

International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

مدل بررسی پذیرش شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی با نقش واسطه‌ای سرگرمی
ادراک شده از شبکه‌های اجتماعی

ذوالفقار اخبارفر¹، محمدرضا فیروزی²

1* دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه یاسوج، ایران

Z.Akhbarfar@gmail.com

2 استادیار، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه یاسوج، ایران

M.Firoozi@yu.ac.ir

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی مدل پذیرش شبکه‌های اجتماعی مجازی (سهولت استفاده، سودمندی ادراک شده) و سبک زندگی با نقش واسطه‌ای سرگرمی ادراک شده از شبکه‌های اجتماعی دانش آموزان دبیرستانی شهر شیراز انجام گرفت. بدین منظور از روش پژوهش همبستگی استفاده شد. جامعه آماری این مطالعه 115000 نفر از دانش‌آموزان مدارس شهر شیراز بودند، که 388 نفر از آنها به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند و داده‌های مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته شبکه‌های اجتماعی و پرسشنامه سبک زندگی LSQ هنجاریابی شده عابدی و همکاران جمع‌آوری گردید و با استفاده از روش آماری همبستگی و تحلیل مسیر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که پذیرش شبکه‌های اجتماعی مجازی (سهولت کاربرد ادراک شده، سودمندی ادراک شده) و سبک زندگی رابطه مثبت و معنادار دارد. همچنین سرگرمی ادراک شده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان متغیر واسطه‌ای در این میان نقش مثبت و معناداری دارد.

واژگان کلیدی: سهولت استفاده، سودمندی ادراک شده، سرگرمی ادراک شده، شبکه‌های اجتماعی مجازی، سبک زندگی.

International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

A model of investigation on social networks and lifestyle with mediating role of Perceived playfulness from social networks

Zolfeghar Akhbarfar¹, Mohammad Reza Firoozi²

¹Department of Educational Psychology, University of Yasouj, Yasouj, Iran

²Department of Educational Psychology, University of Yasouj, Yasouj, Iran

Abstract

The main purpose of this study was to explore a model for acceptance of virtual social networks (ease of use, perceived usefulness) and lifestyle with mediating role of perceived playfulness from social networks among high school students in Shiraz. Research method was a correlation method. The population was 115000 high school students in Shiraz that 388 people were selected using cluster random sampling method. Research instruments were a researcher-made questionnaire for social networks, and ISQ that its psychometric properties has been investigated in Iran. Data were analyzed using correlation statistics and path analysis. Research findings showed that; there is a positive significant relationship between acceptance of virtual social networks and lifestyle. The findings also showed that; the perceived playfulness from social networks as a mediating variable has a positive significant relationship to the lifestyle.

Key words: *Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived playfulness, Virtual Social Networks, Lifestyle.*

1- M.A Student of Educational Research at Yasouj University.

2- Assistant Professor of Educational Psychology at Yasouj University, Email address: M.Firoozi@yu.ac.ir

International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

مقدمه

شبکه‌های اجتماعی مجازی نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی هستند که به سرعت توانسته‌اند در زندگی مردم نقش مهم و تاثیرگذاری داشته باشد. بسیاری از افراد در سنین مختلف و از گروه‌های اجتماعی متفاوت، از فاصله‌های بسیار دور در دنیای واقعی، از طریق شبکه‌های اجتماعی جمع می‌شوند و با هم ارتباط برقرار می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی یکی از انواع رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند که در سال‌های اخیر در زندگی کاربران آنچنان تاثیرگذار بوده‌اند که به بخش جدایی ناپذیر زندگی بسیاری از مردم تبدیل شده‌اند که نمی‌توان نقش آن‌ها را نادیده گرفت. این شبکه‌های اجتماعی با اهداف مختلفی ایجاد شده‌اند و کاربران بسیار زیادی را به خود جذب کرده‌اند. امروزه بعضی از شبکه‌های اجتماعی با سرویس‌هایی که ارائه می‌دهند و با کاربری‌هایی که دارند، خود به یک رسانه خبری تبدیل شده‌اند و اثرات عمیقی بر وقایع مختلف در دنیای واقعی گذاشته‌اند. این شبکه‌ها بر ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی افرادی که در آن‌ها عضو هستند تاثیر می‌گذارند و در آینده نیز نقش به مراتب بیشتر و مهم‌تری را در زندگی افراد و سبک زندگی آنان بازی خواهند کرد.

سبک زندگی به معنای شیوهی زندگی افراد، گروه و یا جامعه است. مجموعه‌ای از طرز تلقی‌ها، ارزش‌ها، شیوه‌های رفتار، حالت‌ها و سلیقه‌های افراد، سبک زندگی را به وجود می‌آورند. افراد نسبت به موضوع‌های متفاوت و یا در برخورد به موارد گوناگون در زندگی برداشت‌های متفاوت دارند و به شیوه‌های مختلف رفتار می‌کنند سلیقه‌های متفاوتی دارند و ارزش‌ها نیز نزد آنان یکسان نیستند. در بیشتر مواقع مجموعه عناصر سبک زندگی در یک‌جا جمع می‌شوند و افراد در یک سبک زندگی مشترک می‌شوند. به نوعی که گروه‌های اجتماعی اغلب مالک یک نوع سبک زندگی شده و یک سبک خاص را تشکیل می‌دهند. سبکی شدن زندگی با شکل‌گیری فرهنگ مردم رابطه نزدیک دارد. مثلا می‌توان شناخت لازم از افراد جامعه را از طریق سبک زندگی افراد آن جامعه بدست آورد.

اکنون در دنیای امروز با گسترش فرهنگ عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی به ویژه در میان جوانان، زندگی به سبک شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، به سرعت در حال گسترش است. این وضعیت در اثر افزایش روزافزون کاربران اینترنت و شبکه‌های اجتماعی اینترنتی به وجود آمده است. در روابط اجتماعی روزمره، معمولا ما فقط با کسی رابطه برقرار می‌کنیم که در فعالیت‌های روزمره ما دخیل باشد. این روابط اجتماعی می‌تواند به صورت مکالمه‌ی رو در رو، ارسال پیامک، مکالمه تلفنی و یا رفتن به مکانی همراه با آن شخص باشد. این‌گونه ارتباطات فعالیت‌هایی هستند که معمولا در زندگی روزمره به آنها مبادرت می‌ورزیم، اما به نظر می‌رسد امروزه رشد کاربران اینترنت و شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، پیدایش سبک جدیدی از زندگی به نام سبک زندگی جوامع مجازی را در بین جوانان در پی داشته است. این شیوه زندگی که در آمیخته با شبکه‌های اجتماعی مجازی است، سبک جدیدی از زندگی بوده که همه فعالیت‌های روزمره را تحت تاثیر قرار می‌دهد، در این فرایند عاملی که می‌تواند نقش مهمی ایفا نماید و تاثیر گذار باشد سرگرمی ادراک شده از این شبکه‌ها توسط افراد هست که به نحوی این رابطه را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

بنا به دلیل اهمیت مدل پذیرش شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین کاربران، این مقاله به بررسی تأثیر بعدها مدل پذیرش شبکه‌های اجتماعی مجازی (سهولت استفاده، سودمندی ادراک شده) و سبک زندگی با میانجی‌گری سرگرمی ادراک شده از این شبکه‌ها متمرکز شده است.

ادبیات موضوعی

سبک زندگی مفهوم بسیار مهمی است که اغلب برای بیان روش زندگی مردم به کار می‌رود و منعکس‌کننده طیف کاملی از ارزش‌ها، عقاید و فعالیت‌های اجتماعی است. سبک زندگی از الگوهای فرهنگی، رفتاری و عادات شکل می‌گیرد و افراد به طور روزمره آنها را در زندگی فردی و اجتماعی خود به کار می‌گیرند. افراد به واسطه‌ی کنش‌های اجتماعی متقابل با والدین، دوستان، همسالان، آشنایان و رسانه‌های جمعی الگوهای رفتاری را می‌آموزند. به عبارتی سبک زندگی شامل فعالیت‌های معمول و روزانه است که شخص آنها را در زندگی خود به کار گرفته و روی سلامت او تأثیر دارد (روح الامینی، 1363).

سبک زندگی تحت تأثیر سطح ساختاری (بازتولید فرهنگ)، سطح موقعیتی (بازتولید اجتماعی) و سطح فردی (اجتماعی کردن) تغییر می‌کند؛ بنابراین این شبکه‌های اجتماعی به عنوان به وجود آورنده‌ی سیستم اجتماعی و سیستم روابط پیچیده بین افراد که بازتولید اجتماعی و فرهنگی و اجتماعی کردن افراد را در درون خود نهفته دارد، می‌تواند منبع تولید کننده‌ی سرمایه اجتماعی باشد و سبک زندگی افراد جامعه را تغییر دهد (شاهنوشی و تاجی، 1391). در همین زمینه جسیکا هیلبرمن معتقد است «امروزه بسیاری از جوانان به فعالیت‌های اجتماعی شبکه‌ای اشتغال دارند و برای ساختن زندگی خود از روابط و مناسبات اینترنتی استفاده می‌کنند و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی در برگرفته‌ی همه‌ی ابعاد زندگی است» (هیلبرمن، 2009).

در ادبیات جامعه‌شناسی از مفهوم سبک زندگی دو برداشت و مفهوم‌سازی وجود دارد، یکی مربوط به دهه‌ی 1920، که سبک زندگی معرف ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و غالباً به عنوان شاخص تعیین طبقه‌ی اجتماعی به کار رفته است (چاپین 1995؛ چاپمن 1935) و دوم به عنوان شکل اجتماعی نوینی که تنها در متن تغییرات مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد (گیدنز، 1991؛ بوردیو، 1984؛ فدرستون، 1987، 1991) و در این معنا سبک زندگی راهی است برای تعریف ارزشها و نگرشها و رفتارهای افراد که اهمیت آن برای تحلیل‌های اجتماعی روز به روز افزایش می‌یابد (اباذری، 1381). جنسن (2007) معتقد است که بیشتر اوقات این مفهوم بدون آنکه به طور دقیق معنای روش زندگی را بدهد، مورد استفاده قرار می‌گیرد و در ادبیات، این واژه به روش‌های مختلف تعریف شده و این که در چهار سطح جهانی، ملی، منطقه‌ای و فردی قابل اندازه‌گیری است. گیدنز (1382) سبک زندگی را مجموعه‌ای نسبتاً منسجم از همه‌ی رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره خود می‌داند که مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌هاست و بر همین اساس از نوعی وحدت برخوردار است. وبر در تحلیلی چند بعدی به سه مفهوم سبک زندگی یا سبک‌مند شدن زندگی، تدبیر زندگی و بخت زندگی اشاره می‌کند. وی خصیصه‌ی 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، 1382).

بوردیو درباره‌ی شکل‌گیری سبک‌های زندگی نظریه‌ای منسجم ارائه داده است. مطابق مدلی که او ارائه کرده است، شرایط عینی زندگی و موقعیت فرد در ساختار اجتماعی به تولید منش خاص منجر می‌شود و منش دو دسته نظام است. نظامی برای

International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

طبقه‌بندی اعمال و نظامی برای ادراکات و شناخت‌ها (قریحه‌ها). نتیجه‌ی نهایی تعامل این دو نظام، سبک زندگی است. سبک زندگی همان اعمال و کارهایی است که به شیوه‌ای خاص طبقه‌بندی شده و حاصل ادراکات خاص هستند. همچنین سبک زندگی تجسم علاقه‌مندی‌های افراد است که به صورت عمل درآمده و قابل مشاهده هستند. الگویی غیرتصادفی که ماهیت طبقاتی دارد. او با نشان دادن این که سبک‌های زندگی محصول منش‌ها و خود منش‌ها نیز تابعی از انواع تجربه‌ها و از جمله تجربه‌ی آموزش رسمی هستند و با بیان این نکته که الگوهای مصرف، اصلی‌ترین نموده‌های سبک‌های زندگی‌اند، ارتباط میان آموزش رسمی در ساختار سرمایه‌داری و باز تولید آن را تحلیل کرد. عمده‌ترین میراث اندیشه‌ی بوردیو برای جامعه‌شناسی مصرف و تحلیل سبک‌های زندگی، تحلیل ترکیب انواع سرمایه برای تبیین الگوهای مصرف، بررسی فرضیه‌ی تمایز یافتن طبقات از طریق الگوهای مصرف و مبنای طبقاتی قریح و مصرف فرهنگی است (فاضلی، 1382).

استفاده از فناوری‌های اطلاعات و شبکه‌های اجتماعی

گسترش اینترنت در سالهای اخیر، گسترش برنامه‌های کاربردی مبتنی بر آن را نیز به همراه داشته است و شبکه‌های اجتماعی، یکی از مهمترین و موفق‌ترین این برنامه‌ها می‌باشند. شبکه‌های اجتماعی یک گروه از برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت است که در سال‌های اخیر با استقبال فراوانی روبه رو شده است. فیسبوک، توئیتر، گوگل پلاس و مای اسپیس از جمله شبکه‌های اجتماعی هستند (دونگ و همکاران، 2003).

به عقیده بوید و الیسون (2007)، شبکه‌های اجتماعی خدمات مبتنی بر وب هستند که به افراد اجازه می‌دهند تا یک پروفایل خصوصی یا نیمه خصوصی برای خود بسازند، لیستی از کاربران را برای به اشتراک‌گذاری محتواهای تولیدشده ایجاد کنند و ارتباطات و تعاملات دیگر کاربران را در سیستم بازدید و مرور کنند (بوید و الیسون، 2007). به عقیده بارنز شبکه‌های اجتماعی نشان‌دهنده روابط و تعاملات و جریان اطلاعات یا دانش بین افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها یا کامپیوترها است (بارنز، 1954). واسرمن و فآوست عقیده دارند که شبکه‌های اجتماعی مجموعه‌ای از نهادهای اجتماعی هستند که تعاملات هسته اصلی آنها را تشکیل می‌دهد و از روش‌های مختلفی برای تجزیه و تحلیل ساختار این شبکه‌ها می‌توان استفاده کرد (واسرمن و فآوست، 1994). آنچه که شبکه‌های اجتماعی را منحصر به فرد کرده است، "روابط افراد با دیگران" نیست، بلکه توانایی بخشیدن به کاربران در اداره هویت شخصی و تعاملاتشان در این شبکه‌ها است که آنها را متمایز ساخته است (بوید، 2006). امروزه شبکه‌های اجتماعی در زمینه‌های مختلفی از جمله آموزش و پرورش، پزشکی، تجارت، و قانون به کار گرفته می‌شوند، به طوری که تأثیر عمیقی بر جنبه‌های اجتماعی کاربران در جوامع گوناگون گذاشته‌اند (هیلستروم، 2009).

استفاده از سیستم و برنامه‌های کاربردی، یکی از مفاهیم اصلی در پژوهش‌های سیستم‌های اطلاعاتی به شمار می‌رود؛ به این دلیل که استفاده از سیستم و برنامه‌های کاربردی، به عنوان مسیر کلیدی برای ارزیابی تأثیرات سیستم و نیز سنجش عملکرد آن، شناخته شده است (لالمحمد و همکاران، 2013) و از اهمیت بالایی برخوردار است. این اهمیت در فناوری اطلاعات سبب شده است تا پژوهش‌های بسیاری به منظور شناخت عوامل مؤثر بر استفاده و قصد استفاده کاربران از برنامه‌های کاربردی و به ویژه شبکه‌های اجتماعی صورت گیرد (مانند: دیویس (1989)، آگاروال و کاراهانا (2000)، ژانگ و همکاران (2006)، وون و ون (2010)، دونگ و همکاران (2013)). مطالعات صورت گرفته در این زمینه حاکی از آن است که عوامل مختلف مدل پذیرش

International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

شبکه‌های اجتماعی مجازی (از جمله سهولت استفاده ادراک شده، سودمندی ادراک شده و سرگرمی‌های دریافت شده) نقش مهمی را در سبک زندگی افراد ایفا می‌کند.

سهولت استفاده ادراک شده به معنای باور فرد از سادگی استفاده از یک فناوری یا سیستم است (فانگ و همکاران، 2008) و سودمندی ادراک شده نیز باور شخص به اینکه با استفاده از یک فناوری، می‌توان عملکرد خود را بهبود بخشید، است (هندرسن و دیوت، 2013) و رضایت کاربر به معنای نگرش و نظر کاربر در خصوص فناوری اطلاعات یا یک برنامه خاص رایانه‌ای (دول و ترکزاده، 1988) در حقیقت چنانچه کاربران، شبکه‌های اجتماعی را ساده و سودمند ادراک نمایند (آگاروال و کاراهانا، 2000) و از خدمات ارائه شده توسط این شبکه‌ها راضی باشند (دونگ و همکاران، 2013)؛ از آنها استفاده بیشتری می‌کنند و رسیدن به این باور تا حد زیادی به مجذوب شدن، کاربر وابسته است (ساده و بهلی، 2005).

مدل پذیرش تکنولوژی

"مدل پذیرش تکنولوژی" (TAM) اولین بار توسط دیویس در سال ۱۹۸۹ جهت پژوهش در زمینه روانشناسی اجتماعی مطرح شد. این مدل تئوریک همچنان بطور گسترده‌ای توسط محققان مورد استفاده قرار می‌گیرد. TRA و TPB دو تئوری پایه‌ای روانشناسی اجتماعی هستند که منجر به خلق TAM شدند. براساس تئوری TRA، عملکرد فرد در زمینه یک رفتار خاص توسط تصمیم رفتاری آن فرد برای مشغول شدن در آن فعالیت مشخص می‌شود. تئوری TPB بر این فرض دلالت دارد که نیت رفتاری فرد به انجام رفتارهای مختلف را می‌توان با نگرش فرد نسبت به آن رفتار، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری ادراک شده پیش‌بینی کرد. TAM به عنوان یک مدل فشرده، پیشگویانه و قدرتمند برای توضیح و پیشگویی رفتار در زمینه تصمیم‌گیری و پذیرش استفاده از یک تکنولوژی خاص خلق شده است. این مدل ادعا می‌کند که تصمیم یک فرد برای استفاده از تکنولوژی به دو باور رفتاری بخصوص شامل سودمندی ادراک شده^۱ و سهولت استفاده ادراک شده^۲ بستگی دارد. سودمندی ادراک شده عبارت است از انتظار ذهنی استفاده کننده یک تکنولوژی از این که استفاده از آن تکنولوژی خاص، عملکرد وی را بهبود بخشد. سهولت استفاده ادراک شده عبارتست از میزان انتظار فرد از اینکه استفاده از آن تکنولوژی، بدون زحمت و آسان باشد. گذشته از این، مدل فوق ادعا می‌کند که سودمندی ادراک شده یک تکنولوژی، تحت تاثیر سهولت استفاده ادراک شده آن قرار دارد، چرا که هر چقدر استفاده از یک تکنولوژی برای یک فرد آسانتر باشد، آن تکنولوژی برای فرد سودمندتر بنظر خواهد رسید. (گنگ، 2004).

سهولت استفاده ادراک شده

سهولت استفاده ادراک شده مفهومی است که نخستین بار توسط فرد دیویس و در سال 1989 مطرح گشت، در حقیقت، دیویس ضمن مطالعه در خصوص عوامل مؤثر بر پذیرش فناوری، به این نتیجه دست یافت که سهولت استفاده ادراک شده تأثیر زیادی بر پذیرش یک فناوری از سوی کاربران دارد (دیویس، 1989). سهولت استفاده ادراک شده، به باور فرد در خصوص استفاده از فناوری اشاره دارد و بیان می‌کند که یک شخص تا چه حد باور دارد که می‌تواند از فناوری به سادگی و با تلاشی اندک استفاده نماید (فانگ، 2008). در حقیقت، باید بیان نمود که هر چه میزان تلاش و تخصیص منابع برای استفاده از فناوری، کمتر باشد؛ استفاده از آن فناوری افزایش می‌یابد (هندرسن و دیوت، 2003). علاوه بر این، سهولت استفاده ادراک شده کاربران رایانه‌ای، در طول زمان تغییر می‌کند، زیرا هنگامیکه کاربران برای اولین بار با یک فناوری یا برنامه نرم‌افزاری جدید روبه‌رو می‌شوند؛ ممکن است

1- Perceived usefulness

2- Perceived ease of use

International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

آن را به علت نداشتن مهارت و توانایی لازم، پیچیده ادراک نمایند. اما زمانی که بیشتر با آن درگیر می‌شوند و از آن استفاده می‌کنند؛ به این نتیجه برسند که استفاده از آن ساده و آسان است (هاکبرث و همکاران، 2003).

سودمندی ادراک شده

سودمندی ادراک شده نیز برای نخستین بار توسط دیویس (1989) و همراه با سهولت استفاده ادراک شده به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر پذیرش فناوری مطرح گشت (دیویس، 1989). سودمندی ادراک شده به باور شخص درباره میزان مفید بودن یک فناوری دلالت دارد. به عبارت دیگر، سودمندی ادراک شده به معنای میزان باوری است که یک شخص گمان می‌کند با استفاده از یک فناوری، می‌تواند عملکرد خود را افزایش دهد (هندرسن و دیوت، 2003).

سرگرمی ادراک شده¹

سرگرمی در ابتدا توسط لیبرمن (1977) به عنوان لذت درونی درک شده هنگامی که فرد مشغول انجام یک رفتار یا فعالیت خاص می‌باشد تعریف شده است. برای توضیح رفتار اینترنتی کاربران، محققان باور شناختی از سرگرمی دریافت شده را، که توضیحی قوی و محکم ارائه می‌دهد پیشنهاد کرده‌اند.

موون و کیم (2001) با ادغام سرگرمی دریافت شده و گسترش مدل نشان داد که سودمندی درک شده و سرگرمی ادراک شده به طور معنی‌داری قصد استفاده از اینترنت را تحت تاثیر قرار می‌دهد. علاوه بر این، برای جوانان بزرگسال استفاده از اینترنت به منظور سرگرمی ادراک شده تاثیر معنی‌دار بیشتری از سودمندی درک شده نشان می‌دهد.

بارنت (1990) پیشنهاد کرد که سرگرمی یک خصیصه‌ی وجودی از ویژگی‌های وضعیت سرگرمی است. بر اساس کار بارنت، وبستر و مارتکچیو (1992) نشان داد شده است که سرگرمی یک ویژگی منحصر به فرد است، و افرادی که ویژگی‌های سطوح بالایی از سرگرمی دارند به احتمال زیاد عملکرد برتر و پاسخ‌های عاطفی بیشتری در طول وظایف آموزش کامپیوتر از افرادی که با سطوح پایین از سرگرمی مواجه هستند نشان داده‌اند. آنها همچنین نشان دادند که، در زمینه‌های تعاملی خاص، سرگرمی احساس شخصی و ذهنی به نمایش گذاشته در طول تعامل انسان و کامپیوتر است. محققان با ترکیب مدل با تئوری انگیزه، به این نتیجه رسیدند که هر دو انگیزه‌های درونی و بیرونی، نیت رفتار فردی را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

پیشینه تحقیق

بر مبنای یافته‌های پژوهش ذوالقدر و عراقی (1392) بر روی 130 نفر از کاربران فیس بوک می‌توان استدلال کرد که شبکه‌های اجتماعی فیسبوک بیشتر نوعی ابزار ارتباط اجتماعی هستند؛ چنان که کاربران مورد مطالعه بیشتر از شبکه‌های اجتماعی فیسبوک برای پیگیری تعاملات اجتماعی خود استفاده می‌کنند. همان طور که پیشتر نیز اشاره شد، در مورد کاربران مورد مطالعه، بیشترین فراوانی گویه‌هایی که شاخص‌های متغیر نیاز اجتماعی را مورد سنجش قرار می‌دادند، گویه‌های متوسط به بالا بودند. همچنین بر اساس یافته‌های پژوهش، این کاربران به منظور کسب هویت شخصی از شبکه اجتماعی استفاده می‌کنند.

1 -percieved playfulness

International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

تحقیق دیگری که در سال 85 توسط مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) انجام شده، بیانگر این مطلب است که کم شدن ارتباطات چهره به چهره در میان دوستان، یکی دیگر از مسائلی است که در ارتباط با شبکه‌های اجتماعی و تغییر سبک زندگی جوانان باید به آن اشاره کرد. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که 64/3 درصد افرادی که دوست یا دوستان اینترنتی داشته‌اند، پس از دوستی با آنها ملاقات نکرده‌اند و تنها 35/7 درصد پس از دوستی با هم ملاقات داشته‌اند (محمدی، 1388).

ناظری (1387) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود در دانشگاه علامه طباطبایی، میزان تفاوت معیارهای دوست‌یابی نوجوانان در فضای مجازی و غیر مجازی را بررسی کرده است. پژوهش مذکور بیانگر این مطلب است که معیارهای دوست‌یابی در فضای مجازی و غیرمجازی دارای تفاوت‌های معناداری با یکدیگر است که می‌تواند نشانگر رابطه‌ی میان عضویت و حضور در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تغییرات سبک زندگی افراد باشد.

پژوهش کوثری (1386) با عنوان جهان فرهنگی کاربران ایرانی در «اورکات» از دیگر پژوهش‌هایی است که می‌تواند بیانگر رابطه‌ی میان عضویت و حضور در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی کاربران شبکه‌های اینترنتی باشد. در این پژوهش مهم‌ترین علت‌های حضور در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، پیدا کردن دوست (80 درصد) پس از آن پیدا کردن شریک فعال برای زندگی (70 درصد) عنوان شده است.

پتروویچ و همکاران (2015) در پژوهش خود ذکر کرده‌اند، تلفن همراه نقش مهمی در ارتباطات شخصی افراد مسن با اعضای شبکه‌های حمایت اجتماعی خود بر عهده دارد. تحقیقات نشان می‌دهد که افراد مسن به طور فزاینده از تلفن همراه، برای حفظ و توسعه تعاملات اجتماعی با اعضای خانواده خود، دوستان و سرپرستان به عنوان ارائه دهندگان حمایت عاطفی و همراهی اجتماعی استفاده می‌کنند. این مطالعه تایید می‌کند هنگامی که افراد مسن در اسلونی به اعضای شبکه‌های شخصی خودشان، برای حمایت اجتماعی اعتماد می‌کنند، تلفن همراه نقش مهمی ایفا می‌کند.

در این مطالعه چانگ و همکاران (2015) بیان شده است، سرگرمی ادراک شده، و تمایل برای سازگاری با کشف این که چرا مردم همچنان به استفاده از شبکه‌های اجتماعی ادامه می‌دهند پرداخته شده است. نتایج تمایل به سازگاری نشان داده است که افزایش تاثیر آگاهی در قصد ادامه استفاده از شبکه‌های اجتماعی از طریق سودمندی ادراک شده است، نه از طریق تاثیرهنجاری. علاوه بر این، هرچند کاربران، شبکه‌های اجتماعی را پذیرفته باشند، و سرگرمی ادراک شده، قصد ادامه استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی را تسهیل کند سهولت استفاده ادراک شده مهم ترین عامل تعیین شده است.

بیسن (2015) در پژوهش خود بیان می‌کند، دانشجویان از شبکه اجتماعی برای برقراری ارتباط از طریق موتورهای جستجو با دوستان خود استفاده می‌کنند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که در این دوره شبکه‌های اجتماعی سریعترین ابزار ارتباطات ما هستند. از سوی دیگر دانش آموزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی را برای مشاهده وضعیت دوستان خود، به اشتراک‌گذاری عکس‌ها، و دوستان و اظهار نظر در باره عکس‌ها و جستجوی آخرین اخبار ترجیح می‌دهند. ما می‌توانیم بگوییم که علاقه دانش-آموزان به یادگیری در مورد دوستان خود، یک عامل مهم در سبک زندگی است و استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای درک آنچه که در جهان، در جریان است می‌باشد. تمام این دلایل مهم است، و همچنین دانش‌آموزان با استفاده از شبکه‌های اجتماعی تا حدودی اطلاعات و رویدادهای جدید یاد بگیرند. بررسی و به اشتراک‌گذاری فایل از دلایل اصلی برای استفاده از شبکه‌های

International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

اجتماعی نیست بلکه یافته نشان می‌دهد که دانش‌آموزان شبکه‌های اجتماعی را برای اهداف آموزشی استفاده نمی‌کنند و دوستان جدید پیدا می‌کنند، و اعضای گروه‌ها یا افراد مشهور را دنبال می‌کنند. در نتیجه، تماس با دوستان از طریق موتور جستجو دلیل اصلی برای استفاده از سایت‌های شبکه اجتماعی است.

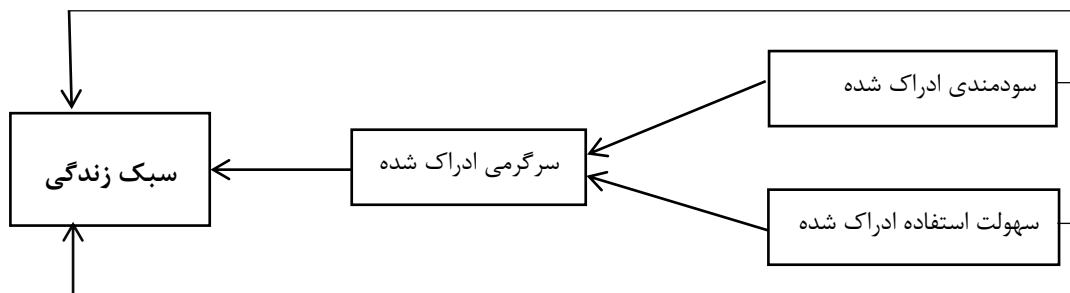
کامل و همکاران (2014) در مقاله‌ای با عنوان شبکه‌های اجتماعی آنلاین برای تغییر رفتار سلامتی، طراحی برای افزایش اجتماعی، بیان می‌نمایند فن‌آوری‌های اجتماعی مانند شبکه‌های اجتماعی آنلاین فرصت قابل توجهی را برای بهبود رفتارهای بهداشتی افراد فراهم می‌کند. هرچند، طرح به حرکتی بیشتر از به اشتراک‌گذاری مطالب شرکت کنندگان مربوطه و اظهار نظر در باره مطالب نیاز دارد. در این پژوهش تغییرات مثبت قابل توجهی در عوامل فردی مبتنی بر نگرش نسبت به فعالیت فیزیکی؛ خودکارآمدی در خوردن غذاهای سالم؛ و خودکارآمدی در انجام فعالیت فیزیکی مشاهده شد. یک تغییر معنی-دار آماری هم برای گروه تمام-بالینی در جهت خودکارآمدی با مشاهده انجام فعالیت بدنی وجود دارد. در صورتی که هیچ تغییری مشاهده شده برای گروه شاهد وجود نداشت. همچنین نشان می‌دهد که تغییرات معنی‌داری در برخی از عوامل مبتنی بر رفتار به صورت جداگانه برای سلامت وجود دارد.

در پژوهش والنزولا و همکارانش (2014) مشخص شد که بین استفاده از سایت‌های شبکه‌های مجازی اجتماعی، رضایت از ازدواج و نرخ طلاق با استفاده از داده‌های نظرسنجی از افراد متأهل و داده‌ها در سطح دولت از ایالات متحده پرداخته-اند. بیان کرده‌اند که نتایج نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی با کیفیت ازدواج و شادی همبستگی منفی و با تجربه یک رابطه مشکل‌دار و فکر کردن در مورد طلاق همبستگی مثبت دارد. در داده‌های ارائه شده این مطالعه شواهدی وجود دارد که استفاده از فیس‌بوک با کاهش رضایت زناشویی و نرخ طلاق همبستگی دارد.

مدل پژوهش

همانگونه که در بالا توضیح داده شد، هر یک از متغیرها و رابطه آنها با سایر متغیرها در پژوهش‌های پیشین مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته است. بنابراین، با توجه به توضیحات ارائه شده، مدل مفهومی این پژوهش به شرح زیر است:

شکل 1- مدل اثر پذیرش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی با نقش واسطه‌ای سرگرمی ادراک شده از شبکه‌های اجتماعی مجازی



International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

فرضیه های پژوهش:

میان پذیرش مدل شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

میان عوامل پذیرش مدل شبکه‌های اجتماعی (سودمندی ادراک شده و سهولت استفاده ادراک شده) و سبک زندگی رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

سرگرمی ادراک شده به عنوان متغیر واسطه‌ای می‌تواند در رابطه‌ی پذیرش شبکه اجتماعی و سبک زندگی رابطه‌ی معناداری داشته باشد.

روش پژوهش

بررسی برازش سازه‌ها و مدل مفهومی پژوهش از طریق تکنیک تحلیل عاملی تاییدی از طریق نرم افزار AMOS

منظور از برازش مدل این است که تا چه حد یک مدل با داده‌های مربوطه سازگاری و توافق دارد. لذا در این قسمت به ارزیابی برازش مدل مفهومی پرداخته می‌شود تا از سازگاری آن با داده‌های پژوهش اطمینان حاصل گردد.

مقدار آماره RMSEA سازه پذیرش شبکه‌های اجتماعی، با مقدار 0/05 در حد مطلوب می‌باشد. و سازه سرگرمی ادراک شده و سازه سبک زندگی با مقدار 0/06 مورد قبول می‌باشد.

جدول 1- شاخص‌های نیکویی برازش سازه‌های (پذیرش شبکه‌های اجتماعی) (دو عامل سودمندی ادراک شده و سهولت استفاده ادراک شده)، سازه تک عاملی سرگرمی ادراک شده از شبکه‌های اجتماعی، سازه سبک زندگی (شش عامل ورزش و تندرستی، سلامت روان شناختی، سلامت معنوی، سلامت اجتماعی، اجتناب از دارو و مواد مخدر، سلامت محیطی)

AGFI	GFI	RMSEA	CMIN/DF	p	df	χ^2	سازه
0/97	0/98	0/05	1/75	0/045	13	22/735	پذیرش شبکه
0/96	0/99	0/06	2/05	0/128	2	4/106	سرگرمی ادراک شده
0/96	0/99	0/06	2/24	0/000	725	1622/318	سبک زندگی
0/87	0/89	0/07	2/41	0/000	130	313/412	مدل پژوهش

به طور کلی قضاوت در باره جداول فوق به این صورت هست که دو شاخص GFI و AGFI که در جدول فوق مشخص شده هرچه قدر به یک نزدیکتر باشند برازش کامل مدل را بیشتر نشان می‌دهند و کم بودن شاخص RMSEA به منزله مطلوبیت برازش مدل است. مهمترین آماره برازش مجذور کای است که این آماره میزان تفاوت ماتریس مشاهده و برآورد شده را اندازه‌گیری می‌کند. از آنجا که ارزش مجذور کای وابسته به حجم نمونه است و به دست آوردن مجذور کای غیر معنادار در نمونه‌های با حجم بالا غیر ممکن است، برای کاهش این حساسیت از نسبت مجذور کای به درجه آزادی استفاده می‌شود. که ارزش عددی کوچکتر از 3 برای این آماره برازش داده‌ها را با مدل تأیید می‌کند. از مجموع شاخص‌های برازش به این نتیجه می‌رسیم که داده‌ها با مدل مفروض هماهنگی کاملی دارند.

International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی، از لحاظ ماهیت و روش توصیفی و همبستگی از لحاظ شیوه گردآوری داده‌ها کتابخانه‌ای و پرسشنامه‌ای است. در پژوهش حاضر، بنا به اهداف و روش اجرایی آن، جامعه آماری، دانش‌آموزان دبیرستانی شهرستان شیراز هستند. پرسشنامه این پژوهش طراحی و پس از اجرای نمونه هنجاریابی شد. پایایی و روایی آن از طریق تحلیل عامل تاییدی تایید گردید. برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز محقق شخصا اقدام به جمع‌آوری داده‌ها نمود. در پایان تعداد 388 پرسشنامه جمع‌آوری گردید که با توجه به جدول جرسی و مورگان، برای انجام پژوهش در حجم جامعه مورد نظر مطلوب است. در پرسشنامه پذیرش شبکه اجتماعی و سرگرمی ادراک شده از مقیاس 5 گزینه‌ای و در پرسشنامه سبک زندگی از مقیاس 6 گزینه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم (1) تا کاملاً موافقم (5) لیکرت از استفاده شد.

آمار توصیفی داده‌ها

جدول 2- توصیف نمونه بر اساس جنسیت و مقطع تحصیلی

جنسیت	فراوانی		درصد
	فراوانی دوره اول متوسطه	فراوانی دوره دوم متوسطه	
مرد	97	97	25
زن	97	97	25
جمع	194	194	50
جمع کل	388		100

همانگونه که در جدول 2 مشاهده می‌شود از 388 نفر پاسخگوی نمونه، 194 نفر پسر (50 درصد) و 194 نفر دختر (50 درصد) می‌باشد که به طور یکسان از دو مقطع دوره اول متوسطه و دوره دوم متوسطه هر کدام 194 نفر (50 درصد) از کل جمعیت آماری را تشکیل داده‌اند.

جدول 3- توصیف نمونه بر اساس عضویت در شبکه‌های اجتماعی

جنسیت	فراوانی		درصد
	فراوانی دوره اول متوسطه	فراوانی دوره دوم متوسطه	
عضویت	77	152	77/8
عدم عضویت	117	42	22/2
جمع	194	194	100
جمع کل	388		100

همانگونه که در جدول شماره 3 مشاهده می‌شود، از 194 نفر کل پاسخگویان دانش‌آموز دوره متوسطه اول، 77 نفر (39/7 درصد) و تعداد 151 نفر (77/8 درصد) از دوره دوم متوسطه عضو شبکه‌های اجتماعی بودند که در این پژوهش شرکت داشتند.

عمده‌ترین هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش واسطه‌ای سرگرمی ادراک شده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بود و برای آزمون مدل، از مدل پیشنهادی بارون و کنی (1986)، به ترتیب بر اساس رگرسیون پذیرش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی سبک

International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

زندگی، رگرسیون پذیرش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی سرگرمی ادراک شده و رگرسیون همزمان شبکه‌های اجتماعی مجازی و سرگرمی ادراک شده بر سبک زندگی اجرا شد و نمودار به صورت تحلیل مسیر ترسیم شد.

جدول 4- ماتریس همبستگی صفر مرتبه بین متغیرها

متغیر	MD	SD	1	2	3	4
سبک زندگی	183/54	32/70	1			
سودمندی دریافت شده	9/46	3/10	0/349**	1		
سهولت استفاده	8/83	2/59	0/304**	0/201**	1	
سرگرمی دریافت شده	11/80	3/33	0/333**	0/294**	0/273**	1
			P≤0/01 **		P≤0/05 *	
			N= 388			

همان‌گونه که نتایج جدول 4 نشان می‌دهد ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. همچنین دامنه ماتریس همبستگی سبک زندگی با متغیرهای پژوهش از 0/201 تا 0/349 است.

جدول 5- خلاصه مدل رگرسیون، تحلیل واریانس و مشخصه‌های آماری مؤلفه‌های پذیرش شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی.

الگو	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	R	R ²	Sig
رگرسیون	54148/031	2	27074/015	30/626	0/423	0/179	0/000
باقیمانده	248406/543	281	884/009				

همان‌گونه که نتایج جدول 5 نشان می‌دهد 0/18 واریانس سبک زندگی توسط مؤلفه‌های پذیرش شبکه‌های اجتماعی مجازی (سودمندی ادراک شده و سهولت استفاده ادراک شده) تبیین می‌شود. برای بررسی اینکه سهم هر یک از آن‌ها به چه میزان است در جدول ذیل نتایج ضرایب رگرسیون آمده است.

جدول 6- مشخصه آماری پذیرش شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی

متغیرهای پیش‌بین	B	Beta	t	P
سودمندی ادراک شده	3/17	0/30	5/45	0/00
سهولت استفاده ادراک شده	3/08	0/24	4/41	0/00

همان‌گونه که نتایج جدول 6 نشان می‌دهد از مقایسه ضریب رگرسیون مشاهده می‌گردد که هردو مؤلفه پذیرش شبکه‌های اجتماعی مجازی، سودمندی ادراک شده، و سهولت استفاده ادراک شده به ترتیب با بتای 0/30 و 0/24 به صورت مثبت سبک زندگی را پیش‌بینی می‌کند.

نتایج تحلیل رگرسیون پذیرش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرگرمی ادراک شده از شبکه‌های اجتماعی (مرحله دوم از مراحل بارون و کنی، 1986):

الف: تحلیل رگرسیون پذیرش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرگرمی ادراک شده

International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

جدول 7- خلاصه مدل رگرسیون، تحلیل واریانس و مشخصه های متغیر واسطه ای سرگرمی ادراک شده و شبکه های اجتماعی مجازی

الگو	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	R	R ²	Sig
رگرسیون	422/119	2	211/060	21/798	0/366	0/13	0/000
باقیمانده	2720/839	281	9/638				

همان گونه که نتایج جدول 7 نشان می دهد 0/13 واریانس سرگرمی ادراک شده توسط مؤلفه های پذیرش شبکه های اجتماعی مجازی تبیین می شود. برای بررسی اینکه سهم هر یک از آن ها به چه میزان است در جدول ذیل نتایج ضرایب رگرسیون آمده است.

جدول 8- مشخصه متغیر سرگرمی ادراک شده و مؤلفه های پذیرش شبکه های اجتماعی مجازی

متغیرهای پیش بین	B	Beta	t	P
سودمندی ادراک شده	0/27	0/25	4/40	0/00
سهولت استفاده ادراک شده	0/29	0/22	3/94	0/00

همان گونه که نتایج جدول 8 نشان می دهد از مقایسه ضریب رگرسیون مشاهده می گردد که هر دو مؤلفه پذیرش شبکه های اجتماعی مجازی، بعد سودمندی ادراک شده و سهولت استفاده ادراک شده به ترتیب با بتای 0/25 و 0/22 به صورت مثبت سرگرمی ادراک شده از شبکه های اجتماعی مجازی را پیش بینی می کند.

نتایج تحلیل رگرسیون پذیرش شبکه های اجتماعی مجازی و سبک زندگی با واسطه گری سرگرمی ادراک شده از شبکه های اجتماعی مجازی (مرحله سوم از مراحل بارون و کنی، 1986):

جدول 9- خلاصه مدل رگرسیون، تحلیل واریانس و مشخصه های آماری نقش سرگرمی ادراک شده از شبکه های اجتماعی مجازی در رابطه پذیرش شبکه های اجتماعی مجازی و سبک زندگی

الگو	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	R	R ²	Sig
رگرسیون	65257/711	3	21752/570	25/667	0/46	0/22	0/00
باقیمانده	237296/863	280	847/489				

همان گونه که نتایج جدول 9 نشان می دهد 0/22 واریانس سبک زندگی توسط مؤلفه های پذیرش شبکه های اجتماعی مجازی و سرگرمی ادراک شده از شبکه های اجتماعی مجازی تبیین می شود. برای بررسی اینکه سهم هر یک از آن ها به چه میزان است در جدول ذیل نتایج ضرایب رگرسیون آمده است.

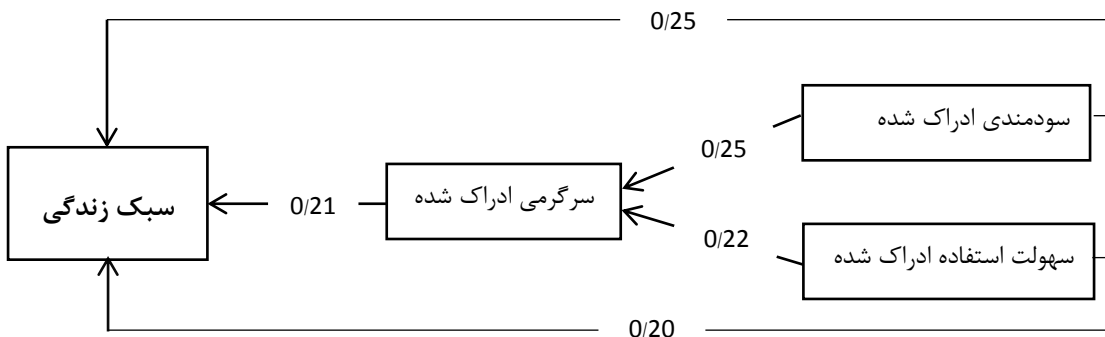
جدول 10- مشخصه آماری نقش سرگرمی ادراک شده از شبکه های اجتماعی مجازی در رابطه پذیرش شبکه های اجتماعی مجازی و سبک زندگی

متغیرهای پیش بین	B	Beta	t	P
سودمندی دریافت شده	2/63	0/25	4/46	0/00
سهولت استفاده	2/50	0/20	3/56	0/00
سرگرمی دریافت شده	2/02	0/21	3/62	0/00

International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

همان گونه که نتایج جدول 10 نشان می دهد از مقایسه ضریب رگرسیون مشاهده می گردد که مؤلفه های پذیرش شبکه های اجتماعی مجازی، بعد سودمندی ادراک شده و سهولت استفاده ادراک شده به ترتیب با بتای 0/25 و 0/20 و سرگرمی ادراک شده از شبکه های اجتماعی مجازی با بتای 0/21 به صورت مثبت سبک زندگی را پیش بینی می کنند.

شکل 2- مدل نهایی اثر پذیرش شبکه های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی با نقش واسطه ای سرگرمی ادراک شده از شبکه های اجتماعی مجازی



به منظور بررسی نقش واسطه ای سرگرمی دریافت شده در جدول زیر اثر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای برون زاد بر سبک زندگی آمده است.

جدول 11- اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کل متغیرهای پژوهش بر یکدیگر

مسیر	متغیرهای مکنون	اثرات علی		اثر کل	واریانس تبیین شده
		مستقیم	غیرمستقیم		
سرگرمی ادراک شده از	سودمندی ادراک شده	0/25	---	0/25	0/12
	سهولت استفاده ادراک شده	0/22	---	0/22	
سبک زندگی از	سودمندی ادراک شده	0/25	0/09	0/34	0/22
	سهولت استفاده ادراک شده	0/20	0/09	0/29	
	سرگرمی دریافت شده	0/21	---	0/21	

نتیجه گیری

جوانان و نوجوانان جزء اولین اقشاری هستند که نسبت به تکنولوژی های جدید اقبال و اشتیاق نشان داده و جذب آنها می گردند، بر اساس آمار و ارقام و یافته های ارائه شده از تحقیقات پیشین مرور شده نیز مشخص است که روند استفاده از اینترنت و به خصوص رسانه های اجتماعی اخیرا به شدت افزایش یافته است و گونه ای خاص از رسانه های اجتماعی که شباهت فزاینده ای به

International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

زندگی اجتماعی واقعی بشر داشته و در آن روابط و تعاملات اجتماعی تا حد زیادی شبیه سازی شده است که همان شبکه های اجتماعی مجازی می باشد، مورد توجه فزاینده مخاطبان قرار گرفته است.

با توجه به اهمیت این موضوع، در این مقاله تلاش نمودیم تاثیر سهولت استفاده، سودمندی ادراک شده و سبک زندگی را با نقش واسطه ای سرگرمی ادراک شده در شبکه های اجتماعی مجازی مورد مطالعه قرار دهیم. بعد از طراحی مدل معادلات ساختاری مربوطه و مناسب بودن سازه ها، سازه های طراحی شده را مورد آزمون قرار دادیم و پس از مناسب بودن مدل، فرضیات، مورد آزمون قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده ها حاکی از آن است که سهولت استفاده ادراک شده و سودمندی ادراک شده از شبکه های اجتماعی مجازی رابطه ای معنا داری با سبک زندگی افراد دارد که در این مدل سرگرمی ادراک شده از شبکه های اجتماعی به عنوان یک متغیر واسطه ای بر این رابطه تاثیر می گذارد. و تمام یافته های این پژوهش که به صورت جزء به جزء جهت معناداری آن توضیح داده شد با نتایج تمام پژوهش های داخلی و خارجی که در این پژوهش به آن اشاره شده است هم راستا بوده و همدیگر را تایید می نمایند.

از آنجا که شبکه های اجتماعی در کشور ما پدیده ای نسبتاً جدید محسوب می شود تحقیقات کمی در این زمینه انجام شده است. از جمله موضوعاتی که می توان به محققان برای انجام کار تحقیقاتی در این زمینه پیشنهاد داد می توان به بررسی مدل پذیرش فناوری اجتماعی در زمینه شبکه های اشاره کرد. و همچنین می توان پژوهش هایی در مورد اساس مدل احتمالی تجزیه و تحلیل اینکه افراد چگونه نگرش های خود را در مورد سرگرمی ادراک شده شکل می دهند انجام داد.

منابع

- [1] ابادری، یوسف و حسن چاوشیان (1381)، "از «طبقه اجتماعی» تا «سبک زندگی»: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه شناسی هویت اجتماعی"، نامه ی علوم اجتماعی، ش 20.
- [2] روح الامینی، محمود (1363)، زمینه فرهنگ شناسی، چ 2، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- [3] شاهنوشی، مجتبی؛ تاجی، محمدرضا (1391)، تاثیر شبکه های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان شهرستان شهرکرد، فصلنامه مطالعات ملی، سال سیزدهم، شماره 3.
- [4] فاضلی، محمد (1382)، "مصرف و سبک زندگی"، پژوهشگاه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- [5] کوثری، مسعود (1386)، جهان فرهنگی کاربران ایرانی در شبکه دوست یابی اورکات، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- [6] گیدنز، آنتونی (1382)، "تجدد و تشخص"، ترجمه ی ناصر موفقیان، نشر نی.
- [7] محمدی، پوران (1388)، دوستی های اینترنتی حرکتی با چراغ خاموش، علم روز، شماره 174.
- [8] ناظری، خدیجه (1387)، بررسی میزان تفاوت معیارهای دوست یابی نوجوانان در فضای مجازی و غیر مجازی، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی.

International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

- [9] Agarwal, P., Prasad, J. (1999). *Are individual differences germane to the acceptance of new information technologies* *Decision Sciences*, 30, 360- 391.
- [10] Agarwal, R., Karahanna, E. (2000). *Time flies when you're having fun: Cognitive absorption and beliefs about information technology usage*. *MIS Quarterly* 24(4 694-665).
- [11] Barnes, J. (1954). *Class and Committees in a Norwegian Island Parish*, *Human Relations*, 39-58.
- [12] Barnett, L.A. (1990). *Playfulness: definition, design, and measurement, Play*. *Cult.3* ; 319–336.
- [13] Bicen, H. (2015). *Determination of university students 'reasons of using social networking sites in their daily life*. 2nd GLOBAL CONFERENCE on PSYCHOLOGY RESEARCHES, 28-29, November 2014, Procedia - Social and Behavioral Sciences, 190 (2015) 519 – 522.
- [14] Boyd, D. (2006). *Friends, Friendsters, and MySpace* Top 8: Writing community into //:being on social network sites, *First Monday*, 11 (12), Retrieved July 21, 2007.
- [15] Boyd, D.M., Ellison, N.B. (2007). *Social network sites: definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer Mediat. Commun.* 13(1), article 11.
- [16] Chang, Ch., Hung, Sh., Cheng, M., Wu, Ch. (2015). *Exploring the intention to continue using social networking sites: The case of Facebook*. *Technological Forecasting & Social Change* 95(2015)48-56, Contents lists available at Science Direct.
- [17] Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly* 13(3)319-340.
- [18] Davis, F. D., Bagozzi, R.P., Warshaw, PR. (1989). *User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models*. *Management Science* 35. 982-1003.
- [19] Doll, W., Torkzadeh, G. (1988). *The measurement of end-user computing satisfaction* . *Mis Quarterly* 12(2)–259-274.
- [20] Dong, T.P., Cheng, N.CH., Wu, Y.CH.J. (2013). *A study of the social networking website service in digital content industries: The Facebook case in Taiwan*. *Computers in Human Behavior*, 1- 7.
- [21] Fagan, M H. (2008). *Exploring the Intention to Use Computers: an empirical investigation of the role of intrinsic motivation, extrinsic motivation, and perceived ease of use*. *Journal of Computer Information Systems* 48(3) 31-37.
- [22] Gong, M., Xu, Y., Yu, Y. (2004). *An enhanced technology acceptance model for webbased Learning*. *Journal of Information Systems Education*, 15(4), 365-374.
- [23] Hackbarth, G. Grover, V. Yi, MY(2003). *Computer playfulness and anxiety: positive and negative mediators of the system experience effect on perceived ease of use*. *Information & Management*(40), 221-231.
- [24] Henderson, R. Divett, M. J. (2003). *Perceived usefulness, ease of use and electronic supermarket use*. *International Journal of Human-Computer Studies* 59, 383–395.
- [25] Henseler, J., Ringle, CM., Sinkovics, R.R. (2009). *The use of partial least squares path modeling in international marketing*. *Advances in International Marketing* 20 .277-319.
- [26] Hilberman, J. (2009). *Young people are social networking in droves*. Retrived in <http://ipdigital.usembassy.gov/st/english/article/2009/01/20090105145310maduobba0.7623255>.
- [27] Hillstrom, L. (2009), *Online Social Networks*, Lucent Book.

International Conference on Innovation and Research in Arts and Humanities

- [28] Kamal, N., Fels, S., Fergusso, M. (2014). *Online social networks for health behaviour change: Designing to increase socialization*. Computers in Human Behavior 41(2014)444-453, Contents lists available at ScienceDirect.
- [29] Lallmahomed, MZI., Rahim, NZ Ab., Ibrahim, R., Rahman, A.A. (2013). *Predicting different conceptualizations of system use: Acceptance in hedonic volitional context (Facebook)*. Computers in Human Behavior 29,2776-2776.
- [30] Lieberman J.N.(1977). *Playfulness: Its Relationship to Imagination and Creativity*, Academic Press, New York. [31] Moon, J.W., Kim Y. G. (2001). *Extending the TAM for a World-Wide-Web context*, Inf. Manag. 38 , 217-230.
- [32] Petrovc'ic, A., Fortunati, L., Vehovar, V., kavcic, M., Dolinic, v. (2015). *Mobile phone communication in social support networks of older adults in Slovenia*, Telematics and Informatics32(2015)642-655.
- [33] Saade, R., Bahli, B. (2005). *The impact of cognitive absorption on perceived usefulness and perceived ease of use in online learning: an extension of the technology acceptance model*. Information & Management 42,317-327.
- [34] Tse-Ping Dong, N. C. C. C. (2013). *A study of the social networking website service in digital content industries: The Facebook case in Taiwan*. Computers in Human Behavior,1-7.
- [35] Valenzuela, S., Halpern,D., Katz, J.E. (2014). *Social network sites, marriage well-being and divorce: Survey and state-level evidence from the United States*.Computers in Human Behavior36(2014)94-101.
- [36] Wang , Y., L. H.(2004). *An integrated framework for service quality, customer value ,satisfaction: Evidence from China's telecommunication industry*. Information Systems Frontiers.325-340.
- [37] Wasserman, S., Faust, K. (1994). *Social Network Analysis in the Social and Behavioral Sciences, Social Network Analysis: Methods and Applications*, Cambridge University .Press. pp. 1-27.
- [38] Webster J., Martocchio J.J. (1992). *Micro computer playfulness: development of a measure with workplace implications*. MIS Q. 16 (1992) 201-226.
- [39] Zhang, P., Li, N., Sun, H. (2006). *Affective Quality and Cognitive Absorption: Extending Technology Acceptance Research*. Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences .