

## بررسی رابطه میان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی

### دینی: در میان دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان

گلاله رحمتی\*، جواد صادقی\*\*

چکیده

این مقاله به بررسی رابطه میان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی دینی دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان می‌پردازد. روش پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان در سال تحصیلی ۹۶-۱۳۹۵ ( $N=2300$ ) و نمونه آماری شامل ۴۰۰ دانشجو دختر و پسر از بین جامعه آماری بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شد. میانگین پایایی داده‌ها با برآورد ۰/۷۴ ضریب آلفای کرونباخ محاسبه و تأیید شده است. برای تحلیل داده‌ها از آزمون‌هایی نظیر تی مستقل، تک نمونه‌ای، آزمون کروسکال والیس و آزمون ناپارامتریک اسپیرمن برای بررسی فرضیه‌ها استفاده شد. نتایج استفاده از آزمون همبستگی اسپیرمن نشان داد که بین میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی دینی دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان رابطه وجود ندارد، نتایج تحلیلی با استفاده از آزمون t مستقل نشان داد که مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان مرد بیشتر از دانشجویان زن بوده و در میان دانشجویان مجرد بیشتر از دانشجویان متأهل است. استفاده از آزمون کروسکال والیس نشان داد مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حسب سطح رشته تحصیلی در میان دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان تفاوتی ندارد. استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای نیز مبین تفاوت در مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حسب پایگاه اقتصادی و اجتماعی در میان دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان است. استفاده از آزمون همبستگی اسپیرمن نیز نشان داد بین میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک پوشش دینی و سبک ازدواج دینی دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان، رابطه وجود ندارد، اما با گرایش به مناسک دینی دانشجویان رابطه معنی‌دار و معکوسی وجود داشت.

**واژگان کلیدی:** شبکه‌های اجتماعی مجازی، سبک زندگی دینی، پوشش دینی، سبک ازدواج، دانشجو، شهر بوکان

---

\* نویسنده مسئول؛ کارشناس ارشد تبلیغ و ارتباطات فرهنگی؛ دانشگاه سوره؛  
rahmatigolaleh@yahoo.com رایانامه

\*\* عضو هیات علمی دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه سوره

### مقدمه و بیان مسئله

به عقیده صاحب‌نظران، سبک زندگی هر فرد و جامعه متأثر از نوع باورها (جهان‌بینی) و ارزش‌های حاکم بر آن فرد و جامعه است. مشخص است که جهان‌بینی مادی و ارزش‌های لذت‌گرایانه طبیعتاً سبک زندگی خاصی را پدید می‌آورند. همان‌طور که جهان‌بینی الهی و ارزش‌های کمال‌گرایانه و سعادت‌محورانه سبک خاصی از زندگی را شکل می‌دهند (شریفی، ۱۳۹۱، ص ۳۴). حال از آنجا که در جوامع گوناگون بحث از آیین و روش زندگی دینی مطرح بوده است و ادیان مختلف در طول تاریخ دستورالعمل‌های خاصی برای همه ابعاد زندگی انسان ارائه کرده‌اند و مدعی بوده‌اند که جامعه مطلوب و زندگی سالم در نتیجه پیروی از روش زندگی ارائه شده آنان است (رجب‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۹).

فضای مجازی نیز، نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی است و با قدمت نه چندان زیاد، توانسته به‌خوبی در جامعه به‌خصوص در میان قشر جوان تأثیرگذار باشد. افراد بسیاری در سنین مختلف و از گروه‌های اجتماعی متفاوت در فضای مجازی کنار هم گرد آمده‌اند و از فاصله‌های بسیار دور در دنیای واقعی از این طریق با هم ارتباط برقرار می‌کنند. بنابراین بحث علوم ارتباطات اجتماعی، در شناساندن ابعاد مختلف ارتباطات جوامع از اهمیت وافری برخوردار است.

امروزه شبکه‌های اجتماعی جایگاه بسیار مهمی بین افراد و جوامع پیدا کرده‌اند. هر رسانه‌ای بنا به اقتضائات خاص خویش می‌تواند تأثیراتی در افراد به جای بگذارد. برخی از پژوهشگران، شبکه‌های اجتماعی مجازی را عاملی مهم در تحولات و تغییرات اجتماعی عصر کنونی می‌دانند که کاربران با حضور در این شبکه‌ها شکلی جدید از تعاملات اجتماعی را به وجود می‌آورند. قدرت شبکه‌های اجتماعی را در شرایط کنونی دنیای امروز می‌توان به یک انفجار ارتباطی تشبیه کرد. این شبکه‌ها باعث شکل‌گیری ارتباط وسیعی میان افراد و شهروندان شده‌اند که در دنیای واقعی، با این وسعت امکان پذیر نبود (شکاری‌نمین و حاجیانی، ۱۳۹۳).

شبکه‌های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از وبسایت‌های اینترنتی هستند. در این وبسایت‌ها، کاربران اینترنتی حول محور مشترکی به صورت مجازی با هم جمع می‌شوند و جماعت‌های آن‌لاین را تشکیل می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی، متناسب با

نوع موضوع فعالیتشان امکانات دیگری را از قبیل خبرخوان‌های اینترنتی، بازی‌های آن‌لاین، قابلیت آپلود کردن ویدئوها و فایل‌های رایانه‌ای و برقراری ارتباط با سایر رسانه‌های شخصی را نیز در گزینه‌هایشان دارند (قاسم‌زاده، ۱۳۹۰). اینترنت یک صحنه اجتماعی است که فرد را در موقعیت‌های متنوع نقش‌ها و سبک‌های زندگی قرار می‌دهد و از آن تأثیر می‌پذیرد (اکبری، ۱۳۹۰).

شبکه‌های اجتماعی مجازی با عضوگیری رایگان از کاربران توانسته‌اند در جریان‌سازی‌های مختلف نقشی اساسی بر عهده داشته باشند. مهم‌ترین این شبکه‌ها عبارت‌اند از: فیس‌بوک و توئیتر ... (کیا و نوری مرادآبادی، ۱۳۹۲). در سال‌های اخیر به این شبکه‌ها می‌توان اینستاگرام، تلگرام و لاین را افزود. شبکه‌های اجتماعی مجازی به محلی برای حضور اقشار مختلف جامعه به ویژه جوانان و مکان تبادل آرا، افکار ایشان و تأمین نیازهای متناسب با زندگی اجتماعی جوانان تبدیل شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی مجازی علاوه بر اینکه مرجع تأمین بسیاری از نیازهای فرهنگی و اجتماعی اعضای خود هستند، این امکان را برای اعضا فراهم می‌کنند که همزمان با انجام سایر فعالیت‌های اجتماعی از طریق رایانه یا تلفن همراه، فعالیت خود را در این دنیای مجازی پیگیری کنند (بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی» اصطلاحی است که برای نامیدن گروهی از افراد که در میان خود دارای ارتباط وسیع و مستمر هستند و یک حلقه منسجم ارتباطاتی را تشکیل می‌دهند، به کار می‌رود (صدیق بنای، ۱۳۸۷). نظر به اینکه سهولت دسترسی به گوشی‌های هوشمند و اینترنت برای طیفی وسیعی از جوانان در زمان کنونی فراهم شده است، عضویت در شبکه‌های اجتماعی بیش از پیش، فراگیر شده است که بر روی سبک زندگی افراد، به ویژه جوانان و دانشجویان تأثیر شگرفی گذاشته است.

اهمیت سبک زندگی در ایران نیز در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته است، بخش اساسی و حقیقی تمدن و جایگاه والای نظام اسلامی در سند چشم‌انداز توسعه ۱۴۰۴، سبک زندگی است و با توجه به فضای مجازی در افق چشم‌انداز، بی‌شک، یکی از مهمترین محورهای سبک زندگی که نیاز به کار علمی، دقیق، حساس و مبتنی بر هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی دارد، سبک زندگی دیجیتال است (اسدی و همکاران، ۱۳۹۳). در نگاه کلان، دین و سبک زندگی اجزای فرهنگ هستند؛ پس در حال تعامل‌اند.

افزون بر این نگاه کلان، در بحث مفهومی، تعریف‌ها و ویژگی‌های دین و سبک زندگی نشان می‌دهد امکان ذاتی برقراری یک رابطه میان این دو مفهوم وجود دارد. سبک زندگی مطابق تعریف الگو یا کلیت رفتاری، ناشی از تمایلات و ترجیحات است و می‌دانیم تمایلات و ترجیحات متأثر از نظام معنایی افراد است و باز هم می‌دانیم یکی از نظام‌های معنایی دین است. از سوی دیگر باید اذعان کرد همه یا بیشتر ادیان دارای نظام معنایی، آموزه‌ها، نهادها و ساختارهایی هستند که پیروانشان را در ایجاد سبک‌های زندگی مبتنی بر آنها توانمند می‌کند. این‌گونه سبک زندگی را که ناشی از فرهنگ دینی است می‌توان سبک زندگی دینی نامید (مهدوی کنی، ۱۳۸۷).

به منظور بررسی اینکه تأثیر مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی دینی دانشجویان به چه میزان است؟ این تحقیق در بین دانشجویان شهر بوکان انجام گرفته است. در این پژوهش، به دنبال پاسخگویی به این پرسش هستیم که مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی دینی دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان به چه میزان تأثیرگذار است؟ لذا در این زمینه باید به مفهوم سبک زندگی پرداخت؟ شبکه‌های مجازی کدام‌اند؟ و چه تأثیری بر سبک زندگی دینی دانشجویان دارند؟

### چارچوب پژوهش

در این پژوهش، مصرف شبکه‌های اجتماعی متغیر مستقل و سبک زندگی دینی متغیر وابسته است. به منظور تحلیل و تبیین هر یک از متغیرها، به بررسی نظریات اجتماعی مرتبط با آنها پرداخته شده است. در بخش چارچوب نظری، از نظریه‌های اجتماعی تلفیقی میانه رو میلر، مک کویل و کاتز در بحث شبکه‌های مجازی و از نظریه‌های گیدنز و بوردیو در بحث سبک زندگی و تعامل دین با سبک زندگی استفاده شده است. اولین بار، آلفرد آدلر از بین روان‌شناسان، سبک زندگی را مطرح کرد، سپس توسط پیروان او گسترش یافت (کاترین و دومینیک<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸). آنان سبک زندگی، شکل‌گیری آن در دوران کودکی، نگرش‌های اصلی سبک زندگی، وظایف اصلی زندگی و تعامل آنها با یکدیگر را به تفصیل بحث کرده و آن را در قالب درخت سبک زندگی نشان

داده، مفاهیم ارزشی و انسان‌شناختی و فلسفی را مطرح کرده و تمام زندگی را به صورت یک پارچه به تصویر کشیدند (وارن و مالاچی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶). برخی از اندیشمندان معتقدند که «در وضعیت مدرن، سبک زندگی حداقل تاحدی از طبقه اقتصادی مستقل است» (الفت و سالمی، ۱۳۹۱). هر شیوه زندگی، مستلزم مجموعه‌ای از عادات و جهت‌گیری‌ها و بنابراین برخوردار از نوعی وحدت است که علاوه بر اهمیت خاص خود از نظر تداوم امنیت وجودی و پیوند بین گزینش‌های فرعی موجود در یک الگوی کم و بیش منتظم را نیز تامین می‌کند. شخصی که خود را متعهد به شیوه زندگی معینی می‌داند، انتخاب‌های دیگر را لزوماً «خارج از موازین و معیارهای خویش» می‌بیند (گیدنز، ۱۳۹۴: ۱۲۲).

بورديو در کتاب «تمايز» 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، ورزش، مطالعه، موسیقی، تلویزیون، سینما و شبکه‌های اجتماعی (فتحی و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین در زمینه تعامل دین و سبک زندگی بورديو معتقد است که دین سه نوع سرمایه را در اختیار افراد قرار می‌دهد: اول دین مشتمل بر یک جهان‌بینی و نظامی معنایی که سرمایه فرهنگی را در اختیار افراد می‌گذارد، دوم دین دارای یک نظام نمادی و دارای شعائر است که به پیروان خود سرمایه نمادین می‌بخشد و سوم دین دارای گروه یا اجتماعی از پیروان و همچنین نهاد و سازمانی نسبتاً منسجم است که سرمایه اجتماعی را در هر جامعه پدید می‌آورد. از نظر بورديو دین خود یک میدان است و افراد از طریق آن برای کسب قدرت و سرمایه‌ها به رقابت می‌پردازند (مهدوی کنی، ۱۳۸۷).

تامبا<sup>۲</sup> سه ویژگی اینترنت و شبکه‌های اجتماعی را بیان می‌کند: به هم فشردگی فضا- زمان، حس نکردن مکان و محدوده‌های محو شده و جماعت متغیر، باید توجه داشته باشیم که ضروری است هر انسانی در یک فضا یا زمان خاص قرار گرفته باشد (پراپروتینیک، ۲۰۰۴: ۱). سبک زندگی در حوزه مطالعات فرهنگی، به مجموعه رفتارها و الگوهای کنش‌های هر فرد که معطوف به ابعاد هنجاری و زندگی اجتماعی باشد اطلاق می‌شود و نشان دهنده کم و کیف نظام باورها و کنش‌های فرد است. سبک زندگی را

می‌توان در تمامی کنش‌ها و رفتارهای فرد و در تعاملات و ارتباطات وی با دیگران، طبیعت و به طور کلی محیط اجتماعی اطراف وی که معمولاً قابل مشاهده، توصیف و اندازه‌گیری است، ملاحظه و مشاهده کرد (حاجیانی، ۱۳۸۸). هویت نقشی کلیدی را در ارتباطات مجازی ایفا می‌کند. بعضی مدعی‌اند توانایی استقرار یک هویت بدون بدن و مستقل از ارزشمندترین جنبه‌های فرهنگ آن‌لاین است که به مردم اجازه می‌دهد نقش‌ها و روابطی را که به‌گونه‌ای دیگر هستند، جستجو کنند؛ اما دیگران ادعا می‌کنند گمنامی، بی‌مسئولیتی و رفتار خصومت‌آمیز را تشویق می‌کند (عدلی پور و خاکسار، ۱۳۹۱). مردم برای کسب راهنمایی، آرامش، سازگاری، اطلاعات و شکل‌گیری هویت شخصی، از رسانه‌ها استفاده می‌کنند (مک کوایل، ۱۳۸۸). مارک پوستر (۲۰۱۲) معتقد است که تغییرهایی در موقعیت‌های زمانی و فضای زندگی روزمره با استفاده از وسایل دیجیتال، ما را وا می‌دارد این موضوع را در نظر بگیریم که رسانه، کنترل فرهنگ روزانه ما را در اختیار گرفته است. نتایج حاصل از پژوهش تاجیک و کاظمینی (۱۳۹۴) نشان داد که بین میزان استفاده کاربران از اینترنت و تغییرات فرهنگی و تغییرات سبک زندگی و تغییر در هویت قومی آنان رابطه معناداری وجود دارد. لیکن بین میزان استفاده کاربران از اینترنت و تغییرات دینی و تغییر در هویت ملی آنان رابطه معناداری وجود ندارد. به عبارتی در دین ارزش‌هایی مطرح می‌شود که محدود به مکان و زمان خاصی نیست، بنابراین فضای مجازی هم این ظرفیت را دارد که به ترویج این ارزش‌ها بپردازد. نتایج مطالعات فتحی و همکاران (۱۳۹۳) حاکی از آن بود که بین دو گروه جنسیت زنان و مردان، مجردان و متاهلین، استفاده‌کنندگان و غیراستفاده‌کنندگان با سبک زندگی رابطه وجود ندارد. برای سنجش تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی واقعی، بشیر و افراسیابی (۱۳۹۰) مطالعاتی انجام دادند که نشان داد شبکه‌های اجتماعی مجازی بر الگوها و سبک‌های همسرگزینی و ازدواج و نیز دوستیابی تاثیر دارد. یافته‌های پژوهش قاسم‌زاده (۲۰۰۹) نیز حاکی از آن است که استفاده از فیس‌بوک باعث تغییراتی در سبک زندگی و توجه زیاد به مد و مدگرایی در بین جوانان می‌شود. براساس ادبیات نظری و پیشینه تحقیق، هدف این تحقیق بررسی رابطه میان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی دینی

دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان می‌باشد.

### روش پژوهش

برای انجام این پژوهش از روش پیمایشی استفاده شده است. جامعه آماری کلیه دانشجویان (پسر و دختر) در دانشگاه‌های شهر بوکان بوده‌اند و تعداد آنها ۲۳۰۰ نفر بر اساس آمار سال تحصیلی بوده است. روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی طبقه‌ای بوده است. حجم نمونه طبق آلفای کرونباخ تعداد نمونه ۳۵۶ نفر محاسبه شد. به منظور گردآوری داده‌ها از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی در این پژوهش استفاده شده است. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شد. میانگین پایایی داده‌ها با برآورد ۰/۷۴ ضریب آلفای کرونباخ محاسبه و تأیید شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات پژوهش از دو روش توصیفی و استنباطی نیز استفاده گردیده است.

### یافته‌های پژوهش

#### الف. یافته‌های توصیفی

در تحلیل توصیفی، برای مطالعه و بررسی ویژگی‌ها و صفات افراد جامعه، متغیرهایی مانند جنسیت، وضعیت تاهل، مقطع تحصیلی و رشته تحصیلی دانشجویان مورد بررسی قرار گرفت. براساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل پرسش‌نامه، حدود ۴۰/۳ درصد (۱۶۱ نفر) مرد و حدود ۵۹/۷ درصد (۲۳۹ نفر) نیز زن، حدود ۸۵ درصد (۳۴۰ نفر) مجرد و حدود ۱۵ درصد (۶۰ نفر) متاهل، حدود ۱۳/۸ درصد (۵۵ نفر) دارای مقطع کاردانی؛ حدود ۸۳/۸ درصد (۳۳۵ نفر) دارای مقطع کارشناسی و حدود ۲/۵ درصد (۱۰ نفر) نیز دارای مقطع تحصیلی کارشناسی ارشد و بالاتر بوده‌اند. حدود ۵۳/۵ درصد (۲۱۴ نفر) عضو تلگرام، حدود ۱۸/۸ درصد (۷۵ نفر) در اینستاگرام، ۸ درصد (۳۲ نفر) در فیس‌بوک، ۳/۸ درصد (۱۵ نفر) در تانگو، ۵/۸ درصد (۲۳ نفر) در توییتر، ۵/۸ درصد (۲۳ نفر) در یوتیوب و ۴/۵ درصد (۱۸ نفر) نیز در سایر شبکه‌ها عضویت داشتند. میانگین سابقه عضویت پاسخگویان در شبکه‌های اجتماعی حدود ۳ سال بوده است، به طوری که حدود ۱۴ درصد (۵۶ نفر) دارای کمتر از ۱ سال، حدود ۲۱ درصد (۸۴ نفر) مابین ۱ تا ۲ سال، ۱۹/۵ درصد (۷۸ نفر) بین ۲ تا ۳ سال، ۱۷/۵ درصد (۷۰)

نفر) بین ۳ تا ۴ سال و حدود ۲۸ درصد (۱۱۲ نفر) نیز بیش از ۴ سال عضو شبکه‌های اجتماعی بوده‌اند. میانگین میزان وقت اختصاصی روزانه به شبکه‌های اجتماعی حدود ۳ ساعت بوده است، به طوری که حدود ۱۶/۵ درصد (۶۶ نفر) کمتر از ۱ ساعت، حدود ۲۰/۵ درصد (۸۲ نفر) مابین ۱ تا ۲ ساعت، ۱۹/۳ درصد (۷۷ نفر) بین ۲ تا ۳ ساعت، ۱۳ درصد (۵۲ نفر) بین ۳ تا ۴ ساعت و حدود ۳۱ درصد (۱۲۳ نفر) نیز بیش از ۴ ساعت وقت خود را در طول روز به شبکه‌های اجتماعی اختصاص داده‌اند.  
ب. یافته‌های استنباطی

فرضیه ۱: میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی دینی دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان رابطه دارد.

جدول ۱. ضریب همبستگی اسپیرمن بین میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی

#### دینی دانشجویان

متغیر	شاخص‌های آماری	سبک زندگی دینی دانشجویان
میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی	ضریب همبستگی اسپیرمن	-۰/۰۸۱
	سطح معناداری دو دامنه	۰/۱۰۷
	تعداد	۴۰۰

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها طبق جدول ۱ نشان داد که ضریب همبستگی این دو متغیر -۰/۰۸۱ که در فاصله اطمینان ۹۵٪ سنجیده شده و معنی‌دار نمی‌باشد ( $p = 0/107$ ) بنابراین فرضیه اصلی پژوهش مبنی بر ارتباط بین میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی دینی دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان، تایید نمی‌شود.

فرضیه ۲: مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حسب جنسیت در میان دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان متفاوت است.



جدول ۲. آزمون t مستقل مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حسب جنسیت در میان دانشجویان

جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	خطای معیار میانگین
زن	۱۶۱	۵/۶۷۷	۲/۴۹۴	۰/۱۹۶
مرد	۲۳۹	۶/۹۷۹	۲/۳۰۵	۰/۱۴۹

آزمون لیون					
	F	سطح معنی‌داری	t	df	سطح معنی‌داری
وارینانس بین دو گروه			-۵/۳۵۹	۳۹۸	۰/۰۰۰
وارینانس درون دو گروه	۴/۶۵۳	۰/۰۳۲	-۵/۲۷۷	۳۲۴/۸۴	۰/۰۰۱

با توجه به آزمون لیون سطح معنی‌داری در جدول ۲ که برابر  $\text{Sig} = 0/032$  است به عبارت دیگر واریانس بین دو گروه برابر نیست و چون سطح معنی‌داری کوچکتر از  $0/05$  است و نشانگر تفاوت معنی‌داری بین دو گروه زن ( $M=5/677$ ) و مرد ( $M=6/979$ ) وجود دارد که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌نمایند.  
فرضیه ۳: مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حسب وضعیت تأهل در میان دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان متفاوت است.

جدول ۳. آزمون t مستقل مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حسب تاهل در میان دانشجویان

جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	خطای معیار میانگین
مجرد	۳۴۰	۶/۶۲۰	۲/۳۹۹	۰/۱۳۰
متاهل	۶۰	۵/۵۱۶	۲/۶۳۲	۰/۳۳۹

آزمون لیون						
	F	سطح معنی‌داری	t	df	سطح معنی‌داری	اطمینان ۹۵٪
وارینانس بین دو گروه			۳/۲۳۷	۳۹۸	۰/۰۰۱	حد پایین
وارینانس درون دو گروه	۰/۹۵۰	۰/۳۳۰	۳/۰۳۳	۷۷/۲۷۷	۰/۰۰۳	حد بالا

با توجه به آزمون لیون سطح معنی‌داری در جدول ۳ که برابر  $\text{Sig} = 0/330$  است به عبارت دیگر واریانس بین دو گروه برابر است، چون سطح معنی‌داری بیشتر از  $0/05$  است. بنابراین در جدول ۳ سطر اول هر سازه برای آزمون  $t$  بررسی می‌شود که با پیش‌شرط برابری واریانس‌ها است. با توجه به اطلاعات مندرج در جدول، می‌توان دریافت که بر اساس مقدار  $\text{Sig} = 0/001$  که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، کمتر از  $0/001$  است بنابراین تفاوت معنی‌داری بین دو گروه مجرد و متاهل که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌نمایند وجود دارد. حال با توجه به اینکه تفاوت میانگین در بین دو گروه دانشجویان دختر و پسر مورد تایید قرار گرفته و بررسی برای آن یعنی اینکه کدام یک دارای میانگین بزرگتری برای این متغیر است، با توجه به مقدار حد بالا و پایین که هر دو مثبت هستند انجام شد. بنابراین میانگین گروه اول یعنی مجردها بزرگتر از میانگین گروه دوم؛ یعنی متاهل‌ها است و تایید شد که این اختلاف از نظر آماری معنی‌دار است.

فرضیه ۴: مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حسب سطح رشته تحصیلی در میان دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان متفاوت است. برای بررسی این فرضیه از آزمون کروسکال والیس استفاده شده است. این آزمون، وضعیت یک متغیر را در بین چند گروه مستقل بررسی می‌کند.

جدول ۴. آزمون کروسکال والیس مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حسب سطح رشته

تحصیلی دانشجویان

سطح تحصیلات	تعداد	میانگین	خی	df	سطح معنی‌داری
کاردانی	۵۵	۱۹۰/۴۵			
کارشناسی	۳۳۵	۱۹۹/۷۵	۵/۳۳۴	۲	۰/۰۶۹
کارشناسی ارشد و بالاتر	۱۰	۲۸۰/۸۵			

با توجه به آزمون کروسکال والیس، سطح معنی‌داری در جدول ۴ که برابر  $0/069$  است و بزرگتر از  $0/05$  است و نشانگر این است که تفاوت معنی‌داری بین سه گروه (کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و بالاتر) وجود ندارد که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌نمایند.

فرضیه ۵: مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حسب پایگاه اقتصادی و اجتماعی در

میان دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان متفاوت است.

جدول ۵. آزمون تی تک نمونه‌ای مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حسب پایگاه اقتصادی و

اجتماعی دانشجویان

متغیر	تعداد	میانگین	t	df	سطح معنی داری
پایگاه اقتصادی و اجتماعی	۴۰۰	۲۸۰/۸۵	۱۰۸/۴۷۴	۳۹۹	۰/۰۰۰

با توجه به آزمون تی تک نمونه‌ای سطح معنی‌داری در جدول ۵ که برابر  $0/000 =$

Sig است و کمتر از  $0/01$  است و نشانگر این است که تفاوت معنی‌داری بین مصرف

شبکه‌های اجتماعی مجازی با پایگاه اقتصادی و اجتماعی دانشجویان وجود دارد.

فرضیه ۶: میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک پوشش دانشجویان

دانشگاه‌های شهرستان بوکان رابطه دارد.

جدول ۶. ضریب همبستگی اسپیرمن بین میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک

پوشش دانشجویان

متغیر	شاخص‌های آماری	میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی
سبک پوشش دینی	ضریب همبستگی اسپیرمن	$-0/088$
	سطح معناداری دو دامنه	$0/078$
	تعداد	۲۳۴

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها طبق جدول ۶ نشان می‌دهد که ضریب

همبستگی این دو متغیر  $-0/088$  که در فاصله اطمینان ۹۵٪ سنجیده شده و

معنی‌دار نیست ( $p = 0/078$ ). بنابراین فرضیه پنجم پژوهش مبنی بر ارتباط بین میزان

مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک پوشش دینی دانشجویان دانشگاه‌های

شهرستان بوکان، تایید نمی‌شود.

فرضیه ۷: میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک ازدواج دانشجویان

دانشگاه‌های شهرستان بوکان رابطه دارد.

جدول ۷. ضریب همبستگی اسپیرمن بین میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک

ازدواج دینی دانشجویان

متغیر	شاخصهای آماری	میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی
سبک ازدواج دینی	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۰۷۸
	سطح معناداری دو دامنه	۰/۱۲۰
	تعداد	۲۳۴

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها طبق جدول ۷ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی این دو متغیر ۰/۰۷۸ که در فاصله اطمینان ۹۵٪ سنجیده شده و معنی‌دار نیست ( $p = 0/120$ ). بنابراین فرضیه ششم پژوهش مبنی بر ارتباط بین میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک ازدواج دینی دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان، تایید نمی‌شود.

فرضیه ۸: میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با گرایش به مناسک دینی دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان رابطه دارد.

جدول ۸. ضریب همبستگی اسپیرمن بین میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک

مناسک دینی دانشجویان

متغیر	شاخصهای آماری	میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی
سبک مناسک دینی	ضریب همبستگی اسپیرمن	-۰/۱۴۱
	سطح معناداری دو دامنه	۰/۰۰۵
	تعداد	۲۳۴

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها طبق جدول ۸ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی این دو متغیر -۰/۱۴۱ که در فاصله اطمینان ۹۵٪ سنجیده شده و کوچکتر از ۰/۰۰۵ بوده و معنی‌دار است ( $p = 0/005$ ). بنابراین فرضیه ششم پژوهش مبنی بر ارتباط بین میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک مناسک دینی دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان، تایید می‌شود. وجود این رابطه مستقیم و معکوس موید این است که هرچه میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی دانشجویان افزایش یابد سبک مناسک دینی دانشجویان ضعیف‌تر می‌گردد.

### نتیجه‌گیری

نتایج بررسی نشان داد که بیشترین توزیع فراوانی دانشجویان مربوط به زنان بوده است که اغلب آنها مجرد بوده و بیشتر دانشجویان دارای مقطع تحصیلی کارشناسی داشته‌اند. بیشتر این دانشجویان، در شبکه اجتماعی تلگرام عضویت داشته‌اند به طوری که میانگین سابقه عضویت دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی حدود ۳ سال بوده و اغلب آنها بیش از ۴ سال در شبکه اجتماعی عضو بودند. همچنین میانگین میزان وقت اختصاصی روزانه به شبکه‌های اجتماعی حدود ۳ ساعت بوده است، طوری که بیشتر دانشجویان بیش از ۴ ساعت وقت خود را روزانه به شبکه‌های اجتماعی اختصاص داده‌اند. نتایج بررسی فرضیه اول نشان داد با افزایش سابقه عضویت و تعداد ساعات کار با شبکه‌های اجتماعی مجازی، سبک زندگی دینی دانشجویان ارتقا پیدا نمی‌کند، بلکه برعکس هرچه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی کاهش یابد، موجب تقویت سبک زندگی دینی دانشجویان می‌گردد. نتایج حاصل از این تحقیق با مطالعات فتحی و همکاران (۱۳۹۳)، شکاری نمین و حاجیان (۱۳۹۳)، قاسمی و همکاران (۱۳۹۲) و گراسموک (۲۰۰۹) هم‌راستا است. نتایج بررسی فرضیه دوم نشان داد مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان مرد بیشتر از دانشجویان زن است. نتایج حاصل از این تحقیق با یافته‌های فتحی و همکاران (۱۳۹۳) همسو نبود. نتایج بررسی فرضیه سوم نشان داد که مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان دانشجویان مجرد بیشتر از دانشجویان متأهل است. نتایج حاصل از این تحقیق با یافته‌های فتحی و همکاران (۱۳۹۳) همسو نبود. نتایج بررسی فرضیه چهارم نشان داد که مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان دانشجویان کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و بالاتر دانشگاه‌های شهر بوکان یکسان است و تفاوتی وجود ندارد. در این زمینه، نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج مطالعات لیاقت‌دار و همکاران (۱۳۹۳) هم‌راستا است. نتایج بررسی فرضیه پنجم نشان داد که تفاوت معنی‌داری بین مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با پایگاه اقتصادی و اجتماعی دانشجویان وجود دارد. نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج تحقیق فرزانه و شهاب‌الدینی (۱۳۹۴) همسو است. نتایج بررسی فرضیه ششم نشان داد که بین میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک پوشش دینی دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان، رابطه وجود ندارد. نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج گراسموک (۲۰۰۹) هم‌راستا نیست. نتایج بررسی فرضیه

هفتم نشان داد که بین میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک ازدواج دینی دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بوکان، رابطه وجود ندارد. نتایج حاصل از این تحقیق، نتایج مطالعات افراسیابی (۱۳۹۰) را تأیید می‌کند. همه رسانه‌ها و مراکزی که به نحوی در ارتباط با فرهنگ‌سازی، ایفای نقش می‌کنند، باید اصلاحات فرهنگی جامعه در حوزه ازدواج و زندگی مشترک را در اولویت برنامه‌های خود قرار داده و در این خصوص، سبک زندگی صحیح و عاقلانه و اسلامی را به دانشجویان آموزش دهند. نتایج بررسی فرضیه هشتم، نشان داد که هرچه میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی دانشجویان افزایش یابد سبک مناسک دینی دانشجویان ضعیف‌تر می‌شود. نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج تحقیق تاجیک و کاظمینی (۱۳۹۴) و قاسمی و همکاران (۱۳۹۲) در یک‌راستاست.

با توجه به اینکه اکثر جامعه آماری در این تحقیق در شبکه‌های مجازی عضویت دارند می‌توان ادعان داشت که مردم از فضای مجازی استفاده می‌کنند چون به رسانه زیاد اعتماد ندارند، چون رسانه‌ها با مردم صادق نیستند. با توجه به گسترش روزافزون شبکه‌های اجتماعی در میان کاربران اینترنت و افزایش توجه دانشجویان به شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی، این رفتار، نیازمند بررسی فردی و اجتماعی دانشجویان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای تقویت سبک زندگی دینی دانشجویان است. لازم است با توجه به نیاز روزافزون افراد به شبکه‌های اجتماعی مجازی به منظور کسب اطلاعات لازم، زمینه‌های استفاده مناسب استفاده‌کنندگان از شبکه‌های مجازی فراهم شود. با توجه به روند رو به رشد حضور افراد در شبکه‌های اجتماعی و سپری کردن اوقات و نیز با افزایش میزان استفاده دانشجویان مجرد از تلفن‌های هوشمند و راحتی کار با آنها، لازم است اقدامات لازم و هدفمند از سوی متولیان در استفاده درست از شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان دانشجویان از نظر سطح تحصیلات یکسان است و تفاوتی وجود ندارد. بنابراین با توجه به اینکه نیازهای جامعه کنونی متفاوت شده و اطلاعات امروزه تنها در قالب کتاب موجود نیست، بلکه شبکه‌های مجازی نیز در این امر دخیل هستند لذا لازم است دست‌اندرکاران متولی، محتوای گویا و متناسب با توانایی‌ها و وظایف واقعی دانشجویان در شبکه‌های مجازی

برای همه مقاطع تحصیلی تدارک ببینند. با توجه به اینکه فضای مجازی نوعی از بحران هویت را در میان طیف گسترده‌ای از دانشجویان با پایگاه اقتصادی بالا به وجود آورده و این بحران هویت در زمینه‌های فردی ناهمگونی‌های هویتی را سبب شده و به نحوی تعادل پایگاه اقتصادی و اجتماعی را متأثر کرده، لذا باید درباره نحوه استفاده این قشر از شبکه‌های مجازی مدیریت و کنترل صورت گیرد. خانواده‌ها باید بدانند که عضویت فرزندان آنها در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی می‌تواند با خطرهای زیادی همراه بوده و عضویت در این جوامع اینترنتی، حتماً باید با نظارت خانواده‌ها همراه باشد. با توجه به اینکه عضویت در شبکه‌های مجازی متأثر از فرهنگ غرب می‌تواند تاثیرات مخرب و مضری بر افراد جامعه داشته باشد، عضویت در شبکه‌های اجتماعی بومی و دارای سبک دینی اسلامی می‌تواند زمینه‌های شکوفایی نسل تحصیل کرده را فراهم نماید لذا تقویت شبکه‌های مجازی محلی می‌تواند در این زمینه موثر واقع شود.

#### منابع

- اسدی، حسین؛ رجعتی، فاطمه و سیرتی، مسعود. (۱۳۹۳). **رسانه‌های دیجیتال و سبک زندگی**، گروه پژوهشی فناوری و سبک زندگی، تهران: دانشگاه صنعتی شریف، چاپ اول.
- اکبری، ابوالقاسم و اکبری، مینا. (۱۳۹۰). **آسیب‌شناسی اجتماعی**، تهران: انتشارات رشد و توسعه.
- الفت، سعیده و سالمی، آزاده. (۱۳۹۱). «مفهوم سبک زندگی». **مطالعات سبک زندگی**، سال چهارم، دور دوم، شماره ۱.
- تاجیک، محمدرضا و کاظمینی، نازنین. (۱۳۹۴). **رابطه فضای مجازی اینترنت (با تغییرات دینی کاربران) دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران**، اولین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه ریزی پایدار ایران.
- حاجیانی، ابراهیم. (۱۳۸۸). **جامعه‌شناسی هویت ایرانی**، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- عدلی پور، صمد و خاکسار، فائزه. (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تاکید بر بحران هویتی ایران)»، **مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران**، زمستان ۱۳۹۱، دوره ۱، شماره ۴.
- قاسم زاده، مرتضی. (۱۳۹۰). نقش شبکه‌های اجتماعی در تحولات منطقه‌ای و بین‌المللی، **پرتال سیاست ما**، دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای.
- مهدوی کنی، محمد سعید. (۱۳۸۷). **دین و سبک زندگی**، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- رجب‌نژاد، محمدرضا و همکاران (۱۳۹۱). «بررسی سبک زندگی اسلامی از منظر حیات طیبه در قرآن». **نشریه علمی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی**. شماره ۱ (۱): ۲۹-۹.
- شکاری نمین، شیدا؛ حاجیانی، ابراهیم (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک) بر سبک زندگی جوانان»، **مدیریت فرهنگی**، دوره ۸ (۱): ۶۳-۷۹.
- کیا، علی اصغر؛ نوری مرادآبادی، یونس (۱۳۹۲). «عوامل مؤثر بر گرایش دانشجویان به شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک»، **مطالعات فرهنگی و ارتباطات**. ۱۳ (۱): ۱۸۱-۱۲۲.
- بشیر، حسن و افراسیابی، محمدصادق (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و



- سبک زندگی جوانان». تحقیقات فرهنگی، دوره پنجم (۱): ۳۱-۶۲.
- صدیق بنای، هلن (۱۳۸۷). آشنایی با شبکه‌های اجتماعی. تهران: مرکز مطالعات رسانه‌ای
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۴). *تجدد و تشخص*. ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نشی نی.
- مک کویل، دنیس (۱۳۸۸). *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*. ترجمه پرویز اجلالی. تهران: دفتر مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها
- Australian Government.(2007). *Department of Veterans' affairs, Lifestyle Questionnaire* (Revised in consultation with ex-service organizations), p 1-36.
- kattryn, T., Dominic, U.(2008). *The Psychology of lifestyle*, london,Routledge.
- Warren, R., Malachy, B.(2006). *Adlerian Lifestyle Counseling*, New York, Routledge.
- Poster, Mark.(2012). *Everyday(Virtual) Life*, New Literary History 33, no4:473-60.