامه نگاری حرفه‌ای

نتیجه تحقیق شراره مهدی‌زاده نشان می‌دهد تلویزیون یکی از عوامل القا یا تشدید نوگرایی است. یافته‌های تحقیق چاووشیان تحت عنوان "سبک زندگی و هویت" تا حد زیادی با فرضیات کلی تحقیق همخوانی دارد. نتیجه پژوهش پروین سازگارا (۱۳۸۳) تحت عنوان "بررسی سبک زندگی قشر دانشگاهی و بازاریان سنتی (طبقه متوسط جدید و قدیم) تفاوت معنا دار بین سبک زندگی طبقه متوسط جدید و قدیم نشان می‌دهد. تحقیق جواد افتاده درباره "شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ ابزار نوین روزنامه‌نگاری شهروندی" نشان می‌دهد که (۱) شهروندان روزنامه‌نگار، جانشین روزنامه نگاران حرفه‌ای نیستند بلکه در امتداد آنها حرکت می‌کنند. (۲) همگرایی روزنامه‌نگاری شهروندی در کنار روزنامه‌نگاری حرفه‌ای در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند قدرت صداقت و شفافیت اطلاعات را افزایش دهد. (۳) شهروندان روزنامه‌نگار در نهایت باعث ایجاد جامعه چند صدایی و گفت و گویی می‌شوند.

مطالعات صورت گرفته خارج از ایران نشان می‌دهد، نخستین بررسی‌های نظام‌مند در میزان تأثیرات و جنبه‌های شدت و ضعف، اثرات، پیام، اقتناع و تغییر نگرش و ... توسط نظریه‌پردازان برجسته ارتباطات مانند هارولد لاسول انجام شده است. همچنین تحقیق بسیار گسترده در سوئد درباره جوانان و استفاده از رسانه در سه سطح صورت پذیرفته: سطح کل جامعه (مقایسه‌های بین-المللی)، سطح تفاوت‌های درون جوامع و فرهنگ‌ها و در سطح فردی. نتیجه آنها مبنی بر این بود که در سطح فردی شیوه‌های زندگی تجلی بلند پروازی‌های افراد برای آفرینش هویت‌های اجتماعی و

فرهنگی شخص و خاص آنهاست. بیشترین کاربرد مفهوم شیوه زندگی در سطح دوم بوده و غالباً به نتایج متضادی انجامیده است. در سطح سوم نیز احتمالاً به تعداد افراد مردم شیوه‌های زندگی وجود دارد. با این همه مفهوم شیوه زندگی به فهمیدن راههای بسیار متفاوتی که از طریق آنها رسانه‌های جمعی به نحوی معنی‌دار با تجارب اجتماعی و فرهنگی مرتبط می‌شوند کمک می‌کند (مک کوایل، ۱۳۸۷: ۲۵). در کل متغیرهایی که در تحقیقات قبلی موردسنجش قرار گرفته‌اند با تحقیق حاضر متفاوت است.

۳- ملاحظات نظری

۳-۱- بوردیو و سبک زندگی (۱۹۳۰)

پیر بوردیو بی‌گمان پرخواننده‌ترین جامعه‌شناسی است که درباره‌ی سبک زندگی سخن گفته است. بسیاری کتاب تمایز وی را انجیل محققان این عرصه می‌دانند. بخشی از این اقبال به اندیشه‌ی بوردیو ناشی از آن است که وی شاید تنها کسی باشد که بنیان نظری محکمی برای تحلیل پدیده مصرف پدید آورد. روش وی توجه کردن به زندگی روزمره است اما نه به شیوه‌ای که اتنومتدولوژیست‌ها و پدیدارشناسان انجام می‌دهند، بلکه توجه به شرایط مادی و اجتماعی بر ساخته شدن ادراکات و تجربه‌های فردی و در این میان (اصل ناآگاهی) راهنمای پژوهش وی است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۴)

او نظریه‌ای منسجم درباره‌ی شکل‌گیری سبک زندگی ارائه می‌کند. او اعتقاد دارد که شرایط عینی زندگی و موقعیت فرد در ساختار اجتماعی به تولید منش خاص منجر می‌شود. منش مولد دو دسته نظام است: نظامی برای طبقه‌بندی و نظامی برای ادراکات و شناخت‌ها، نتیجه‌ی نهایی تعامل این دو نظام، سبک زندگی است. سبک زندگی همان اعمال و کارهایی است که به شیوه‌ی خاص طبقه‌بندی شده و حاصل ادراکات خاصی هستند، سبک زندگی تجسم یافته ترجیحات افراد است که بصورت عمل در آمده و قابل مشاهده هستند. الگویی غیرتصادفی است و ماهیت طبقاتی دارد (Boudieu، ۱۹۸۴: ۱۷۱) بوردیو با نشان دادن اینکه سبک‌های زندگی محصول منش‌ها و خود نقش‌ها و تابعی از انواع تجربه‌ها از جمله آموزش رسمی هستند و با بیان این نکته که الگوهای مصرف اصلی‌ترین سبک‌های زندگی‌اند، ارتباط آموزش رسمی در ساختار سرمایه‌داری و بازتولید آن را تحلیل کرد (فاضلی ۱۳۸۲: ۴۵).

بوردیو همچون وبر از سبک زندگی به عنوان شاخصه و نماد و یا حتی فرصت‌های جلوه‌گری یا اثبات منزلت اجتماعی گروه‌های منزلتی و طبقات اجتماعی بهره می‌گیرد. اما در توضیح و تشریح رابطه سبک زندگی و طبقه، بسیار فراتر از وبر قدم بر می‌دارد و آن را چارچوب نظریه عمل خود

قرار می‌دهد. خلاصه دیدگاه بوردیو این است که افراد و گروهها در یک جامعه، دارای موقعیت‌های متفاوت و متمایزی هستند (وضع یا فضای اجتماعی). فرد یا گروه با درونی کردن این وضعیت و نمادهای آن یک نظام طبقه‌بندی اجتماعی را در ذهن خود پدید می‌آورند. این نظام مجموعه‌ای از ترجیحات و انتخابات‌ها (سلیقه^۱) را در ذهن فرد یا افراد تولید می‌کند که معنا (ارزش)‌هایشان از خلال روابط و تضادها درک می‌شود. به عبارت دیگر معنایشان ذاتی نیست بلکه رابطه‌ای است. این ترجیحات و انتخابات‌ها وقتی در محدوده‌ی توانایی‌های (یا همان سرمایه) اقتصادی و نمادین، در قالب کنشها و دارایی بروز می‌یابد سبک‌های زندگی متمایزی پدید می‌آورد و به بیان دیگر نظام اجتماعی باز تولید می‌شود. بوردیو این تفاوت‌ها و تمایزها را در قالب نظام طبقاتی و نزاع بر سر فرهنگ مشروع قابل فهم می‌داند. به این ترتیب سبک زندگی اولاً فرصتی است برای تجربه یا اثبات موقعیت فرد در فضای اجتماعی که معمولاً در قالب فاصله‌هایی که در مورد فرد و شئون او محفوظ داشته می‌شود یا رتبه‌ی او که تأیید می‌شود، خود را نشان می‌دهد و ثانیاً سبک زندگی حاصل نظام طبقه‌بندی اجتماعی است. نظامی که بطور مستمر ضرورت‌ها را به راهبردها تغییر شکل می‌دهد و آنها را به ترجیحاتی بدل می‌کند که فرد بدون آن که تحمیلی حس کند آنها را به عنوان گزینه‌هایی پیش روی خود تلقی می‌کند، این گزینه‌ها همان سبک‌های زندگی است. به همین دلیل معنا (ارزش)‌های سبک‌های زندگی از همین نظامی که حاوی تضادها و روابط میان اجزا و موقعیت‌های مختلف اجتماعی است.

۳-۲- آنتونی گیدنز (۱۹۳۸):

برداشت گیدنز از مقوله‌ی سبک زندگی عبارت است از تلاش برای شناخت مجموعه منظمی از رفتارها یا الگوهای کنش که افراد آنها را انتخاب کرده و کنش‌شان در زندگی روزمره به واسطه آنها هدایت می‌شود. مهم این است که چنین انتخاب‌هایی در هر سطحی وجود دارند و هیچ فرهنگی انتخاب افراد را کاملاً از آنها نمی‌گیرد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۶۵).

گیدنز همچنین بر تأثیر کار و حرفه افراد بر شیوه زندگی آنان تأکید دارد و معتقد است که کار و شغل و درآمد آن شانس‌ها و بخت‌های زندگی را به شدت مشروط می‌سازد و شانس‌های زندگی به نوبه‌ی خود مفهومی است که باید آن را بر حسب موجود بودن یا نبودن شیوه‌های بالقوه زندگی درک کنیم. بخشی از کتاب گیدنز «بدن واقعیت بخشیدن به خویش» نام گرفته است. او در این بخش توجه خاصی به نمای ظاهری فرد دارد و در این باره می‌گوید: در دنیای امروز نمای ظاهری به صورت یکی از عناصر مرکزی طراحی در آمده است که افراد از خودشان نشان می‌دهند (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۴۵).

بنا به تعریف او نمای ظاهری بدن مشتمل بر همه‌ی ویژگی‌های سطحی پیکر ماست، از جمله پوشش و آرایش که برای خود شخص و افراد دیگر قابل رویت بوده و بطور معمول آنها را به عنوان نشانه‌هایی برای تفسیر کنش‌ها در فعالیت روزمره بکار می‌گیرند. به علاوه با جهانی شدن فزاینده رسانه‌های ارتباطی، وجوه و عملکرد محافل و سازمان‌های متعدد و گوناگونی در هر زمینه به گوش می‌رسد و همین اطلاعات طبعاً راههای تازه‌ای را برای انتخاب در برابر شخص می‌گشاید. تأثیر زیاد تلویزیون و روزنامه‌ها از طریق کنار هم قرار دادن موقعیت‌ها و حالت‌های گوناگون، شکل‌ها و نمادهای ویژه‌ای را بوجود می‌آورد که شیوه‌های زندگی بی‌سابقه و بنابراین انتخاب‌های تازه‌ای را القامی‌کند. از سوی دیگر تأثیر رسانه‌های جمعی فقط در جهت کثرت‌گرایی و تنوع طلبی نیست. رسانه‌های جمعی را به موقعیت‌هایی هدایت می‌کند که شخصاً هرگز امکان تماس یا آشنایی مستقیم با آنها را نداشته‌ایم، ولی از طرف دیگر بین جایگاه‌ها و سکونتگاه‌هایی در دنیای آکنده از امکانات گوناگون برای گزینش شیوه‌های زندگی، برنامه‌ریزی استراتژیک برای زندگی از اهمیت خاصی برخوردار است. برنامه‌ریزی‌های متفاوت برای زندگی همچون الگوهای گوناگون شیوه‌ی زندگی، یکی از ملازمت‌های اجتناب‌ناپذیر اشکال اجتماعی مابعد سنتی است (همان: ۱۲۵).

در نظریه ساخت‌یابی‌گیدنز عامل انسانی و ساخت اجتماعی‌ها هم در ارتباط‌اند و تکرار رفتارهای افراد ساخت‌ها را باز تولید می‌کند و به واسطه همین باز تولید توسط کنش‌های انسانی، ساخت برای کنش انسانها محدودیت ایجاد می‌کند. این نظریه ماهیت کنش در بستر زندگی روزمره در حالی که عناصر ساختی جامعه با کنش‌های روزمره افراد باز تولید می‌شوند را مشخص می‌کند (جلائی پور: ۱۸).

۳-۳- گئورگ زیمل (۱۸۵۸-۱۹۱۸):

درک مفهوم اصطلاح "سبک زندگی" و نظریه‌های پیرامون آن بدون بررسی دقیق آثار گئورگ زیمل درکی کامل نیست. اهمیت بررسی میراث او در این رابطه، زمانی روشن می‌شود که بدانیم مباحث او، حداقل از نگاه جامعه‌شناسی یا به تعبیری فرهنگ‌شناسی بر پیدایش یک قلمرو اجتماعی و نحوه‌ی نهادی آن که به طور فزاینده شکل عقلانی محاسبه‌گرانه به خود می‌گیرد، متمرکز بوده و در پی آن برآمد که بین قلمرو اجتماعی و سبک‌زندگی انسان مدرن ارتباط برقرار کند. (استونز، ۱۳۷۹: ۱۱۳)

زیمل از آن جهت که انگیزه‌های درونی و عوامل فردی مؤثر بر شکل‌گیری الگوهای مصرف را بررسی کرده در جامعه‌شناسی پیشرو است. زیمل اعتقاد دارد هر نوع تعاملی میان انسان‌ها و همچنین میان ایشان و محیط‌شان، توسط دو نیاز هنجاری متناقض هدایت می‌شود: نیاز به یافتن شخصیتی بی-همتا و نیاز به شناختی اجتماعی از این بی‌همتایی. فرد این شخصیت بی‌همتا (فردیت برتر) را در فرهنگ ذهنی خود می‌جوید و شناخت اجتماعی از آن را در فرهنگ عینی. به بیان دیگر تلاش می‌کند

ارزش‌های بنیادین خود را در فرهنگ عینی جستجو کند. از نظر زیمل سبک تجسم همین تلاش است. در واقع انسان شکل (صورت‌هایی) را برای معنا مورد نظر خود (فردیت برتر) برمی‌گزیند. این گزینش حاصل توازنی است میان شخصیت ذهنی فردو زیست محیطی عینی و انسانی‌اش. به توان انجام چنین گزینش و انتخابی "سلیقه" و به این اشکال به هم مرتبط "سبک" می‌گویند. (Simmel, 1908:314). او بر این باور بود که سبک این توان را دارد که محتواهای متعددی را در شکل‌های بهم مرتبط بیان کند (Simmel, 1990:473).

در اینجا باید به مبانی فلسفی و جامعه‌شناسی زیمل توجه داشت. او سبک را معادل صرف شکل (صورت) قلمداد نمی‌کند. در واقع سبک مبین یک رابطه است. رابطه‌ای میان ذهن و عین یا به بیانی عینیت بخشی به ذهنیات در قالب اشکال شناخته‌شده اجتماعی است، نوعی بیان فردیت برتر (یکتایی) در قالبی است که دیگری (یا دیگران) این یکتایی را درک کنند. جالب آن که سبک یعنی مجموعه‌ای متشکل از شکل‌ها در ارتباط با محتواها (هنجارهای اجتماعی و...) خود حاصل توسعه و تحول فرهنگ عینی به فرهنگ ذهنی است. لذا به قول زیمل رابطه‌ی میان فرهنگ ذهنی و عینی (شخصیت و فرهنگ) اهمیت زیادی برای هر جامعه، به خصوص در شکل‌گیری سبک زندگی دارد. او برای درک بهتر سبک در پاره‌ای از نوشته‌ها، آن را برای بیان مافی‌الضمیر خود به کار می‌گیرد که در درک سبک زندگی بسیار کارگشا است. زیمل معتقد است هر سبکی مبین توسعه هنجارهاست که زندگی را به عنوان یک کل بیان می‌کند. با بهره برداری از تشبیه سبک به زبان در این خصوص می‌توان گفت هر سبک مانند هر گفتار یا متنی می‌تواند به عنوان جهانی خود بسنده تلقی شود، با بیانی آلفرد شوترزی، جهانی مستقل از دیگر جهان‌ها. این چنین است که زندگی در هر زمان خود را در اشکال متعدد می‌نمایاند و انسان‌ها از این اشکال متعدد، زندگی متعدد پدید می‌آورند. با این بیان می‌توان تفاوتی را که زیمل میان صورت شیوه و سبک قائل بود، چنین بازسازی کرد: انسان با توجه به انگیزه‌های درونی با محیط تعامل می‌کند و به کنش می‌پردازد. هر کنشی دارای صورتی است که معنای آن در ذهن کنشگر قرار دارد. چهارچوبی که فرهنگ اجتماعی برای انگیزش‌های فردی فراهم می‌کند (تعامل فرهنگ عینی و ذهنی) و کنش در محدوده‌ی آن امکان بروز می‌یابد، "شیوه‌ی زندگی" است ترکیبی آشنا که توسط بسیاری از محققان علوم اجتماعی بکار برده شده است و مجموعه‌های خود بسنده‌ای از روش‌های زندگی که زندگی را به عنوان یک کل بیان می‌کنند را "سبک زندگی" می‌نامد. پس اگر بخواهیم از نظر زیمل تعریفی کوتاه از سبک زندگی ارائه دهیم باید بگوییم: سبک زندگی، کل به هم پیوسته‌ای از اشکال (صورت‌هایی) است که فرد (یا افراد یک اجتماع) حسب انگیزه‌های درونی (سلیقه) خودشان و به واسطه‌ی تلاشی که برای ایجاد توازنی میان شخصیت ذهنی و زیست محیط عینی انسانی‌اش به انجام می‌رساند برای خودش بر می‌گزیند. از نظر زیمل سبک

زندگی همان فرهنگ است اما فرهنگ در محدوده‌ی فضا و زمان یک فرد یا اجتماع (مهدوی کنی: ۱۰۸).

۴- چارچوب نظری

در این پژوهش سعی شده از تلفیق چند نظریه مدلی را ارائه داده شود تا چگونگی تأثیرات متغیرهای مد نظر خود را مورد بررسی قرار دهیم و برای ساخت چارچوب نظری از ترکیب چند نظریه استفاده نموده‌ایم. نظریه‌های گیدنز، بوردیو و اینگلهارت (فرضیه کمیابی). نظریه ساخت‌یابی گیدنز تأکید به این دارد که عامل انسانی و ساخت اجتماعی با هم مرتبط‌اند و تکرار رفتارهای افراد است که ساخت‌ها را باز تولید می‌کند و به واسطه‌ی همین باز تولید توسط کنش‌های انسانی، ساخت برای کنش انسانی محدودیت ایجاد می‌کند. گیدنز همینطور بر تأثیرکار و حرفه‌ی افراد بر شیوه‌های زندگی آنان تأکید دارد و معتقد است که کار و شغل و منبع درآمد، شانس‌ها و بخت‌های زندگی را به شدت مشروط می‌سازد (گیدنز ۱۳۷۸: ۱۴۵). 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 اجتماعی در سطح کلان برافکار و رفتارهای افراد در زندگی روزمره (سطح خرد) تأثیر می‌گذارد. در واقع دسترسی 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 زندگیشان مؤثر باشند. بوردیو نیز معتقد است شرایط عینی اجتماعی و موقعیت فرد در ساختار اجتماعی به تولید منش خاص منجر می‌شود. منش مولد دو دسته نظام است: نظامی برای طبقه-بندی و نظامی برای ادراکات و شناخت‌ها نتیجه‌ی نهایی تعامل این دو نظام سبک زندگی است (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۷۱). بنابراین بوردیو سبک‌های زندگی را محصول منش‌های تابعی از انواع تجربه‌ها و آموزش رسمی می‌داند و الگوهای مصرف را اصلی‌ترین بروز سبک‌های زندگی می‌داند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۵). بوردیو در کتاب تمایز استدلال می‌کند که تمایزات اجتماعی را می‌توان در مجموعه متنوعی از اعمال اجتماعی مشاهده کرد، از جمله عواملی که مربوط به فراغت می‌شوند مثل تعطیلات، ورزش‌ها، مطالعه، موسیقی، تلویزیون، سینما ... خلاصه دیدگاه بوردیو اینست که افراد و گروه‌ها در یک جامعه دارای موقعیت‌های متفاوت و متمایزی هستند (وضع یا فضای اجتماعی). فرد یا گروه با درونی کردن این وضعیت و نمادهای آن یک نظام طبقه‌بندی را در ذهن خود به وجود می‌آورند. این نظام مجموعه‌ای از ترجیحات و انتخاب‌ها (سلیقه) را در ذهن افراد تولید می‌کند که معنا و

ارزش‌هایشان از خلال روابط و تضادهایشان درک می‌شود این ترجیحات و انتخاب‌ها وقتی در محدوده‌ی توانای‌ها (همان سرمایه اقتصادی و نمادین) در قالب کنش و دارایی‌ها بروز می‌یابد، سبک‌های زندگی متمایزی را ایجاد می‌نماید و به بیان دیگر نظام اجتماعی باز تولید می‌شود. «بنابراین بورديو سبک‌های زندگی را محصول منش‌ها و تابعی از انواع تجربه‌ها و آموزش رسمی میداند و الگوهای مصرف را اصلی‌ترین بروز سبک‌های زندگی می‌داند.» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۵) بورديو در کتاب تمایز استدلال می‌کند که تمایزات اجتماعی را می‌توان در مجموعه متنوعی از اعمال اجتماعی مشاهده کرد، از جمله عواملی که مربوط به فراغت می‌شوند، مثل تحصیلات، ورزش‌ها، مطالعه، موسیقی، تلویزیون، سینما و شبکه‌های اجتماعی تئوری اینگلهارت با عنوان «دگرگونی فرهنگی» که در آن به «فرضیه کمیایی» اشاره می‌کند مبتنی بر سلسله مراتب نیازهای مازلو است. سلسله مراتب نیازها در نظریه مازلو به صورت یک هرم در نظر گرفته می‌شود، پایین‌ترین نیاز به نیازهای فیزیولوژیک و زیستی است، در مرحله بعد نیاز به امنیت، نیاز به عشق و احترام، نیاز به ارزیابی از خود. بر طبق نظر اینگلهارت شخص بیشترین ارزش‌ها را برای آن چیزهایی قایل می‌شود که عرضه آنها نسبتاً کم است. اگر بخواهیم این نظریه را با شبکه‌های اجتماعی مجازی مرتبط سازیم، این‌گونه می‌توان بیان کرد اولویت‌های فرد بازتاب محیط اجتماعی و اقتصادی وی است، شخص بیشترین ارزش‌ها را برای آن چیزهایی قائل می‌شود که عرضه آنها نسبتاً کم است. باتوجه به این نظریه می‌توان گفت که فرد بر حسب محدودیت‌ها و اقتضای بافت اجتماعی و فرهنگی که در آن زندگی می‌کند، نوع استفاده‌اش از شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز شکل می‌گیرد. بر اساس مدل شبکه‌های اجتماعی مجازی اینگلهارت، متغیرهای مختلف، از سویی نوع استفاده ما از شبکه‌های اجتماعی را مشخص می‌سازند و از سوی دیگر، زمینه گرایش به انتخاب سبک زندگی را برای افراد ایجاد می‌کند. این حالت با دیدگاه بورديو مبنی بر این که گرایش‌ها افراد بر اساس تجربه و اجتماعی شدن ساخته می‌شوند و جایگاه اجتماعی افراد شرایط اجتماعی را برای این فرایند فراهم می‌کند، مطابقت می‌کند. اگر بخواهیم چارچوب کلی از تلفیق این نظریات ارائه دهیم می‌توان گفت که تغییرات در سطح کلان (ساختار) باعث تغییرات در سطح خرد (عاملیت) می‌شود. یعنی عناصر ساخت اجتماعی مثل تحصیلات، درآمد، شغل، مذهب، قومیت و جنس افراد نهایتاً باعث شکل‌گیری تمایزات اجتماعی در بین افراد می‌شود و این تمایزات را بیشتر از همه می‌توان در غالب قشریندی اجتماعی و طبقات اجتماعی مشاهده نمود. همین تفاوت افراد در امکانات و فرصت‌ها باعث تفاوت در ترجیحات و انتخاب‌های آنها شده و بازتاب این اختلافات را می‌توان در گزینش نوع رسانه‌ها و میزان مصرف آنها مشاهده کرد. از طرف دیگر استمرار مصرف رسانه‌ای خاص نهایتاً منجر به شکل‌گیری جهان‌بینی ویژه‌ای در بین آن مصرف‌کنندگان می‌شود. که باعث می‌شود تا افرادی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند دارای

سبک زندگی متمایزی از بقیه باشند.

۵- فرضیه‌ها

۱- به نظر می‌رسد بین دو گروه از جوانان (جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند و جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده نمی‌کنند) و سبک زندگی آنان تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

۲- تعاملات فرهنگی کاربران در شبکه‌های اجتماعی با سبک زندگی جوانان رابطه معنی‌داری دارد.

۳- تعاملات سیاسی کاربران در شبکه‌های اجتماعی با سبک زندگی جوانان رابطه معنی‌داری دارد.

۴- تعاملات کاربران با شخصیت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در شبکه‌های اجتماعی با سبک زندگی جوانان رابطه معنی‌داری دارد.

۶- روش تحقیق

این پژوهش با بهره‌گیری از روش اسنادی و پیمایشی انجام شده است. ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه و فیش برداری است. جامعه آماری این تحقیق شامل افراد ۱۵ الی ۲۹ سال ساکن شهر خلخال اعم از زن و مرد می‌باشد. که حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران $n = 241$ نفر می‌باشد. برای بدست آوردن حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده که در این فرمول $P = 0.75$ و $q = 0.25$ در نظر گرفته شده است. واحد تحلیل در این تحقیق شهر می‌باشد. در این تحقیق از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای طبقه‌ای با حجم نامتناسب استفاده شده است. پاسخ‌هایی که برای متغیرهای مستقل و وابسته در نظر گرفته شد به این صورت می‌باشد، به صورت طیف لیکرت، کاملاً مخالفم (۰) مخالفم (۱) بینابین (۲) موافقم (۳) کاملاً موافقم (۴) در نظر گرفته شده است.

۶-۱- روایی و پایایی تحقیق

جدول ۲: ضریب آلفای گویه‌های مربوط به هر یک از متغیرها

گویمه‌ها	اوقات فراغت	مدیریت بدن	تعاملات فرهنگی	تعاملات سیاسی	تعاملات داخل و خارج کشور	تعامل با شخصیت‌های فرهنگی و ...	تعاملات بدون سانسور
آلفای کرونباخ	٪۶۴	٪۷۸	٪۷۷	٪۸۰	٪۶۷	٪۸۲	٪۸۱

برای پایایی^۱ متغیرها از روش پایداری درونی (ضریب آلفا) استفاده شد، یعنی با بررسی ضریب آلفای گویه‌های مربوط به هریک از متغیرها و محاسبه‌ی ضریب آلفای نسبتاً بالای آن‌ها انسجام درونی بالای گویه‌ها را تأیید می‌کند.

در این تحقیق برای تعیین اعتبار ابزار تحقیق (پرسشنامه) از روش اعتبار صوری استفاده شده است. منظور از اعتبار صوری میزان توافق متخصصان یک امر در رابطه با یک شاخص یا معیار است (ساروخانی، ۱۳۸۲: ۲۸۷).

بدین منظور از نظریات متخصصان و کارشناسان جامعه‌شناسی در زمینه منطبق بودن محتوای سؤالات با ویژگی‌های مورد نظر استفاده شده است.

۷- یافته‌های تحقیق

- به نظر می‌رسد بین دو گروه از جوانان (جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند و جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده نمی‌کنند) و سبک زندگی آنان تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۳: نتایج آزمون t مستقل و استفاده از شبکه‌های اجتماعی

خطای معیار میانگین	انحراف استاندارد	میانگین	تعداد افراد	استفاده از شبکه‌های اجتماعی
۰.۱۲۶۲۹	۱.۱۱۵۳۹	۵.۲۸۲۱	۷۸	بلی
۰.۱۰۷۲۱	۱.۱۶۹۵۷	۵.۲۳۵۳	۱۱۹	خیر

		آزمون لئون			
میانگین	سطح معنی‌داری	df درجه آزادی	t	سطح معنی‌داری	F
۰/۰۴۶۸۶	۰/۷۸۰	۱۹۵	۰/۲۷۹	۰/۵۵۵	۰/۳۵۰
۰/۰۴۶۸۶	۰/۷۷۸	۱۷۰/۲۷۱	۰/۲۸۲		

با توجه به آزمون لیون سطح معنی‌داری برابر $\text{Sig} = ۰/۹۹۷$ است به عبارت دیگر واریانس بین

دو گروه برابر است و سطح معنی‌داری که برابر $\text{sig}=0/555$ چون از $0/05$ بیشتر است نشانگر عدم تفاوت معنی‌داری بین دو گروه جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند و جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده نمی‌کنند و میانگین سبک زندگی می‌باشد. بنابراین فرضیه H_0 قبول می‌شود و فرضیه H_1 ابطال می‌شود. یعنی میانگین سبک زندگی جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند و جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده نمی‌کنند در شهر خلخال تفاوت چندانی با همدیگر ندارد. در واقع میانگین سبک زندگی جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند و جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده نمی‌کنند در شهر خلخال تقریباً با هم برابر است.

– تعاملات سیاسی کاربران در شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان شهر خلخال تأثیر معنی‌داری دارد.

جدول ۴: رابطه سبک زندگی و تعاملات سیاسی

تعاملات سیاسی	سبک زندگی	
۰/۱۲۵	۱	همبستگی پیرسون
۰/۲۸۰		سطح معنی‌داری
۷۹	۷۷	جمع کل

با توجه به اینکه متغیر وابسته (سبک زندگی) و متغیر مستقل (تعاملات سیاسی) هر دو فاصله‌ای فاصله‌ای است از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است این آزمون در فاصله اطمینان ۹۵٪ سنجش شده است سطح معنی‌داری برابر $\text{Sig} = 0/280$ است که نشان‌دهنده عدم رابطه معنی‌داری بین سبک زندگی و تعاملات سیاسی می‌باشد و همچنین میزان همبستگی پیرسون برابر $0/125$ است که نشان‌دهنده رابطه ضعیف بین متغیرهاست در نتیجه با توجه به اطلاعات جدول فرضیه H_0 تأیید و فرضیه H_1 ابطال می‌شود. یعنی میزان تعاملات سیاسی در شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان تأثیر ندارد.

کاستلز ارتباطات الکترونیکی را فرصتی برای مشارکت سیاسی و ارتباط افقی میان شهروندان می‌داند. از دید وی دسترسی مستقیم و همزمان به اطلاعات و ارتباطات کامپیوتری باعث تسهیل انتشار و اصلاح اطلاعات می‌شود و امکاناتی برای تعامل و مباحثه در عرصه‌های خود مختار و الکترونیک عرضه می‌کند که از کنترل رسانه‌ها خارج است. ویژگی تعاملی بودن شبکه‌های اجتماعی باعث شده که همه روزه طیف گسترده‌ای از موضوع‌های متنوع به شکل آنلاین در این شبکه‌ها اتفاق بیافتد. بخشی از این موضوع‌ها در مورد کارها و مسائلی است که کاربران دوست دارند در زندگی واقعی خود و در آینده نزدیک انجام دهند. گاهی اوقات، این موضوع‌ها می‌تواند به فرصت‌های

بزرگی مانند مشارکت در پروژه‌های سیاسی و اجتماعی منجر شود. مصداق بارز این مشارکت سیاسی اجتماعی را می‌توان در جریان حرکت‌های ضد دولتی در کشورهای عربی و یا اعتراضات سال ۸۸ ایران مشاهده کرد. با این حال در بین جوانان شهر خلخال به دلیل دوری از مرکز، همگن بودن جامعه شهری خلخال، محدودیت دسترسی به اینترنت و ماهواره باعث شده تا رابطه تعاملات سیاسی کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی تفاوت معنی‌داری نداشته باشد.

- تعاملات فرهنگی کاربران در شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان شهر خلخال تأثیر معنی‌داری دارد.

جدول ۵: رابطه سبک زندگی و تعاملات فرهنگی

تعاملات فرهنگی	سبک زندگی	
۰/۳۲۲**	۱	همبستگی پیرسون
۰/۰۰۴		Sig سطح معنی‌داری
۷۹	۷۷	جمع کل

با توجه به اینکه متغیر وابسته (سبک زندگی) و متغیر مستقل (تعاملات فرهنگی) هر دو فاصله‌ای - فاصله‌ای است از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است این آزمون در فاصله اطمینان ۹۹٪ سنجش شده است سطح معنی‌داری برابر $\text{Sig} = ۰/۰۰۴$ است که از سطح مورد نظر یعنی $۰/۰۵$ کمتر است نشان‌دهنده رابطه معنی‌داری بین تعاملات فرهنگی و سبک زندگی می‌باشد و با توجه به ضریب همبستگی $۰/۳۲۲$ نشان می‌دهد که رابطه بین دو متغیر بسیار قوی و مستقیم است. در نتیجه با توجه به اطلاعات جدول فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می‌شود. به عبارتی با افزایش میزان تعاملات فرهنگی، سبک زندگی تغییر می‌کند. (تعاملات فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان مؤثر است).

- تعاملات کاربران با شخصیت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان شهر خلخال تأثیر معنی‌داری دارد.

جدول ۶: رابطه سبک زندگی و تعامل با شخصیت‌ها

تعامل با شخصیت‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی	سبک زندگی	
۰/۱۹۰	۱	همبستگی پیرسون
۰/۰۹۶		Sig سطح معنی‌داری
۸۰	۷۸	جمع کل

با توجه به اینکه متغیر وابسته (سبک زندگی) و متغیر مستقل (تعامل با شخصیت‌های سیاسی،

فرهنگی و اجتماعی) هر دو فاصله‌ای - فاصله‌ای است از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است این آزمون در فاصله اطمینان ۹۵٪ سنجش شده است سطح معنی‌داری برابر $\text{Sig} = ۰/۰۹۶$ است که نشان‌دهنده عدم رابطه معنی‌داری بین سبک زندگی و تعامل با شخصیت‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی می‌باشد و همچنین میزان همبستگی پیرسون برابر $۰/۱۹۰$ است که نشان‌دهنده رابطه ضعیف بین متغیرهاست در نتیجه با توجه به اطلاعات جدول فرضیه H_0 تأیید و فرضیه H_1 ابطال می‌شود. یعنی میزان تعامل با شخصیت‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان تأثیر ندارد.

این فرضیه نشان می‌دهد که جوانان شهر خلخال در فضای مجازی هم همانند فضای آفلاین ارتباط چندانی با شخصیت‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی نظیر (بازیگران، شاعران، نویسندگان، روزنامه نگاران، فعالان سیاسی، فعالان محیط زیست و غیره) ندارند که تحت تأثیر آنها سبک زندگیشان هم تغییر کند. بندورا معتقد است که رفتار انسان را می‌توان به صورت تعامل متقابل بین تأثیرات رفتاری، شناختی و محیطی، بهتر درک کرد. او با این ادعا بر نقش تأثیرات محیطی در رشد روان‌شناختی تأکید می‌کند و این فرضیه نشان می‌دهد که عدم ارتباط و تعامل با شخصیت‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی چطور مانع از تأثیر آنها بر تغییر سبک زندگی کاربران جوان شهر خلخال شده است.

۸- نتیجه‌گیری

نگرش به نوع رسانه بر اساس ترجیحات و سلیقه: با توجه به داده‌ها مشخص گردید که درصد افرادی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی جهت تعاملات علمی، فرهنگی و اجتماعی استفاده می‌کنند متوسط رو به پایین است (۸۹/۹ درصد متوسط و پایین). این رقم نشان می‌دهد که افراد برای تعاملات علمی، فرهنگی و اجتماعی خود مرجع دیگری دارند و کمتر از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای ارتباط برقرار کردن با انجمن‌های علمی و تبادل اطلاعات علمی و پژوهشی با دوستانشان استفاده می‌کنند و معتقدند که شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترغیب آنها برای فعالیت‌های علمی و فرهنگی خیلی مؤثر نیست.

بیش از ۸۹/۹ درصد از افراد از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای تعاملات سیاسی خود استفاده نمی‌کنند. و ارتباط کمی از این طریق با احزاب برقرار می‌کنند. از طرفی تلاش می‌کنند در شبکه‌های اجتماعی مجازی انتقادی به سیاست‌های جاری دولت و عملکرد مسئولین دولتی نداشته باشند.

با توجه به آنچه در مباحث نظری مطرح کردیم و نتایجی که در این بررسی بدست آمده

است می‌توان اینگونه نظریات مطرح شده را تحلیل کرد. همانطور که گیدنز می‌گوید این ساختار اجتماعی است که سبک زندگی را متاثر می‌سازد و افراد با توجه به جایگاهی که در ساختار اجتماعی دارند سبک‌های زندگی متفاوتی را برای خود ایجاد می‌کنند. همینطور بوردیو شرایط عینی و شرایط فرد در اجتماع را مؤثر بر سبک زندگی افراد می‌داند.

همچنان که گرینر بیان می‌کند رسانه در بلند مدت موجب تأثیر در جهان‌بینی و نظام ارزشی استفاده‌کنندگان پرمصرف خود می‌گردد و به آنها نگرشی واحد در مورد واقعیات می‌بخشد. همانطور که در بعضی از فرضیات اثبات شد استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به شکل‌گیری سبک زندگی ویژه‌ای می‌انجامد و در هر یک از جنبه‌های مختلف سبک زندگی، نظام ارزشی و جهان‌بینی متفاوتی را ایجاد می‌کند که منجر به کنش‌های گوناگونی از جانب افراد می‌شود و باعث می‌شود تا افراد در حوزه‌های مختلف زندگی خود از الگوهای متفاوتی پیروی کنند. همانطور که اثبات شد شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند تأثیرات متفاوتی بر جای بگذارند.

طبق نظر برخی از صاحب نظران علوم اجتماعی، وسایل ارتباط جمعی دارای چنان قدرتی هستند که می‌توانند نسلی تازه برای اولین بار در تاریخ انسان پدید آورند. نسلی که با نسل‌های پیشین بسیار متفاوت است. طرفداران این دیدگاه قدرت رسانه را با بمب اتمی مقایسه می‌کنند که از آنها می‌توان در راه خیر یا شر با تأثیری شگرف سود برد (ساورخانی، ۱۳۶۸: ۸۴). «ژان کاز نو» در این باره می‌نویسد: این اندیشه در نظر مردم رواج یافت که وسایل ارتباط جمعی قدرتی فوق تصور دارند و می‌توانند افکار فلسفی و سیاسی را منقلب نموده، شکل تازه‌ای به آن بخشند و به اختیار تمامی رفتارها را هدایت نمایند (کازنو، ۱۳۶۵: ۴۵). این عده بر ساز و کارهایی چون هدایت از راه دور (Telekinesis)، آدمک‌سازی (Robotism)، اثر بلع و بویژه تأثیر بازتاب‌های شرطی تأکید می‌کنند و معتقدند که درونی‌کردن (Internalization) هنجارها، موجبات آشتی انسان را با خواست جامع فراهم می‌آورد. در این صورت انسان‌ها خود به عنوان عاملی در راه حراست از مواریت، هنجارها و قوانین جامعه تجلی می‌کنند و وسایل ارتباط جمعی ابزاری سریع، قدرتمند و مؤثر در راه تأمین این منظور هستند. (ساورخانی، ۱۳۶۸: ۸۶).

در مقابل، به زعم برخی دیگر از صاحب‌نظران، وسایل ارتباط جمعی تأثیر چندانی بر مخاطبین خود ندارند و دیگر «دوران سبک» سلطه وسایل ارتباطی پایان یافته است. این عده معتقدند که وسایل ارتباط جمعی علیرغم تکنولوژی برتری که از آن استفاده می‌کنند، با موانع بسیاری در راه اثرگذاری بر دیگران مواجهند (ساورخانی، ۱۳۶۸: ۸۵). کلیت نتایج بدست آمده این تحقیق نیز این موضوع را تصدیق می‌کند. اما کیفیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیرپذیری جوانان را نشان می‌دهد و گویای این امر است که نحوه استفاده و نوع برنامه‌هایی که جوانان از شبکه‌های اجتماعی

مجازی استفاده می‌کنند بر سبک زندگی آنها اثر می‌گذارد. ضمن اینکه می‌بایست شرایط محیطی شهر خلخال را نیز در نظر گرفت که با توجه به شرایط جغرافیایی و تراکم جمعیت، بافت سنتی حفظ شده و حوزه تعاملات رودرو و شناخته شده است، که در نتیجه این امر، امکان شکل‌گیری سبک زندگی متفاوت ضعیف است و در صورت شکل‌گیری نیز با مقاوت و به نوعی با وجدان جمعی، در تقابل است.

در حالت کلی، طبق نتایج به دست آمده در این تحقیق به نظر می‌رسد دیدگاه اخیر یعنی پایان دوره سلطه رسانه‌ها با نتایج همخوانی بیشتری دارد و شبکه‌های اجتماعی مجازی برای تأثیرگذاری با موانع بسیاری مواجه است و یا حداقل گسترش رسانه‌های جمعی متفاوت موجب شده تا برای بررسی تأثیر گزینه مشخصی چون شبکه‌های اجتماعی نتوان به صراحت از تأثیرگذاری سخن گفت. با توجه به نتایج به دست آمده در این تحقیق مشخص شد که رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی جوانان شهر خلخال در کلیت تایید نمی‌شود ولی با ورود به جزئیاتی از قبیل میزان استفاده کنندگان از اینترنت، میزان مطالعه استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی مجازی، توجه به نحوه پوشش و تناسب اندام، معیارهای ازدواج، اطلاع از وضعیت احزاب سیاسی، پیگیری اخبار و اطلاعات احزاب، انتقاد به وضعیت موجود، ابراز عقیده بدون سانسور، عدم خود سانسوری و غیره تأثیر مشهود است.

۹- پیشنهادها

با توجه به اهمیت شبکه‌های اجتماعی مجازی در جامعه، باید در جست‌وجوی راه‌هایی بود که موجبات تسهیل دسترسی افراد فراهم آید.

۱- به نظر می‌رسد برای ایجاد محدودیت‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، تبلیغات سو در خصوص استفاده کنندگان از شبکه‌های اجتماعی مجازی چندان با نتایج تحقیق همخوانی ندارد. به عبارتی سبک زندگی کسانی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند با کسانی که استفاده نمی‌کنند تفاوت چندانی در کلیات ندارد. و باید شرایطی فراهم گردد تا فویای ایجاد شده در این خصوص از میان برداشته شود.

۲- در این تحقیق سنسجش چند تا از متغیرها جهت مقایسه میسر نشد، پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی سنسجش متغیرهایی همچون ابعاد تعاملات سیاسی، تعاملات فرهنگی و اجتماعی، تعامل با شخصیت‌های فرهنگی و اجتماعی و سیاسی، تعاملات داخل و خارج کشور و تعاملات بدون سانسور مورد توجه پژوهشگران قرار گیرد.

- ۱- استونز، راب، (۱۳۸۳)، متفکران بزرگ جامعه‌شناسی، ترجمه مهرداد میردامادی، تهران: نشر مرکز.
- ۲- افتاده، جواد، (۱۳۸۹)، شبکه‌های اجتماعی مجازی، ابزار نوین روزنامه نگاری. کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- ۳- انوری، حسن، (۱۳۸۱)، فرهنگ سخن، انتشارات سخن، تهران.
- ۴- اینگلهارت، رونالد، (۱۳۸۲)، تحول فرهنگی در جوامع پیشرفته صنعتی، مریم وتر، تهران: کویر.
- ۵- بوردیو، پیر، (۱۳۸۱) نظریه کنش، مرتضی مردیها، تهران: نقش و نگار.
- ۶- بیرو، آلن، ۱۳۸۰، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقرساروخانی، انتشارات کیهان، چاپ چهارم، تهران.
- ۷- پاتنام، رابرت، (۱۳۸۰)، دموکراسی و سنت‌های مدنی، محمدتقی دلفروز، تهران: غدیر.
- ۸- چاوشیان، حسن، (۱۳۸۰)، سبک زندگی و هویت اجتماعی، پایان نامه دکترا جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- ۹- حسام مقدم، اسماعیل (۱۳۸۹)، بر ساخت سوژه لاکانی و بلاگرهای نوجوان در شبکه‌های مجازی، کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی، دانشگاه کاشان.
- ۱۰- خادمیان، طلیعه، (۱۳۸۷)، سبک زندگی و مصرف فرهنگی، تهران: جهان کتاب.
- ۱۱- دنیس، مک کویل و سون ویندال، (۱۳۸۷)، مدل‌های ارتباطات جمعی، مترجم: گودرز میرانی، یه سفارش دفتر پژوهش‌های رادیو، نشر: طرح آینده، تهران.
- ۱۲- رجبی، زهره، (۱۳۸۸)، بازنمایی گرایش‌های سیاسی کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی با مطالع موردی فیس بوک، پایان نامه کارشناسی ارشد ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی.
- ۱۳- رضوی‌زاده، سید نورالدین، (۱۳۸۳)، تأثیر ارتباطات در تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی، رساله دکتری، دانشکده علوم اجتماعی و ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی.
- ۱۴- ریتزر، جورج، ۱۳۸۲، نظریه‌های جامعه‌شناسی معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی، چاپ هفتم، تهران.
- ۱۵- ساروخانی، باقر، (۱۳۸۰) دایره المعارف علوم اجتماعی، تهران: انتشارات کیهان.
- ۱۶- ساروخانی، باقر، (۱۳۸۷) روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ۱۷- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز؛ (بی‌تا)، نظریه‌های ارتباطات، علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳، چاپ سوم، ص ۳۹۲-۳۸۹.
- ۱۸- فاضلی، محمد، (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، انتشارات صبح صادق، چاپ اول.

- ۱۹- کاستلز، مانوئل، (۱۳۸۵)، عصر اطلاعات (اقتصاد- جامعه- فرهنگ)، ترجمه حسن چاوشیان، طرح نو، تهران.
- ۲۰- کاظمی، عباس، (۱۳۸۸)، پرسه‌زنی و زندگی روزمره ایرانی، تهران: انتشارات آشتیان.
- ۲۱- کوئن، بروس، (۱۳۷۸)، مبانی جامعه‌شناسی، محسن ثلاثی، تهران: نی.
- ۲۲- کیوی، ریمون و کامپنهود، لوک وان، (۱۳۸۶) روش تحقیق در علوم اجتماعی، عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: توتیا.
- ۲۳- گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۴)، پیامدهای مدرنیت، محسن ثلاثی، تهران: مرکز.
- ۲۴- گیدنز، آنتونی، (۱۳۷۸)، تجدد و تشخیص، ترجمه ناصر موفقیان، نشرنی، تهران، چاپ چهارم.
- ۲۵- گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۲)، فراسوی چپ و راست، ترجمه محسن تلاشی، تهران: انتشارات علمی.
- ۲۶- وکیلی زند، سارا، (۱۳۸۹)، درآمدی بر تحلیل کارکردهای عکس‌های شخصی کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده هنرهای زیبا (عکاسی)، دانشگاه تهران.
- 27- <http://anthropology.ir/node/11631>.
- 28- Bourdieu, P. (1984). *Distinction, a social critique of judgment of taste translated by Richard Nice*. London: Routledge & Keagen Paul.
- 29- Bourdieu, P. (1996). *The State Nobility. Translated by Laurttac Clough*. Oxford: Polity Press.
- 30- Thyra, C. (1996). *Definition of life and its application to travel behavior*. Department of marketing at the Aarhus V. Denmark.
- 31- Jenkins, R. (1996). *Bourdieu*. London: Routledge.
- 32- Martin, J. (2003). *What Is field theory? A J S*. Volume 109, Number 1 (July 2003): P 1-49.
- 33- Swartz, D. (1997). *Culture & Power: The sociology of Pierre Bourdieu*. The University of Chicago Press.