

تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تغییرات فرهنگی با تأکید بر سبک زندگی^۱

مصطفی لطفی جلال‌آبادی^۲، جواد زروندی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۱۲، تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۹/۰۷، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۰۳

Doi: 10.22034/RCC.2023.2006164.1066

چکیده

امروزه شبکه‌های اجتماعی مروج طیف مختلفی از سبک‌های زندگی هستند که گاهی گونه‌های آرمانی آن از منظر طراحان این شبکه‌ها به شدت نیز تبلیغ می‌شود. بدیهی است که این طیف از سبک زندگی، بسیار گسترده‌تر از سبک زندگی ای است که انسان‌ها در واقعیت، در قالب آن جای می‌گیرند و در زندگی روزمره خویش با آن مواجه می‌شوند. در این راستا پژوهش هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی در یکی از دانشگاه‌های کشور است. این پژوهش کاربردی با روش آمیخته متوالی کیفی-کمی انجام شده است. مرحله کیفی باهدف شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های سبک زندگی انجام شده است. مشارکت‌کنندگان این مرحله ۱۵ نفر از اساتید با روش هدفمند قضاوتی (داشتن تألیفات در زمینه سبک زندگی و شبکه‌های مجازی) بوده است. اطلاعات این مرحله با مصاحبه نیمه‌ساختاریافته گردآوری و با روش تحلیل مضمون تجزیه و تحلیل شدند. این الگو در بخش کمی اعتبارسنجی شد و تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی رتبه‌بندی شدند. جامعه آماری این مرحله را ۳۸۰ نفر از دانشجویان یکی از دانشگاه‌های دولتی تشکیل داده‌اند. نمونه‌گیری با استفاده از فرمول کوکران و روش تصادفی انجام شد. داده‌های این مرحله با کمک پرسشنامه گردآوری و با روش مدل معادلات ساختاری در نرم‌افزار پی.آل.اس تجزیه و تحلیل گردید. تأثیر شبکه‌های اجتماعی در سه طبقه اصلی دسته‌بندی شدند: باورها و اعتقادات (خدا باوری، اخلاق باوری، هویت و خودباوری)، ارزش‌ها و هنجارها (ارزش‌های کاری، ارزش‌های خانواده) و عوامل رفتاری و نمادها (مد، مصرف، وظایف اجتماعی، مسئولیت اجتماعی). یافته‌های کمی نیز نشان داد دسته‌بندی انجام شده قابل تأیید است. رتبه‌بندی میزان تأثیرگذاری این عوامل نیز به ترتیب عبارت‌اند از اعتقادات و باورها، ارزش‌ها و عوامل رفتاری. توجه به شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به ارتقای سبک زندگی دانشجویان مساعدت کند. توجه به این موضوع در این دانشگاه‌ها موجب بهبود سلامت روانی دانشجویان، ارتقای پویایی و نشاط در این محیط‌ها خواهد شد.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، شبکه‌های اجتماعی، ارتباطات، تغییرات فرهنگی.

۱. مقاله حاضر برگرفته از طرح پژوهشی است.

۲. استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری.
Email: lotfi200988@yahoo.com

۳. استادیار دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری، تهران، ایران.
Email: javadzarvandi@gmail.com

مقدمه

در دوران اخیر، شبکه‌های اجتماعی^۱ به عنوان قدرتمندترین ابزار ارتباطات و فناوری اطلاعات، دستیابی به اطلاعات را برای بسیاری از افراد با سلايق فرهنگی متفاوت امکان‌پذیر ساخته است به صورتی که به طرز چشمگیری در میان افراد جوان تأثیر گذاشته و به تدریج در حال تبدیل شدن به زندگی روزمره هر فرد شده است (راگاوندرا^۲، ۲۰۱۸) و به دلیل ویژگی‌های آن از جمله ناپدید کردن فواصل، شفاف‌تر کردن جدار بین انسان‌ها (جاویدی و همکاران، ۱۴۰۰) و راحتی استفاده افراد بدون تغییر محیط‌های مکانی زندگی‌شان، قلمروهای فرهنگی کاملاً متفاوتی را تجربه می‌کنند (لطیفی و همکاران، ۱۴۰۰) در نتیجه زمینه‌ساز الگوپذیری تازه‌ای برای جوانان شده است (سعادت سیرت، فرقانی، ۱۳۹۹). برخی از پژوهشگران، شبکه‌های اجتماعی را عاملی مهم در تحولات و تغییرات اجتماعی عصر کنونی از جمله تغییرات فرهنگی^۳ می‌دانند (هاشمی و همکاران، ۱۴۰۰). برابر تعریف شورای انقلاب فرهنگی، «فرهنگ عبارت است از نظام‌واره‌ای از باورها و مفروضات اساسی، ارزش‌ها، آداب و الگوهای رفتاری ریشه‌دار و دیرپا و نمادها و مصنوعات که ادراکات، رفتار و مناسبات جامعه را جهت و شکل می‌دهد و هویت آن را می‌سازد.» کاربران ارتباطات جمعی با داشتن یک سری مشخصه‌های فرهنگی که از خانواده و جامعه خود کسب کرده‌اند، در دنیای مجازی پا می‌گذارند که فرصت نوینی جهت آشنایی با فرهنگ‌های مختلف خواهند یافت (لطیفی و همکاران، ۱۴۰۰) در نتیجه باعث تأثیراتی بر نگرش افراد نسبت به اعتقادات، باورها، تمایلات و رفتارهای آنان می‌شود و الگوها، ارزش‌ها، باورها و رفتارهای فرهنگی‌شان تغییر می‌کند (املی^۴، ۲۰۱۷). پژوهشگران معتقد هستند که کاربران شبکه‌های اجتماعی سعی در درک فرهنگ جدید دارند و انگیزه استقبال و یادگیری از ارزش‌ها، آداب و رسوم فرهنگی، آداب و رسوم اجتماعی، احساسات و تفکرات فرهنگ جدید برای دستیابی به خود بهتر تقویت می‌شود که ماحصل آن تغییر فرهنگی خواهد بود. رسانه‌ها با عرصه اطلاعات تازه، تعارض ارزشی مخاطبان خود را به‌ویژه میان جوانان افزایش می‌دهند، هنگامی که تعارض‌های ارزشی مربوط به مسائل مختلف از طریق رسانه‌های گروهی مطرح می‌شوند، مخاطبان نیز تمایل می‌یابند موقعیت ارزشی خود را معین و مشخص کنند، که این فرایند ممکن است تغییر نظام ارزشی و هویت افراد را فراهم

کند (جاویدی و همکاران، ۱۴۰۰) و تغییراتی را در سبک زندگی^۵ آنان ایجاد کند. بر اساس تعریف لسللی^۶ رفتارهایی که با قشر بندی حیثیتی و اعتباری مرتبط است، سبک زندگی نامیده می‌شوند. سبک زندگی فقط آنچه یک فرد دارد نیست، بلکه چگونگی نمایش آنها توسط فرد است. سبک زندگی، هم شامل الگوهای مصرف است و هم قدرتی که از این ناحیه کسب می‌شود. سلیقه فرد، آداب معاشرت و مد، نشانه‌های داشتن جایگاهی در نردبان اجتماعی و نمادهای مرتبط با سبک زندگی هستند (الکندری^۷، ۲۰۱۶). به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی و چگونگی بهره‌مندی کاربران آنها متأثر از فراهم نبودن برخی زیرساخت‌های فناورانه برای کارکردهای آموزشی، اقتصادی و تجاری، خدمات عمومی، فرهنگی، اجتماعی است این شبکه‌ها بیشتر با نگاه سیاسی و به‌عنوان معضل و مسئله امنیتی، اجتماعی در جامعه دیده، درک و معرفی شده‌اند؛ از این رو خوانش مخالفان از شبکه‌های اجتماعی و الگوهای مصرف کاربران آن‌ها بیشتر جنبه آسیب شناسانه یا مقاومت فرهنگی و سیاسی را در برمی‌گیرد و در مقابل، خوانش موفقان با تأکید بر پتانسیل‌های فناورانه و مخاطب محور شبکه‌ها در جهت ابهام‌زدایی از شبکه‌های مذکور صورت می‌گیرد. از این رو شناخت شبکه‌های اجتماعی، محیط، مختصات، ظرفیت‌ها، پتانسیل‌ها و کارکردشان و دلایل گرایش و نگرش کاربران ایرانی به تعامل، مشارکت و عضویت در آنها می‌تواند هریک از خوانش‌های موافق یا مخالف یادشده را تقویت یا تحدید نماید. از طرف دیگر امروزه مفاهیمی همچون سبک زندگی، ابعاد تازه‌ای به وظایف سازمان‌ها بخشیده و همواره آنها را با چالش‌های جدیدی مواجه نموده است. نگرانی عمده بسیاری از کشورها در این رابطه، تنزل یافتن ویژگی‌های اخلاقی و به‌تبع آن ضعیف شدن الگوهای زندگی در میان افراد است. صاحب‌نظران نیز ضمن تأیید این امر، اظهار می‌کنند که این موضوع، یکی از چالش‌های مهمی است که در سال‌های اخیر، مراکز آموزشی با آن دست‌به‌گریبان هستند. دانشگاه‌های کشور، کارکرد متفاوتی در تربیت نیروی انسانی به‌ویژه متخصصان داشته و مشارکت فعالی در توسعه امنیت نظامی، اجتماعی و فرهنگی کشور بر عهده دارند. دانشگاه‌های کشور، به لحاظ دارا بودن فن و دانش در بالاترین سطح تخصصی، از اعتبار بسیار زیادی برخوردارند که در راستای تعالی و سرآمدی در اهداف و مأموریت سازمان‌های مختلف کشور عمل می‌نمایند و به همین دلیل از ارکان عمده در دگرگونی

تعاریف و مبانی نظری

شبکه‌های اجتماعی

شبکه اجتماعی واژه‌ای است که برای نامیدن گروهی از افراد که در میان خود دارای ارتباطات وسیع‌تر و مستمر هستند و یک حلقه منسجم ارتباطاتی را تشکیل می‌دهند، به کار می‌رود، اما این واژه امروزه عمدتاً برای نامیدن پایگاه‌های اینترنتی به کار می‌رود که افراد با عضویت در آن امکان دستیابی به اطلاعات سایر اعضا، آشنایی با علایق آنها، به اشتراک‌گذاری تولیدات متنی، صوتی و تصویری و نیز تشکیل گروه‌هایی بر اساس علایق مشترک با برخی از دیگر اعضای پایگاه را پیدا می‌کنند (صدیق بنای، ۱۳۸۷). شبکه‌های اجتماعی مجازی، فضایی است که در پرتوی در دسترس قرار دادن اطلاعات وسیع و سریع، به فرد قدرت نمادین بیشتر و امنیت روانی گسترده‌تری می‌بخشد؛ اما در همان حال او را وابسته‌تر، بی‌قدرت‌تر و مضطرب‌تر از پیش می‌کند (خادمیان و کلهری، ۱۳۹۹). بر اساس گزارش سلامت انگلستان، پست‌های ارسالی کاربران در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند منجر به بروز انتظارات غیرواقعی و همچنین نارضایتی از زندگی و عزت‌نفس پایین در افراد دیگر شود (شماعی‌زاده، ۱۳۹۷). اغلب جوانان به دلیل برخورداری از روحیه تنوع‌طلب، خلاقیت، تمایل به برقراری ارتباط با دیگران، احساس کنجکاوی و علاقه به تجربه زندگی متفاوت، به عضویت در شبکه‌های اجتماعی گرایش بیشتری دارند (خادمیان، کلهری، ۱۳۹۹).

شبکه‌های اجتماعی پایگاه‌هایی هستند که با استفاده از یک موتور جست‌وجوگر و افزودن امکاناتی مانند چت، پیام‌رسانی الکترونیک، انتقال تصویر و صدا و ... امکان ارتباط بیشتر کاربران را در قالب شبکه‌ای از روابط فردی و گروهی فراهم می‌آورند. (جهانگیری، ۱۳۹۰). شبکه‌های اجتماعی از جمله اینستاگرام با جذابیت و قابلیت‌هایی که دارد، به قدری کاربران را شیفته خودکرده است که خواسته یا ناخواسته، اقدام به مشارکت می‌کنند. اینستاگرام کاربران را به همانندسازی و همذات‌پنداری با عناصر و نقش‌های ارائه‌شده در فضاهای مجازی و ایدئال دعوت می‌کند و آنان، کنجکاوانه و برای یافتن جایگاه و عقب ماندن از دیگران به تقلید از سبک‌های پوشش، تغذیه، آرایش و ... که نموده‌ایی از سبک زندگی هستند می‌پردازد (خادمیان و کلهری، ۱۳۹۹).

سازمان‌های کشور محسوب می‌شوند. یکی از مأموریت‌های مهم دانشگاه‌های کشور، این است که شرایطی را فراهم سازد تا بتواند نیروی انسانی متعهد و متخصص کشور را تربیت نماید. این دانشگاه‌ها، در سطحی وسیع‌تر، رهبری قشر فرهیخته را بر عهده داشته و مطلوب‌ترین ارزش‌ها را ترویج می‌نمایند. به همین دلیل است که در توسعه کشور، نقش مهمی ایفا می‌کنند. این عوامل سبب می‌گردد که حساسیت بیشتری نسبت به کیفیت رفتاری کارکنان وجود داشته باشد. از سوی دیگر، استفاده مفرط افراد از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها همچون تلگرام، اینستاگرام و ... در حالی رشد فزاینده‌ای گرفته که اثرات اجتماعی استفاده طولانی مدت از آنها کاملاً نادیده گرفته شده است. این روش استفاده در ایران به سرعت تبدیل به نوعی عادت میان بسیاری از افراد جامعه ما شده و برخی از آسیب‌های اجتماعی را تشدید کرده است. به طوری که تغییرات فرهنگی و سبک زندگی افراد و گروه‌های مختلف به شبکه‌های اجتماعی گره خورده است. باید جزئیات ارتباط میان عضویت و حضور در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و مقوله‌های مختلف تغییرات فرهنگی و سبک زندگی مورد بررسی قرار گیرد تا بتوان درک درستی از محدوده روابط میان شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی به دست آورد. شبکه‌های اجتماعی مجازی با فرهنگی که متأثر از آن است مرزهای مرئی و نامرئی زندگی تمام جهان را درنوردیده است. از همین روی، با توجه به ضرورت بررسی بومی و سازمانی این فرایندها و تحولات اجتماعی، هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تغییرات فرهنگی با تأکید بر سبک زندگی است.

سؤالات تحقیق

سؤال اصلی

استفاده از شبکه‌های اجتماعی چه نوع تغییرات فرهنگی بر سبک زندگی دارد؟

سؤالات فرعی

— تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر باورها و پیش فرض‌های بنیادین کدام است؟

— تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر ارزش‌ها و هنجارها چگونه است؟

— استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر الگوهای رفتاری چه تأثیری دارد؟

سبک زندگی

سبک زندگی یکی از مفاهیم علوم اجتماعی است که اگرچه در دهه‌های اول ظهور جامعه‌شناسی توسط صاحب‌نظرانی همچون «وبر»^۸، «زیمل»^۹ و «آدلر»^{۱۰} به‌کاررفته است، اما اکنون در آغاز هزاره سوم به‌واسطه فردی شدن بسیاری از جنبه‌های زندگی، موردتوجه جدی قرار گرفته است. سبک زندگی جنبه‌عینی زندگی انسان‌هاست که بر مبنای جنبه‌های ذهنی همچون ارزش‌ها و باورها شکل می‌گیرد و به مثابه ابزاری قابل مشاهده، فردیت هر عضو جامعه را بازنمایی می‌کند (اصمی اصطهباناتی و گروسی، ۱۳۹۳).

درواقع سبک زندگی از مفاهیم بسیار مهم علوم اجتماعی است که اغلب برای بیان روش زندگی مردم به کار می‌رود. این مفهوم منعکس‌کننده طیف کاملی از ارزش‌ها، عقاید و فعالیت‌های اجتماعی است. سبک زندگی از الگوهای فرهنگی، رفتاری و عاداتی شکل می‌گیرد که افراد به‌طور روزمره آن‌ها را در زندگی فردی و اجتماعی خود به کار می‌گیرند. سبک زندگی شامل فعالیت‌های معمول و روزانه است که شخص آنها را در زندگی خود به کار گرفته و روی سلامت او تأثیر دارد. درواقع سبک‌های زندگی الگوهایی برای کنش هستند که مردم را از هم متمایز می‌کنند. سبک‌های زندگی کمک می‌کنند تا آنچه را مردم انجام می‌دهند و چرایی آن و معنایی که برای آنها و دیگران دارند را درک کنیم (چانی، ۱۳۸۷). همچنین سبک زندگی را می‌توان مجموعه از رفتارها تعبیر کرد که فرد آنها را به کار می‌گیرند تا نه‌فقط نیازهای جاری او را برآورند بلکه روایت خاصی را که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است در برابر دیگران مجسم سازد (امیرپور، طالب دوست، ۱۴۰۱). بسیاری از انحرافات اجتماعی مانند طلاق، اعتیاد، خودکشی، خشونت، جرایم سازمان‌یافته و اینترنتی، قاچاق انسان و کودک‌آزاری معلول شیوه‌های نوین زندگی اجتماعی است. همچنین مدگرایی، آرایش نامشروع، بد پوشی، تغییر خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها، ترویج فرهنگ فست‌فود و توسعه بیماری‌های مقاربتی اشاره کرد (دستیار و همکاران، ۱۴۰۰). اصطلاح شیوه زندگی به روش زندگی مردم اشاره داشته و بازتابی کامل از ارزش‌های اجتماعی، طرز برخورد و فعالیت‌هاست. همچنین ترکیبی از الگوهای رفتاری و عادات فردی در سراسر زندگی است که در پی فرایند اجتماعی شدن به وجود آمده است (استاجی و همکاران، ۱۳۸۶).

در علوم روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و علوم پزشکی که به مطالعه سبک زندگی می‌پردازند، بیش از آنکه به شناخت‌ها و عواطف فرد به صورت سازه‌های ذهنی نظر داشته باشند، رفتارهای فرد را به صورت عینی و مشهود مورد مطالعه قرار می‌دهند، ولی سبک زندگی اسلامی قدری متفاوت است؛ از آن‌جهت که سبک است، به رفتار می‌پردازد و با شناخت‌ها و عواطف ارتباط مستقیم ندارد و از آن‌جهت که اسلامی است نمی‌تواند بی‌توجه به نیت‌ها باشد (کجباف، ۱۳۹۰). در مجموع، تعریفی که از سبک زندگی در این تحقیق، مدنظر است همان شیوه‌ها و الگوهای زندگی روزمره است که الگوهای فردی زندگی و تمام عادات و روش‌هایی را که فرد یا اعضای یک گروه به آنها خو کرده یا عملاً با آنها سروکار دارند را در بر می‌گیرد، مانند الگوهای روابط اجتماعی، سرگرمی، مصرف، لباس و نگرش‌ها، ارزش‌ها و جهان‌بینی فرد و گروهی که در آن عضوند.

شبکه‌های اجتماعی مجازی یا رضای هم‌زمان نیازهای عقلی، منطقی و عاطفی جوانان و نوجوانان، گروه‌های سنی مذکور را به سمت خود جذب کرده و مؤسسان جوامع مجازی از این فرصت برای انتقال مفاهیم فرهنگی، سیاسی و اجتماعی مدنظر خود در قالب پنهان نهایت استفاده را می‌برند و دانشجویان از جمله بیشترین استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی اند (امیرپور و طالب دوست، ۱۴۰۱). محققان معتقد هستند که استفاده زیاد از اینترنت منجر به مشکلات روان‌شناختی در دانشجویان می‌شود از جمله ارتباط کم با همسالان، احساس تنهایی، افسردگی و اضطراب بالا نتیجه استفاده مفراط از فضای مجازی می‌دانند (قاسم پور و سعیدی، ۱۴۰۱).

پیشینه تجربی پژوهشی

قاسمی پور و سعیدی (۱۴۰۱)، طی پژوهشی با عنوان مقایسه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، سبک‌های دلبستگی و خودشناسی در بین دانشجویان دختر و پسر به این نتیجه رسیدند که بین دختران و پسران در متغیر خودشناسی، سبک دلبستگی اجتنابی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تفاوت معنادار وجود دارد. خودشناسی در دختران بالاتر از پسران بود و میزان استفاده از شبکه‌ها در پسران بیشتر و سبک دلبستگی اجتنابی در پسران بیشتر از دختران بود؛ بنابراین، آموزش‌های روان‌شناختی

کلهری (۱۳۹۹) طی پژوهشی با عنوان رابطه اینستاگرام با گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن نشان دادند که بین سبک زندگی مدرن و استفاده از اینستاگرام رابطه معناداری وجود دارد و به طور کلی، پاسخگویان ساکن در منطقه ۲، گرایش زیادی به سبک زندگی مدرن (مصرف‌گرایی، زندگی کم‌تحرك و خاص، مدگرایی، برند و شیک‌پوشی، تناسب ظاهر و سلامت بدن) داشته‌اند. سعادت سیرت و فرقانی (۱۳۹۹) در پژوهش خود نشان دادند جوانان و نوجوانان، متأثر از شبکه‌های اجتماعی موبایلی دچار دگرگونی در زمینه اعتقادات مذهبی، ارزش‌های اخلاقی، مصرف‌گرایی، مدگرایی و پوشش فردی، هیجان‌خواهی، انزواطلبی و دگرگونی ارتباطات میان فردی شده و مواردی همچون مد و آرایش، فراغت مجازی، هواداران مجازی، به اشتراک‌گذاری حریم خصوصی، هیجان‌خواهی، بازی‌های آنلاین، دوست‌یابی، تغییر گرایش‌های دینی، استقلال‌گرایی، سرگرم شدن، تغییر پوشش، دگرگونی روابط خانوادگی و دسترسی آسان به اطلاعات را در سبک زندگی جدید خود به‌عنوان عوامل هنجارشکن و هنجار بخش برگزیده‌اند.

سایانا^{۱۱} و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی که به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر کیفیت زندگی دانشجویان دانشگاه پرداختند نشان دادند که مزایای کیفیت زندگی کاربران روزانه سایت‌های شبکه‌های اجتماعی در مقایسه با کاربران غیر روزانه بسیار زیاد است. همچنین، نشان دادند که در مقایسه با کاربران غیر روزانه سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، کاربران روزانه بهتر قادر به کنترل استرس مربوط به روابط کار هستند و به‌طور شایان توجهی از همکلاسی‌های خود، نحوه برخورد با مشکلات، شکل ظاهری و دستاوردهای زندگی خود رضایت بیشتری دارند. راجسواری^{۱۲} (۲۰۱۷) در پژوهشی که به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی و رفتار یادگیری نوجوانان پرداخت نشان داد که سبک زندگی ۶۶/۷ درصد از نوجوانان در حد متوسط و سبک زندگی ۳۳/۳ درصد از آن‌ها در حد بالا (به‌وسیله استفاده از شبکه‌های اجتماعی) تحت تأثیر قرار گرفت. همچنین نشان داد که رفتار یادگیری ۱/۷ درصد از نوجوانان به‌طور خفیف ۸۳/۳ درصد به‌طور متوسط و ۱۵ درصد به‌طور شدید تحت تأثیر قرار گرفتند.

دیکسون^{۱۳} (۲۰۱۷) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که استفاده از شبکه‌های اجتماعی از طریق تلفن همراه،

در ارتباط با خودشناسی و دلبستگی در روابط پسران می‌تواند در میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی آن مفید واقع شود. نوری راد و خانیکی (۱۴۰۰) در پژوهشی نشان دادند که بین هویت سردرگم و متعهد و نگرش به رسانه‌های اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد و فرض وجود رابطه بین سبک هویتی اطلاعاتی و هنجاری با نگرش به رسانه‌های اجتماعی رد شده است. سوادکوهی و زر بخش (۱۴۰۱) در پژوهش خود نشان دادند که سبک زندگی با ضریب تأثیر ۰/۵۲ و سبک‌های مقابله‌ای با استرس با ضریب تأثیر ۰/۵۶ به‌طور غیرمستقیم با احساس تنهایی رابطه دارند. دستیار و همکاران (۱۴۰۱) طی پژوهشی در پژوهش خود نشان دادند که بین میزان استفاده دانش‌آموزان از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تمامی مؤلفه‌های سبک زندگی رابطه معناداری مثبت و مستقیمی وجود دارد و با توجه به ضرایب تعیین، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، مؤلفه‌های پیشگیری از بیماری‌ها و سلامت جسمانی را بیشتر از دیگر مؤلفه‌ها و مؤلفه اجتناب از داروها و مواد مخدر را کمتر از دیگر مؤلفه‌ها پیش‌بینی کرده است. احمدی و مولانا (۱۴۰۰) طی پژوهشی با عنوان تأثیر اینستاگرام بر سبک زندگی به این نتیجه رسیدند که بین میزان ساعات استفاده از اینستاگرام و نگرش زنان نسبت به تصویر بدن خود، اختلال در تغذیه و مد، رابطه معنادار وجود دارد چنان‌که با افزایش ساعات استفاده از اینستاگرام، تمایل زنان در خصوص مد، به سبک مدرن افزایش می‌یابد و این، بر نوع نگرش‌شان نسبت به بدن خود تأثیر می‌گذارد و آنان را به کنترل وزن و اختلال در تغذیه ترغیب می‌کند. بر اساس این پژوهش، اینستاگرام بیشترین تأثیر را در میان ابعاد سبک زندگی بر روی مد گذاشته است. عوامل زمینه‌ای همچون شاخص توده بدنی، سن، درآمد، وضعیت تاهل و وضعیت شغلی نیز پیش‌بینی‌کننده‌هایی قوی بودند که تأثیرگذاری رسانه را شدت می‌بخشیدند. اکبری و همکاران (۱۳۹۹) طی پژوهشی نشان دادند بین شبکه‌های مجازی و سبک زندگی جوانان (سلامت جسمانی، ورزش و تندرستی، وزن و تغذیه، پیشگیری از بیماری‌ها، سلامت روان‌شناختی، سلامت معنوی، سلامت اجتماعی، اجتناب از داروها و مواد مخدر و پیشگیری از حوادث) رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج رگرسیون نشان داد که متغیر شبکه‌های اجتماعی حدود ۴۰ درصد واریانس سبک زندگی را پیش‌بینی می‌کند. خادیمان و

چارچوب نظری پژوهش

در راستای هدف اصلی پژوهش که شناسایی و رتبه‌بندی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تغییرات فرهنگی با تأکید بر سبک زندگی جامعه پژوهش است، مدل ادگار شاین (رابینز^{۱۵}، ۱۴۰۰) که دارای سه بعد اصلی (اعتقادات و باورها، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری) به‌عنوان چارچوب مبنایی شناسایی و طبقه‌بندی در نظر گرفته شده است. بر این اساس پژوهش حاضر به دنبال شناسایی و رتبه‌بندی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر الگوهای رفتاری و نمادها، ارزش‌ها و هنجارها و باورها است. «شکل ۱» شمای ترسیمی چارچوب نظری منتخب پژوهش را نشان می‌دهد.

روش

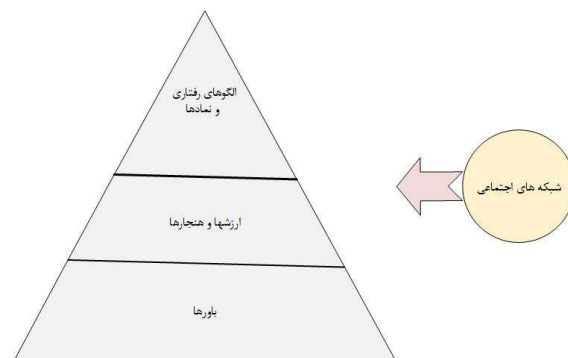
پژوهش حاضر از نگاه هدف، کاربردی است؛ زیرا می‌توان از نتایج یافته‌های آن برای ارتقای سبک زندگی دانشجویان در دانشگاه‌ها استفاده کرد. همچنین پژوهش حاضر از روش آمیخته متوالی (کیفی- کمی) است. ارائه الگو به صورت کیفی، با رویکرد اکتشافی-استقرایی و با روش تحلیل مضمون انجام شده است. مشارکت‌کنندگان این مرحله از پژوهش شامل ۱۵ نفر از اساتید منتخب یک دانشگاه‌های دولتی بوده است که با روش هدفمند قضاوتی (بر اساس داشتن تألیفات در زمینه شبکه‌های مجازی و سبک زندگی) انتخاب شده است. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بوده است. اطلاعات کسب‌شده به این روش طی سه مرحله تلفیق و در قالب مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر استخراج شد.

بخشی کمی پژوهش ماهیتی توصیفی- پیمایشی دارد و به‌منظور آزمون و اعتبارسنجی الگوی استخراج‌شده در مرحله کیفی در جامعه هدف پژوهش انجام شده است. جامعه آماری مرحله کمی پژوهش شامل دانشجویان دانشگاه مورد مطالعه بوده است که بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران با جامعه محدود، ۳۸۰ نفر از آن‌ها به صورت تصادفی به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها در این مرحله پرسشنامه‌ای محقق ساخته است که حاصل عملیاتی‌سازی مفاهیم موجود در الگو بوده است. در این پرسشنامه الگوهای رفتاری و نمادها، ارزش‌ها و اعتقادات و باورها به ترتیب با ۱۹، ۱۶ و ۱۴ گویه سنجیده شده‌اند. تحلیل داده‌های این مرحله با روش مدل معادلات ساختاری

می‌تواند ضمن اثرگذاری بر نگرش افراد باهدف حمایت از آنان، راه‌های ارتباطی جدیدی برقرار کند. حضور در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند باعث افزایش گردشگری پایدار و شیوه‌های جدید ارتباط بین فردی شود.

داتا^{۱۴} و همکاران (۲۰۱۷) به این نتیجه رسیدند که فیس‌بوک، توئیتر، اینستاگرام و اسکاپ در بین دانشجویان کاربرد زیادی دارند. کاربران به صورت اعتیادوار به این شبکه‌ها وابسته شده‌اند و دائماً در حال به تصویر کشیدن لحظات زندگی خود در حال سفر، غذا خوردن، ورزش کردن و ارتباط در فضای مجازی هستند و برای کسب تأیید و حمایت از اعضای شبکه‌های مجازی به تغییر و نمایش پوشش، نوع تغذیه، آواز خواندن، شرکت در چالش و به‌روز کردن سبک آرایشی می‌پردازند.

مرور مطالعات پیشین انجام‌شده نشان می‌دهد استفاده از شبکه‌های مجازی بر مؤلفه‌های مختلف سبک زندگی از جمله بدن، سلامت، مد، مصرف تأثیرگذار هستند. همچنین ماهیت و تأثیرگذاری این عوامل بسته به شرایط زمینه‌ای و جامعه هدف متفاوت بوده است. باوجود این ماهیت خاص شرایط دانشجویی در دانشگاه‌ها موجب می‌شود اهمیت و تأثیرگذاری آن متفاوت باشند. در جست‌وجوی انجام‌شده مطالعه‌ای به صورت جامع و عمیق که در این بستر و در خصوص دانشجویان انجام‌شده باشد یافت نشد. از این رو این پژوهش بر آن است تا برای کسب شناخت و دانش کاربردی در این زمینه به تأثیر استفاده از شبکه‌های مجازی بر سبک زندگی دانشجویان پردازد و آن را اولویت‌بندی کند. همچنین تلاش برای شناسایی این عوامل در هر سه سطح الگوهای رفتاری، ارزش‌ها و هنجارها و اعتقادات و باورها می‌تواند شناخت جامع‌تری در این زمینه حاصل کند.



شکل ۱. چارچوب نظری پژوهش.

جدول ۱. مقادیر ضریب کرونباخ در مورد پایایی ابزار پژوهش.

شرح عامل	تعداد گویه‌ها	میزان ضریب الفای کرونباخ
الگوهای رفتاری و نمادها	۱۹	۰/۷۵۸
ارزش‌ها و باورها	۱۶	۰/۸۵۶
اعتقادات و باورها	۱۴	۰/۹۲۱
کل پرسشنامه	۴۹	۰/۹۵۲

جدول ۲. نمونه مضامین پایه استخراج شده از متن مصاحبه‌ها.

مشارکت‌کننده	عبارت کلیدی متن مصاحبه	مضامین پایه
P1	به نظرم شبکه‌های اجتماعی بر اعتقادات و باورهای دانشجویان تأثیرگذار است، بیشتر دانشجویان وارد کانال‌هایی می‌شود که به مرور زمان ایمان آن‌ها را هدف قرار می‌دهد.	ایمان
P3	یکی از عوامل بسیار مهم که سبک زندگی دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی متأثر می‌شود تجمل‌گرایی است.	تجمل‌گرایی
P7	شبکه‌های اجتماعی بر نحوه آشنایی و ازدواج تأثیرگذار خواهد بود	ازدواج
P4	با توجه به اینکه در شبکه‌های اجتماعی گروه‌های مختلفی وجود دارد و افراد زیادی عضو می‌شود بر نوع همکاری تأثیرگذار است.	همکاری
P11	به نظر من شبکه‌های اجتماعی اعتماد را از بین می‌برند	اعتماد
P6	شبکه‌های اجتماعی کانون خانواده را هدف قرار می‌دهد از عوامل مهم سبک زندگی این است که افراد در خانه آرامش داشته باشند در صورتی که استفاده از شبکه‌های اجتماعی باعث طلاق عاطفی و ایجاد فاصله در بین فرزندان و والدین خواهد شد.	آرامش در خانواده

و با استفاده از نرم‌افزار پی.آل.اس انجام شده است. برای ارزیابی روایی ابزار از تحلیل عاملی تأییدی و برای ارزیابی پایایی آن از روش پیش‌آزمون استفاده شده است. نتایج حاصل از ارزیابی پایایی پرسشنامه در «جدول ۱» ارائه شده است. ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده برای همه متغیرها بالای ۰/۷ به دست آمد که بیانگر پایایی پرسشنامه است.

یافته‌ها

با توجه به این‌که در این پژوهش از روش تحقیق آمیخته متوالی (کیفی-کمی) استفاده شده است، تحلیل‌ها در دو بخش ارائه می‌شود: نخست، فرایند استخراج الگوی سبک زندگی با روش تحلیل مضمون ارائه می‌شود و سپس تأیید این الگو به صورت کمی با روش تحلیل عاملی تأییدی بیان می‌شود.

الف. ساخت الگو: برای شناسایی تغییرات فرهنگی که از شبکه‌ای اجتماعی تأثیر می‌پذیرد از رویکرد پژوهش کیفی استفاده شده است. روش تحلیل منابع اطلاعاتی در این مرحله از تحقیق، «تم» بوده است. تحلیل تم روشی است که به شناسایی، تحلیل و گزارش الگوها و تم‌های مستتر در اطلاعات که مرتبط با سؤال تحقیق هستند می‌پردازد و در چند سطح قابل اعمال است. الگوهای مختلفی برای تحلیل تم وجود دارد؛ با وجود تفاوت‌های ظاهری که در سه مرحله جمع‌آوری و توصیف، سازمان‌دهی و تنظیم و در آخر تفسیر و بازنمایی الگوهای گوناگون وجود دارد، مراحل توصیف، تحلیل و تفسیر داده‌ها اساس این روش را تشکیل می‌دهد (اندرسون^{۱۶}، ۲۰۰۷). بر این مبنا فرایند تحقیق در ادامه تشریح شده است:

۱. توصیف داده‌ها: داده‌های گردآوری شده در این تحقیق شامل دیدگاه دانشجویان و اساتید منتخب در خصوص تغییرات فرهنگی با تأکید بر سبک زندگی در دانشگاه‌های

دولتی است. نتیجه انجام این گام دستیابی به ۴۹ مضمون پایه بوده است که پایه الگوی نهایی مورد نظر را تشکیل می‌دهند. نتایج حاصل از این تحلیل در «جدول ۲» ارائه شده است.

۲. تحلیل داده‌ها: در این مرحله باید داده‌ها سازمان‌دهی، تنظیم و مقوله‌بندی شوند. در این مرحله مضامین پایه استخراج شده در گام نخست بر اساس تشابه و ارتباط معنایی و محتوایی که باهم داشته‌اند ترکیب و تلفیق شده‌اند و دستاورد این مرحله تشکیل مضامین سازمان‌دهنده (۱۲ مضمون) بوده است. نتایج حاصل از این گام از تحلیل در «جدول ۳» ارائه شده است.

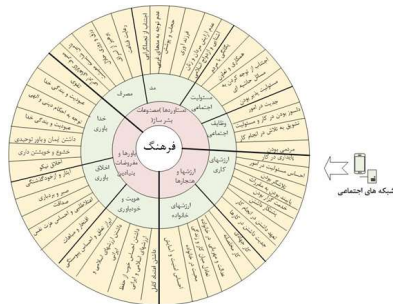
۳. تفسیر داده‌ها: در این مرحله به تلفیق و یکپارچه‌سازی مقوله‌های سازمان‌دهنده استخراج شده در گام دوم پرداخته می‌شود و زمینه ارتباط بین آن‌ها تشریح شود. با توجه به چارچوب نظری منتخب پژوهش این مقولات در قالب سه مقوله فراگیر الگوهای رفتاری، ارزش‌ها و باورها و اعتقادات

جدول ۴. آزمون کولموگروف-اسمیرنوف متغیرهای تحقیق.

نتیجه آزمون	α (مقدار خطا)	Sig (معنی داری)	انحراف معیار	میانگین	متغیر
نرمال	۰/۰۵	۰/۰۹۷	۰/۷۴	۳/۶۵	الگوهای رفتاری
نرمال	۰/۰۵	۰/۲۰۰	۰/۷۰	۳/۸۴	ارزش‌ها و هنجارها
نرمال	۰/۰۵	۰/۲۰۰	۰/۷۰	۳/۷۳	اعتقادات و باورها

ب. اعتبارسنجی الگوی رتبه‌بندی عوامل: مرحله دوم (بخش کمی) باهدف اعتبارسنجی الگو رتبه‌بندی عوامل شناسایی شده انجام شده است. بدین منظور ابتدا به ارزیابی نرمال بودن داده‌ها پرداخته می‌شود و سپس برای ارزیابی اعتبار روابط فرض شده میان عوامل شناسایی شده آزمون تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود. بررسی نرمال بودن توزیع داده‌های تحقیق به کمک آزمون کولموگروف-اسمیرنوف انجام شده است. نتایج این آزمون در «جدول ۴» ارائه شده است.

همان‌گونه که در محتوای «جدول ۴» دیده می‌شود چون مقدار سطح معنی داری همه متغیرها بزرگ‌تر از مقدار ۰/۵۰ است، می‌توان نتیجه گرفت توزیع داده‌های پژوهش نرمال بوده است. بر این اساس برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش می‌توان آزمون‌های آماری پارامتریک استفاده کرد. به‌منظور اعتبارسنجی و برازش الگوی استخراج شده در فاز کیفی، از تحلیل عاملی تأییدی و روش حداقل مربعات جزئی با کمک نرم‌افزار پی.آل.اس استفاده شده است. «شکل ۳» ساختار عاملی (مدل اندازه‌گیری) الگوی سبک زندگی متأثر از شبکه‌های اجتماعی را بر اساس خروجی



شکل ۲. نمودار تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تغییرات فرهنگی با تأکید بر سبک زندگی.

جدول ۳. شناسایی و طبقه‌بندی شده تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تغییرات فرهنگی با تأکید بر سبک زندگی.

مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
مد	حجاب و پوشش، فرزند آوری، نحوه آشنایی و ازدواج، عدم آرایش مردان و زنان، عدم توجه به مدهای غربی، اجتناب از تجمل‌گرایی
مصرف	پرهیز از اسراف، جلوگیری از اسراف و رعایت قناعت، مصرف کردن به اندازه، رعایت کردن حدود مصرف، طلب کردن رزق و روزی حلال، تأمین شایسته معیشت، ساده زیستی و اجتناب از اسرافیت، مصرف کالاهای ایرانی
مسئولیت اجتماعی	حس یگانگی با مردم، همکاری و تعاون، اجتناب از توجه کردن به مسائل حاشیه‌ای، مسئولیت‌پذیر بودن، انسجام و اتحاد
وظایف اجتماعی	همکاری و جدیت در امور، دلسوز بودن در کار و مسئولیت، تعمیق و گسترش درک آگاهانه از مسئولیت‌ها و وظایف اجتماعی، تشویق به تلاش در انجام کار و ارزشمند دانستن این مهم
ارزش‌های کاری	احساس مسئولیت در امور، زحمت کشیدن و تلاشگر بودن، پایبند بودن به مقررات، خدمت‌گزار بودن، پشتکار داشتن، تعهد داشتن در انجام کار، جدیت داشتن در کارها، کار مخلصانه و بدون خودنمایی، کار جهادی
ارزش‌های خانواده	عدالت و مهربانی در خانواده، اهمیت دادن به زن، خانواده و تربیت فرزند، مواظبت و مراقبت از خانواده، تعادل میان کار و زندگی، محبت در خانواده، احساس امنیت و آسایش
هویت و خودباوری	داشتن اعتماد کامل، داشتن احساس خوب از حفظ ارزش‌های اسلامی و ایرانی، داشتن ارزش‌های اسلامی و ایرانی، ابراز تعلق و احساس پیوستگی، افتخار و مباهات، اعتلا طلبی و احساس عزت نفس
اخلاق باوری	صداقت، صبر و بردباری، شجاعت و ایثار و از خودگذشتگی، اخلاق نیکو و کرامت مداری، رعایت عدالت و انصاف، معرفت الهی، داشتن ایمان و باور توحیدی، عبودیت و بندگی خدا، انتقادپذیری، خشوع و خویشتن‌داری
خداباوری	داشتن ایمان و باور توحیدی، توجه به احکام دینی و الهی، عبودیت و بندگی خدا، تعالی خواهی و کمال‌جویی، معنویت، پالایش و خودسازی، ایمان، توجه و یاد خدا، تقوی

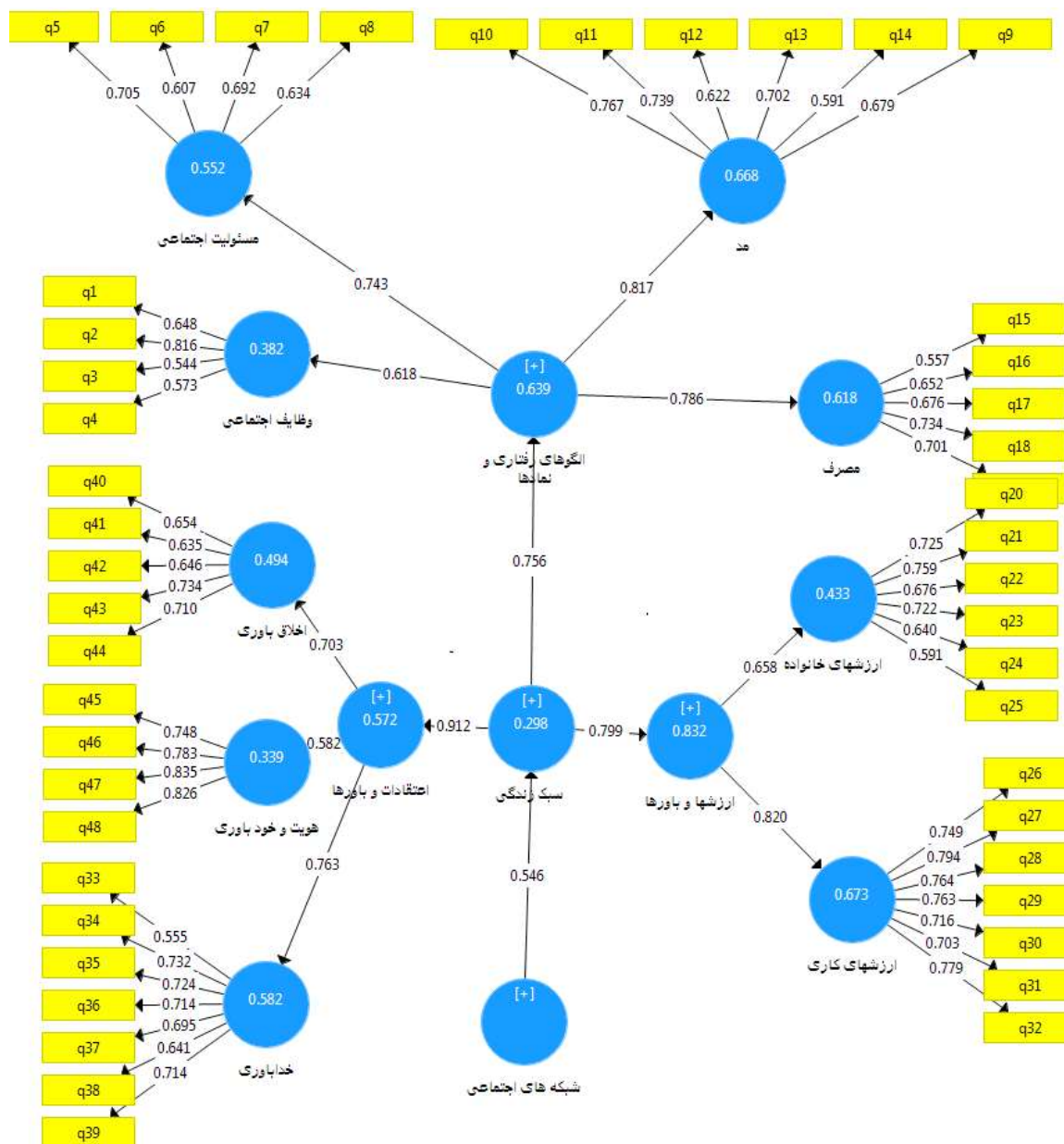
و باورها طبقه‌بندی شدند. دستاورد این گام ارائه الگوی شماتیک یا متنی روایی است که به تبیین ارکان تشکیل‌دهنده پدیده موردنظر و ارتباط میان آن‌ها پرداخته می‌شود. در نتیجه این گام از تحلیل تغییرات فرهنگی متأثر از شبکه‌های اجتماعی بوده است. نتایج حاصل از این مرحله از تحلیل در «نمودار ۲» ارائه شده است.

به‌عنوان تغییرات فرهنگی متأثر از شبکه‌های اجتماعی دانشجویان ارزیابی شده است.

همان‌گونه که در «جدول ۵» دیده می‌شود عدد معناداری به‌دست‌آمده برای ابعاد و مؤلفه‌های مدل بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است بنابراین ضرایب استاندارد به‌دست‌آمده برای آن‌ها معنادار بوده و هیچ مؤلفه‌ای حذف نشده است؛ و روابط فرض شده میان مؤلفه‌ها و ابعاد تشکیل‌دهنده مدل

این نرم‌افزار در وضعیت تخمین ضرایب استاندارد نشان می‌دهد.

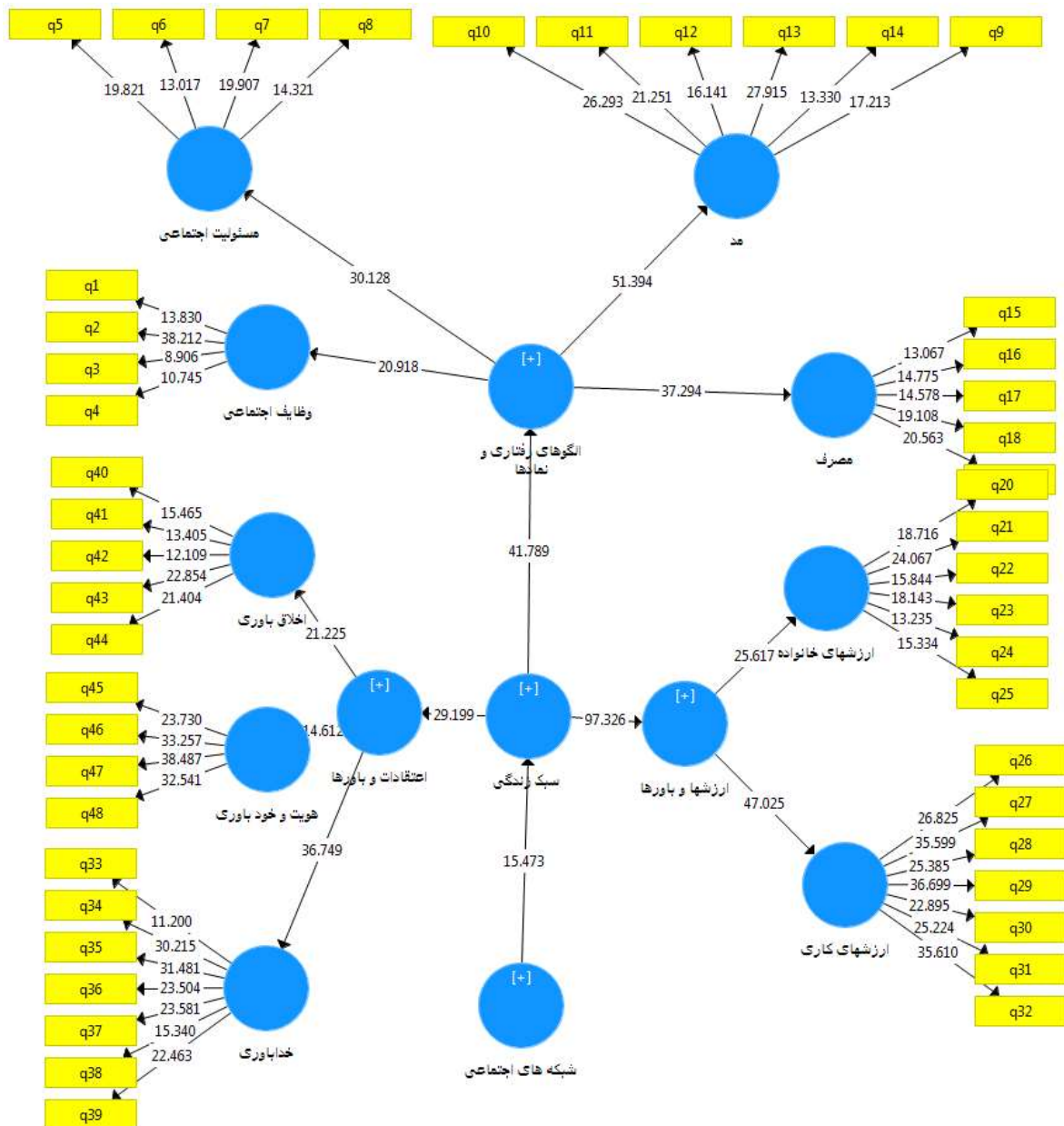
«جدول ۵» نیز نتایج حاصل آزمون تحلیل عاملی تأییدی دومرتبه‌ای اجزای تشکیل‌دهنده مدل را نشان می‌دهد. بدین ترتیب که در مرحله اول معناداری ارتباط پیش‌بینی شده بین مؤلفه‌های ۹ گانه با ابعاد سه‌گانه ارزیابی شده است و در مرحله دوم نیز میزان تأثیرگذاری هر یک از این ابعاد سه‌گانه



شکل ۳. مدل ساختار عاملی تحقیق در وضعیت ضریب تأثیر.

لارکر و پایایی (آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی) استفاده می‌شود. برای سنجش بهتر پایایی در روش PLS، هر دو معیارهای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی به کار برده می‌شوند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۵). اگر مقدار این دو معیار از ۰٫۷ بالاتر باشد، نشانگر پایایی قابل قبول است. روایی همگرا نشان‌دهنده میانگین واریانس استخراج شده^{۱۷} بین هر سازه با شاخص‌های خود است. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) مقدار

معنادار بوده است. بر اساس میزان ضریب تأثیر به دست آمده برای عوامل نیز می‌توان گفت اعتقادات و باورها، ارزش‌ها و هنجارها و الگوهای رفتاری و نمادها با ضریب تأثیر ۰٫۹۱، ۰٫۷۹ و ۰٫۷۵ به ترتیب بیشترین تأثیر را از شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی این دانشجویان داشته‌اند. برای سنجش برازش مدل اندازه‌گیری تحقیق از شاخص‌های سنجش روایی شاخص AVE و شاخص فورنل



شکل ۴. مدل ساختار عاملی تحقیق در وضعیت تخمین ضرایب استاندارد.

جدول ۵. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم تغییرات فرهنگی با تأکید بر سبک زندگی.

مؤلفه‌ها	عدد معناداری	ضریب تأثیر	شاخص‌ها	عدد معناداری	ضریب تأثیر
اعتقادات و باورها	۴۱/۷۸	۰/۹۱	خدا باوری	۳۶/۷۴	۰/۷۶
			اخلاق باوری	۲۱/۲۲	۰/۷۰
			هویت خود باوری	۱۴/۶۱	۰/۵۶
ارزش‌ها	۹۷/۳۲۶	۰/۷۹	ارزش‌های کاری	۴۷/۰۵	۰/۸۲
			ارزش‌های خانواده	۲۵/۶۱	۰/۶۵
			مد	۵۱/۳۹	۰/۸۱
الگوهای رفتاری و نمادها	۴۱/۷۸	۰/۷۵	مصرف	۳۷/۲۹	۰/۷۸
			وظایف اجتماعی	۲۰/۹۱	۰/۶۱
			مسئولیت اجتماعی	۳۰/۱۲	۰/۷۴

جدول ۶. مقادیر شاخص‌های پایایی و روایی همگرا مدل اندازه‌گیری تحقیق.

متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی CR	واریانس متوسط استخراج شده AVE
خدا باوری	۰/۹۱۱	۰/۹۲۲	۰/۶۱۳
اخلاق باوری	۰/۹۱۸	۰/۹۴۶	۰/۵۸۴
هویت خود باوری	۰/۹۰۱	۰/۹۱۸	۰/۶۳۲
ارزش‌های کاری	۰/۹۲۸	۰/۹۳۶	۰/۵۷۳
ارزش‌های خانواده	۰/۹۴۸	۰/۹۵۲	۰/۵۶۸
مد	۰/۸۳۸	۰/۸۸۰	۰/۶۵۴
مصرف	۰/۸۲۴	۰/۸۶۹	۰/۵۹۰
وظایف اجتماعی	۰/۸۷۶	۰/۸۹۷	۰/۶۰۳
مسئولیت اجتماعی	۰/۸۵۲	۰/۸۸۴	۰/۵۶۲

انجام و اطلاعات گردآوری شده با روش تحلیل مضمون تجزیه و تحلیل شدند در مرحله بعدی الگوی شناسایی شده اعتبارسنجی و تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی رتبه‌بندی شدند که می‌توان به صورت زیر به سؤالات تحقیق پاسخ داد.

الف. تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تغییرات فرهنگی با تأکید بر سبک زندگی کدام است؟ یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که شبکه‌های مجازی به ترتیب اولویت بر سه سطح اعتقادات، باورها، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری تأثیرگذار است. ب. تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر باورها و پیش‌فرض‌های بنیادین کدام است؟ یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که شبکه‌های مجازی به تدریج باعث تغییر در خدا باوری (داشتن ایمان و باور توحیدی، توجه به احکام دینی و الهی، عبودیت و بندگی خدا، تعالی خواهی و کمال جویی، معنویت، پالایش و خودسازی، ایمان، توجه و یاد خدا، تقوی) اخلاق باوری (صداقت، صبر و بردباری، شجاعت و ایثار و از خودگذشتگی، اخلاق نیکو و کرامت مداری، رعایت عدالت و انصاف، معرفت الهی، داشتن ایمان و باور توحیدی، عبودیت و بندگی خدا، انتقادپذیری، خشوع و خویشتن‌داری) هویت و خود باوری (داشتن اعتماد کامل، داشتن احساس خوب از حفظ ارزش‌های اسلامی و ایرانی، داشتن ارزش‌های اسلامی و ایرانی، ابراز تعلق و

مناسب برای AVE را ۰/۵ به بالا معرفی کرده‌اند. همان‌گونه که در «جدول ۶» دیده می‌شود مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای همه سازه‌های مدل بالاتر از ۰/۷ است که حاکی از پایایی مناسب مدل دارد. همچنین مقدار AVE همه متغیرها از ۰/۵ بیشتر است که حاکی از روایی همگرای قابل قبول مدل اندازه‌گیری است.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه شبکه‌های اجتماعی به عنوان قدرتمندترین ابزار ارتباطات و فناوری اطلاعات، دستیابی به اطلاعات را برای بسیاری از افراد با سلاقی فرهنگی متفاوت امکان‌پذیر ساخته و باعث تغییرات فرهنگی در جوامع و سبک زندگی آنان شده است. شبکه‌های اجتماعی مروج طیف مختلفی از سبک‌های زندگی هستند که گاهی گونه‌های آرمانی آن از منظر طراحان این شبکه‌ها به شدت تبلیغ می‌شود. بر این اساس برای بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی و پاسخ به سؤالات تحقیق ابتدا باهدف شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های سبک زندگی با ۱۵ نفر از اساتید با روش هدفمند قضاوتی (داشتن تألیفات در زمینه سبک زندگی و شبکه‌های مجازی) مصاحبه نیمه‌ساختار یافته

فرقانی و احمدی و مولانا (۱۴۰۰)، اکبری و همکاران (۱۳۹۹)، داتا^{۱۸} و همکاران (۲۰۱۷)، مهاجری (۱۳۹۷) و خادمیان و کلهری (۱۳۹۹) مطابقت دارد مبنی بر این که شبکه‌های مجازی با تبلیغ و نمایش مکرر و جذاب سبک‌های زندگی غربی منجر به تغییر ذائقه کاربران تغییر در پوشش، سبک زندگی، نحوه چیدمان منزل، سبک خرید و ذائقه فراغتی آنان می‌شوند البته این پژوهشگران معتقد به شرط تأثیرپذیری و تغییر، وابستگی و اعتماد به فضای مجازی و همچنین فعال بودن در آن است. البته باید اشاره نمود که بسیاری از شبکه‌های اجتماعی نیز مروج سبک‌های زندگی ای هستند که در راستای دین و فرهنگ کشور است. در این صورت، یک تعامل دوسویه پدید می‌آید. از یک طرف، فرم و محتوای شبکه‌های اجتماعی را می‌توان با برنامه‌های مرتبط با این سبک‌های زندگی پر نمود و از سوی دیگر نیز این رسانه‌های اجتماعی به اشاعه این سبک‌های زندگی در جامعه می‌پردازند و در واقع، ابزاری برای گسترش قدرت اجتماعی و محبوبیت آن‌ها می‌شوند. فرجی (۱۳۹۷) معتقد است که وابستگی به اینستاگرام و تمایل به ابزاری در این فضا، دیدگاه کاربران را در حوزه تناسب‌اندام و سبک تغذیه، شکل ظاهری و مصرف‌نمایشی، تحت تأثیر قرار می‌دهد.

البته لازم به ذکر است که این سه سطح در ارتباط با یکدیگر هستند. شبکه‌های مجازی الگوهای رفتاری را تغییر می‌دهند و به تدریج بر ارزش‌ها، باورها و اعتقادات نیز تأثیر می‌گذارند. در روایات تأکید شده است: هرکسی خود را به مردمی شبیه سازد از آنان محسوب می‌شود. حضرت علی (ع) می‌فرماید: اگر بردبار نیستی خود را بردبار جلوه ده؛ چه؛ اندک پیش می‌آید که کسی خود را به گروهی شبیه سازد و جزو آنان نشود (نهج‌البلاغه؛ قصار ۲۰۷) و همچنین حضرت امام صادق (ع) از پدران نقل می‌کند که خداوند به یکی از پیامبران خویش وحی فرمود: لباس دشمنان مرا نپوشید و غذای دشمنان مرا نخورید و راه‌ورسم آنان را نروید تا شما نیز همانند آنان، دشمنان من نباشید (وسایل الشیعه، ج ۳، ص ۲۷۹). در آیات قرآن نیز آمده است: «سپس سرانجام کسانی که اعمال بد مرتکب شدند به جایی رسید که آیات خدا را تکذیب کردند و آن را به سخریه گرفتند» (سوره روم، ۱۰).

بر این اساس شبکه‌های مجازی، عرصه‌ای را مهیا می‌سازند که جولانگاه نمایش و حضور قدرت‌های رسانه‌ای

احساس پیوستگی، افتخار و مباهات، اعتلاطلبی و احساس عزت‌نفس) تأثیرگذار است. نتایج این بخش از پژوهش با مطالعات: قادرزاده و همکاران (۱۳۹۴)، قاسمی پور و سعیدی (۱۴۰۱)، سعادت سیرت و فرقانی (۱۳۹۹) مبنی بر اینکه شبکه‌های اجتماعی باعث ایجاد اعتقادات و باورهای شخصی و جمعی تازه‌ای در افراد می‌شود که انتخاب‌های متعددی را برای معنا بخشیدن به زندگی روزمره پیش روی کاربران قرار می‌دهد همخوان است.

ج. تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر ارزش‌ها و هنجارها کدام است؟ شبکه‌های مجازی بر سطح دوم ارزش‌ها و باورها نیز تأثیرگذار است باعث تغییر ارزش‌های کاری (احساس مسئولیت در امور، زحمت کشیدن و تلاشگر بودن، پایبند بودن به مقررات، خدمت‌گزار بودن، پشتکار داشتن، تعهد داشتن در انجام کار، جدیت داشتن در کارها، کار مخلصانه و بدون خودنمایی، کار جهادی) و ارزش‌های خانواده (عدالت و مهربانی در خانواده، اهمیت دادن به زن، خانواده و تربیت فرزند، مواظبت و مراقبت از خانواده، تعادل میان کار و زندگی، محبت در خانواده، احساس امنیت و آسایش) می‌شود این بخش از تحقیق با یافته‌های تحقیقات: سپهری (۱۳۹۲) و سعادت سیرت و فرقانی (۱۳۹۹) که نشان می‌دهند که شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب چالش‌های منفی در زمینه مذهبی، خانواده‌داری، سبک زندگی و اعتماد اجتماعی کاربران می‌شود همخوان است.

د. تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر الگوهای رفتاری کدام است؟ بر اساس یافته‌های پژوهش شبکه‌های مجازی بر الگوهای رفتاری و نمادها تأثیرگذار است. باعث تغییر در مد (حجاب و پوشش، فرزند آوری، نحوه آشنایی و ازدواج، آرایش مردان و زنان، توجه به مدهای غربی، اجتناب از تجمل‌گرایی) مصرف (پرهیز از اسراف، رعایت قناعت، مصرف کردن به اندازه، طلب کردن رزق و روزی حلال، تأمین شایسته معیشت، ساده زیستی و اجتناب از اشرافیت، مصرف کالاها ایرانی) مسئولیت اجتماعی (حس یگانگی با مردم، همکاری و تعاون، اجتناب از توجه کردن به مسائل حاشیه‌ای، مسئولیت‌پذیر بودن، انسجام و اتحاد) و وظایف اجتماعی (همکاری و جدیت در امور، دلسوز بودن در کار و مسئولیت، تعمیق و گسترش درک آگاهانه از مسئولیت‌ها و وظایف اجتماعی، تشویق به تلاش در انجام کار و ارزشمند دانستن این مهم) می‌شود که این تحقیق با نتایج پژوهش‌های

جامعه خودشان به سطحی از بلوغ فکری و اجتماعی دست یابند که بتوانند تشخیص دهند که چه زمانی وجود شبکه‌های اجتماعی برای آن‌ها یک تهدید تلقی می‌شود و نیز در چه زمانی این رسانه‌ها، به مثابه یک ابزار پیشرفت و فرصتی در جهت اعتلای سطوح مختلف زندگی آن‌ها محسوب می‌شود. اگر تهدید است، پس باید در برابر مخاطرات آن، خویشتن را واکسینه نمایند و اگر فرصت است پس باید بهتر از قبل، از آن بهره گرفت. تنها در این شرایط است که می‌توان جامعه را به سمت بهره‌گیری درست از این رسانه‌ها و نیز استفاده مطلوب از آن‌ها سوق داد.

این هدف جز با داشتن یک برنامه‌ریزی بلندمدت و جهت‌دار از سوی دولتمردان که بستر لازم آن را افزایش میزان شناخت و آگاهی افراد فراهم می‌سازد، امکان‌پذیر نخواهد بود.

پیشنهادات

۱. برای تقویت باورها و پیش فرض‌های بنیادین، متولیان فرهنگی کشور مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، سازمان تبلیغات اسلامی و سایر نهادهای مسئول جهت تاثیرگذاری بیشتر، در سیاست‌ها و خط و مشی‌های خود هماهنگی و هم‌افزایی ایجاد کنند.
۲. آموزش علمی و عملی اقدار گوناگون جامعه به خصوص جوانان در حوزه سواد رسانه‌ای شبکه‌های مجازی افزایش یابد تا باعث افزایش دانش، آگاهی و قدرت تجزیه و تحلیل دانشجویان شود و به خود کنترل دست یابند.
۳. بسیاری از دانشجویان برای پر کردن اوقات فراغت خود به این شبکه‌ها روی می‌آورند متولیان و مدیران فرهنگی جامعه با سرمایه‌گذاری در این حوزه و به صورت متمرکز بخشی از نیازهای آنان را مرتفع سازند.
۴. برای بالا بردن قدرت تشخیص و تحلیل دانشجویان با برگزاری دوره‌های آموزشی مهارت‌های انتقادی، نگرش سیستمی و تفکر خلاق را در دانشجویان پرورش دهند.
۵. افزایش ضریب نفوذ و تأثیر اقدامات فرهنگی از طریق تعامل سازمان‌ها با یکدیگر و ارتباطات برون سازمانی و توسعه فعالیت‌های روابط عمومی و اطلاع‌رسانی.
۶. برای جلوگیری از تغییر الگوهای رفتاری دانشجویان، با برآوردهای اطلاعات راهبردی فرهنگی در جهت پیش‌بینی، پیش‌گیری و مقابله به موقع و مؤثر (تهاجمی و تدافعی) با

مختلف است. برخی از این رسانه‌های اجتماعی، جنبه اطلاع‌رسانی داشته و برخی نیز به محتوا بخشی در زمینه‌های مختلف می‌پردازند. بدیهی است که آن دسته از فرهنگ‌ها که به دلایل مختلف، حضور کم‌رنگی در شبکه‌های مجازی دارند - حتی اگر ریشه‌دار، غنی و بسیار ارزشمند باشند - بازهم آسیب‌پذیری جدی خواهند داشت و ناتوان خواهند بود؛ زیرا از سوی سایر فرهنگ‌های بیگانه‌ای که در شبکه‌های مجازی مؤثر بوده و بر این فضا مسلط شده‌اند، در معرض تغییر و استحاله قرار می‌گیرند. لذا حضور قوی‌تر در این عرصه، فرصت بیشتری را ایجاد می‌کند تا بتوان بر سایر تمدن‌ها و فرهنگ‌ها تأثیر گذاشت. اگر سبک زندگی افراد، مسیر درست و حقیقی خود را طی نکند، نتیجه‌ای جز نابودی و هدر رفتن استعدادها را به دنبال نخواهد داشت ولی اگر انتخاب سبک زندگی به‌درستی صورت پذیرد، می‌تواند زمینه‌ای برای رشد و تعالی تمدن اسلامی باشد. از این رو سبک زندگی افراد و مسیری که طی آن برمی‌گزینند، تأثیرات بانفوذی در زندگی آن‌ها خواهد گذاشت. شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی - خواه به صورت مستقیم و خواه به‌طور غیرمستقیم - اثرات مهمی بر سبک زندگی کاربران استفاده‌کنندگان آن دارد.

افرادی که به صورت عادت‌گونه، اوقات روزمره خویش را با بی‌هدفی و صرفاً از روی کنجکاوی، در شبکه‌های اجتماعی سپری می‌کنند، به‌طور ناآگاهانه سبک زندگی خویش را در معرض چالشی قابل‌توجه و یک‌دگرگونی جدی قرار می‌دهند. آن‌ها ناخواسته در فرایند مصرف داده‌های مجازی شرکت می‌کنند و اوقات خویش را آن‌قدر درگیر این موضوع می‌سازند که عملاً از دنیای حقیقی و غیرمجازی فاصله می‌گیرند. مثال آشکار در این زمینه، کاهش زمان مطالعه کتاب در میان این افراد است.

تجربه‌ها به‌خوبی نشان می‌دهد که اعمال محدودیت‌های اجتماعی و قطع نمودن کامل دسترسی به این فضاها در قالب فیلترینگ، هرگز نمی‌تواند راه‌حل درست و مناسبی برای رفع این مشکلات باشد و حتی گاهی نیز نتایج معکوس و نامطلوبی را به دنبال خواهد داشت. کنترل نمودن بازتاب‌های منفی حاصل از شبکه‌های اجتماعی، با ارتقای سطح آگاهی‌ها و نیز افزایش توانمندی‌های ذهنی افراد از طریق آموزش‌های کارآمد، میسر می‌گردد. توانمندی ذهنی به معنای آن است که تک‌تک افراد

که اطلاعات هرچه دقیق‌تر در مورد سبک زندگی به دست آورند. این مهم زمانی تحقق می‌یابد که ساماندهی دقیق و تحلیل صحیحی بر روی داده‌های سبک زندگی و اطلاعات این موضوع صورت پذیرد. در همین راستا، ضرورت دارد که مطالعه پیرامون سبک زندگی و انجام مطالعاتی از این قبیل، با نگرشی وسیع و بینشی عمیق و با کیفیتی دوچندان و ژرف‌نگر در دستور کار بخش‌ها و نهادهای مختلف قرار گیرد.

۱۳. فضای مجازی، شرایطی را فراهم می‌سازد که انسان‌ها به راحتی می‌توانند با هویت‌های کاذب در آن مشغول شوند و در واقع ماسک‌هایی جعلی و ساختگی بر روی شخصیت اجتماعی و هویت واقعی خود قرار دهند؛ بنابراین ورود انسان‌ها به این فضای بی‌انتها و به طبع آن، عضویت در شبکه‌های اجتماعی، سبب فاصله گرفتن آن‌ها از دنیای واقعی می‌شود. به همین خاطر است که وابستگی زیاد بسیاری از افراد به شبکه‌های اجتماعی، سبب بروز اختلالات جسمانی و بلوغ زودرس و نیز افزایش ازدواج‌های اینترنتی، از هم‌پاشیده شدن خانواده‌ها و طلاق شده است. در بسیاری از ارتباطاتی که در شبکه‌های اجتماعی پدید می‌آید، فقدان احساس و گرمی به وضوح قابل مشاهده است. بنابراین مسئولان امر، وظیفه خطیری در این زمینه دارند که باید با آگاهی بخشی به جوانان و آشنا نمودن آن‌ها به این موارد، اجازه ندهند که بنیان خانواده دستخوش آسیب قرار گیرد.

در پایان اینکه، تحقیق حاضر با چند محدودیت مواجه بوده است. نخست، داده‌ها از یک دانشگاه جمع‌آوری شده است؛ بنابراین، تعمیم‌یافته‌ها برای کل دانشگاه‌های کشور دشوار است. برای مطالعات آینده، داده‌ها را می‌توان از انواع دانشگاه‌های دیگر جمع‌آوری کرد. دوم اینکه، مفهوم سبک زندگی برای خبرگان رشته‌های غیر علوم رفتاری و مدیریتی، نامفهوم بود که محققان در حین مصاحبه‌ها، تلاش زیادی برای تعریف و تبیین مفاهیم نمودند.

عملیات‌های روانی دشمن برآیند.

۷. نهادهای مالی کشور از جمله بانک‌ها با دادن تسهیلات بانکی ازدواج و کسب و کار دانشجویان را تسهیل کنند.

۸. تقویت خودسازی و خود اصلاحی درونی با تدبیر در آیات قرآنی و ترویج عبادت‌های فردی و جمعی در بین دانشجویان

۹. تقویت و توسعه سامانه‌های نرم افزاری، شبکه‌های رایانه‌ای با استفاده از فناوری‌های جدید و ایجاد گسترش قابلیت‌های فرهنگی در محیط مبارزه با تهاجم و شبیخون فرهنگی.

۱۰. انجام چنین پژوهش‌هایی باید فراتر از تحقیقات و پژوهش‌های محلی بلکه در بعد ملی و کشوری صورت پذیرد و نیز بایستی فراتر از یک دوره خاص و به صورت مقطعی، بلکه به‌طور مستمر و هدفمند ادامه یابد. تنها در این صورت است که نخبگان علمی و عالمان دلسوز جامعه، این امکان را خواهند یافت که به داده‌های روزآمد در ارتباط با موضوع سبک زندگی، دست یافته، کمیت و کیفیت سبک زندگی را مشاهده نموده و نیز تغییرات آن را به صورت یک روند و الگوی نموداری ترسیم و علل تحولات را بررسی نمایند.

۱۱. یکی از حوزه‌های مهمی که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به‌طور مفید در آنجا مورد استفاده قرار گیرند و مؤثر واقع شوند، سازمان‌ها و مراکز مختلف و به‌ویژه نهادهای آموزشی هستند. چگونگی بهره‌گیری از این شبکه‌های مجازی، فرصتی را فراهم خواهد ساخت تا ضمن به‌روز نمودن دانش کاربران سازمانی، استفاده تخصصی و مفید از شبکه‌های اجتماعی نیز مورد تأکید قرار گیرد. از سوی دیگر این شیوه‌های استفاده از شبکه‌های مجازی در عرصه‌های آموزشی، نوید خوبی خواهد بود که ابزار مفیدی جهت پدید آمدن رخدادهای برتر علمی در کشور فراهم آمده است.

۱۲. بدیهی است که محققان در این عرصه به دنبال آن هستند

پی‌نوشت‌ها

1. Social Networks
2. Raghavendra
3. Cultural Change
4. Ameli
5. Lifestyle

6. Iecli
7. AL-Kandari
8. Max Weber
9. Georg Simmel
10. Alfred Adler

11. Saini
12. Rajeswari
13. Janet E. Dickinson
14. Dutta
15. Robbins

16. Anderson
17. Average Variance Extracted (AVE)
18. Dutta

منابع

- احمدی، مهرداد؛ مولانا، یاسمین (۱۴۰۰)، تأثیر اینستاگرام بر سبک زندگی: تصویر بدن، اختلال در تغذیه و مد مورد مطالعه: زنان ۲۰ تا ۷۰ سال ساکن تبریز، پژوهش‌های ارتباطی، ۲۸، ۱۰۷، ص ۱۶۱-۱۸۵
- استاجی، زهرا و همکاران (۱۳۸۶)، بررسی سبک زندگی در ساکنین شهر سبزوار، مجله دانشکده علوم پزشکی و خدمات بهداشتی و درمانی سبزوار، دوره سیزدهم، شماره ۳، صفحه ۱۳۴-۱۳۹.
- اصمی اصطهباناتی، مریم؛ گروسی، سعیده (۱۳۹۳)، سبک زندگی دینی و عوامل مؤثر بر آن در بین دانشجویان دانشگاه شهید باهنر کرمان، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۱۳، سال چهارم، شماره ۴، صفحه ۵۱۵-۵۳۸.
- اکبری، تقی؛ هاشمی، جواد؛ کاظمی، سلیم؛ جاویدپور، مرتضی؛ متولی کسمایی، مریم (۱۳۹۹)، تبیین تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی جوانان (مورد مطالعه: جوانان شهر اردبیل)، پژوهش‌های ارتباطی، ۲۷، ۱۰۳، ص ۵۹-۸۱
- جاویدی، اسرافیل، احمدی، حبیب، رجیبی، ماهرخ (۱۴۰۰)، مطالعه جامعه‌شناختی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر شکاف نسلی: مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه شیراز، توسعه اجتماعی، ۱۶ (۲) ۱-۳۲
- جهانگیری، یحیی (۱۳۹۰)، شبکه اجتماعی؛ فرصت یا چالش، فصلنامه ره‌آورد نور، شماره ۳۷، ص ۴۵-۲۷.
- چانی، دیوید (۱۳۷۸)، سبک زندگی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- خادمیان، طلیعه، کلهری، محمدجواد (۱۳۹۹)، رابطه اینستاگرام با گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن مورد مطالعه: جوانان شهر تهران، پژوهش‌های ارتباطی، ۲۷، ۱۰۱، ص ۵۵-۷۴
- دستیار، وحید، جعفری، راضیه، سبحانی، فاطمه (۱۴۰۱)، تأثیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مؤلفه‌های سبک زندگی دانش‌آموزان دختر و پسر متوسطه اول و دوم یاسوج، مطالعات آموزشی و آموزشگاهی، ۴، ۱۱، ۱۷۹-۱۵۳
- رابینز، پی استیون (۱۴۰۰)، رفتار سازمانی: مفاهیم، نظریه‌ها و کاربردها، ترجمه علی پارساییان و سیدمحمد اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- سپهری، آسیه (۱۳۹۳)، تحلیل سبک زندگی جوانان کاربر شبکه اجتماعی فیسبوک، نشریه جوان و رسانه، شماره ۱۳، ص ۵۲-۷۲
- سعادت سیرت، ناهید، فرقانی، محمدمهدی (۱۳۹۹)، شکل‌گیری سبک زندگی نوین در الگوپذیری جوانان از شبکه‌های اجتماعی موبایل محور، فصلنامه علمی مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، ۳، ۸، ص ۱۱-۴۴
- سوادکوهی قودجانکی، مهسا؛ زربخش بحری، محمدرضا (۱۴۰۱)، رابطه سبک زندگی و سبک‌های مقابله‌ای با استرس با احساس تنهایی کاربران توئیتر با نقش میانجی وابستگی به شبکه‌های اجتماعی، فصلنامه مدیریت و چشم‌انداز آموزش، ۴، ۳، ص ۸۷-۶۷.
- شماعی‌زاده، ناهید؛ یوسفی، زهرا (۱۳۹۷)، بررسی روابط چندگانه بین پنج عامل شخصیت و تجربه کودک‌آزاری با ارتباطات خانوادگی در بین مردم اصفهان، دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی، ۱۹ (۳)، ص ۱۲۱-۱۱۳.
- صدیق‌بنای، هلن (۱۳۸۷)، آشنایی با شبکه‌های اجتماعی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای روزانه همشهری.
- طالب‌دوست، مریم؛ امیرپور، مهناز (۱۴۰۱)، تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی و سبک زندگی دانشجویان دانشگاه فرهنگیان مشهد، مطالعات رسانه‌های نوین، ۸، ۳۲، ۱۰-۲۲.
- فرجی، طوبی (۱۳۹۷)، نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی اینستاگرام بر گرایش جوانان به مدیریت بدن، اولین همایش بین‌المللی روانشناسی، علوم تربیتی و مطالعات اجتماعی.
- فرقانی، محمدمهدی؛ مهاجری، ربابه (۱۳۹۷)، رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان، مطالعات رسانه‌های نوین، ۴ (۱۳)، ۲۵۹-۲۹۲.
- قاسمی‌پور، یداله؛ سعیدی، فریبا (۱۴۰۱)، مقایسه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، سبک‌های دل‌بستگی و خودشناسی در بین دانشجویان دختر و پسر؛ مطالعات رسانه‌های نوین، ۸ (۳۰)، ۱۸۱-۲۰۶.
- قرآن کریم
- کجباف، محمدباقر و دیگران (۱۳۹۰)، رابطه سبک زندگی اسلامی با شادکامی در رضایت از زندگی دانشجویان شهر اصفهان، روان‌شناسی و دین، سال چهارم، شماره ۴، صفحه

- ۶۱-۷۴. نیازی، محسن؛ کارکنان نصرآبادی، محمد (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین دین‌داری و سبک زندگی شهروندان (مطالعه موردی شهروندان شهرستان کاشان در سال ۱۳۹۰)، فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۱۶، صفحه ۲۱۳ - ۱۷۳.
- هاشمی، شهناز؛ توحیدی‌نژاد، سرمد؛ مرادیان، یعقوب (۱۴۰۰)، فرا تحلیل ادبیات پژوهشی شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی، مطالعات رسانه‌های نوین، ۷ (۲۷)، ۲۰۷-۲۴۰.
- لطیفی، معصومه؛ ریاحی‌نیا، نصرت؛ قائدی، یحیی؛ بابائی، محمود (۱۴۰۰)، عوامل تأثیرگذار بر هویت فرهنگی دانشجویان ایرانی عضو شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: فیس‌بوک، تلگرام و اینستاگرام)، مطالعات رسانه‌های نوین، ۷ (۲۶)، ۳۵۹-۳۹۴.
- نهج البلاغه
نوری راد، فاطمه؛ خانیکی، هادی (۱۴۰۰)، مطالعه رابطه نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک‌های هویتی نوجوانان، مطالعات رسانه‌های نوین، ۷ (۲۷)، ۳۹-۷۶.

Anderson, R. (2007), *Thematic Content Analysis (TCA): Descriptive Presentation of Qualitative Data*, Institute of Transpersonal Psychology, Retrieved from <http://www.wellknowing-consulting.org/publications/pdfs/>

Ameli, Saied Reza. (2017). "Dual Spacization of Cultures: Problematization of Cyberspace and Cultural Matters". *Journal of Cyberspace Policy Studies*, 1 (1), 1-18.

AL-Kandari, Ali, R. Melkote, Srinivas, Sharif, Ahmad (2016). Needs and Motives of Instagram Users that Predict Self-disclosure Use: A Case Study of Young Adults in Kuwait. *Journal of Creative Communications*. 11 (2): 85-101

Adler, A, (1956), *The Individual Psychology of Alfred Adler*, New York: Basic Books Inc.

Machin, D & Leeuwen, T.V, (2005), Language style and lifestyle: The Case of a Global Magazine, *Media, culture & Society*, 27 (4): 577 - 600

Wilska, T, (2002), *New Technology and Young Pe-*

opes consumer. *Indentities: A Comparative Study Between Finland and Brazil*, 15; 343 - 352

Wolman, B, (1981), *Contemporary Theories & System in Psychology*, Plenum Press.

Dickinson, Janet E (2017). Tourism communities and social ties: the role of online and offline tourist social networks in building social capital and sustainable practical, *Journal of sustainable Tourism*.

Saini, N., Sangwan, G., Verma, M., Kohli, A., Kaur, M., & Lakshmi, P. V. M. (2020). Effect of social networking sites on the quality of life of college students: a cross-sectional study from a city in North India. *Hindawi the Scientific World Journal*,

Rajeswari, S. (2017). Impact of social media on lifestyle and learning behaviour among adolescents. *Pondicherry Journal of Nursing*, 11 (2), 10-12

Dutta, A, Chandan & Ch, De, 2017, Impact of Social Media on Student Life or A Blessings: *Journal International Curse*, 7, 486-479.