

ترویج سبک زندگی ایرانی و اسلامی با استفاده از ظرفیت شبکه‌های مجازی و اجتماعی

بتول زارعی، * نیما جعفری نویمی پور **

چکیده

امروزه، شبکه‌های اجتماعی در سراسر جهان افزایش یافته و آثار گوناگونی بر زندگی کاربران خود گذارده است. رشد و محبوبیت شبکه‌های اجتماعی بر خط، دنیای جدیدی از همکاری و ارتباط ایجاد کرده است. بیش از یک میلیارد نفر در سراسر جهان برای ارتباط و همکاری و گسترش دانش به هم متصل شده و شبکه ایجاد کرده‌اند. امروزه، شبکه‌های اجتماعی به بخشی جدانشدنی از زندگی افراد و سازمان‌ها تبدیل شده‌اند؛ به طوری که زندگی واقعی افراد،

* کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان. واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی تبریز. ایران. b.zareie@chmail.ir

** دکترای مهندسی کامپیوتر، گروه مهندسی کامپیوتر، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. jafari@iaut.ac.ir (نویسنده مسئول)

تاریخ تأیید: ۱۳۹۵/۰۲/۰۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۷/۰۲



تحت تأثیر آن‌ها قرار می‌گیرد. در این مقاله با توجه به امتیازهای شبکه‌های اجتماعی، تأثیر این شبکه‌ها بر ارتقای سبک زندگی ایرانی اسلامی مطالعه شده است. سبک زندگی در مطالعات فرهنگی، به مجموعه رفتارها و مدل‌ها و الگوهای کنش‌های هر فرد گفته می‌شود. نتیجه‌های به‌دست‌آمده در این مطالعه نشان می‌دهد که با توجه به فراوانی استفاده جوانان از شبکه‌های اجتماعی، می‌توان از ظرفیت این شبکه‌ها برای ترویج سبک زندگی ایرانی اسلامی استفاده کرد. همچنین، با طراحی وبسایت‌ها و وبلاگ‌ها و ایجاد شبکه‌های فرهنگی می‌توان در راستای ترویج سبک زندگی ایرانی اسلامی گام برداشت.

واژگان کلیدی

اینترنت، سبک زندگی ایرانی اسلامی، شبکه‌های اجتماعی، فناوری اطلاعات و ارتباطات.

طرح مسئله

گسترش وسیع مطالعات فرهنگی در سه دهه اخیر، باعث شده است، سبک زندگی روزمره به‌عنوان مقوله‌ای مهم قلمداد شود (لاجوردی، ۱۳۸۴). سبک زندگی که برخی آن را «مهارت زندگی» یا «هنر زندگی» می‌نامند، راه‌ها، روش‌ها، سنت‌ها، رسم‌ها، عادت‌ها و رفتارهایی است که در ابعاد گوناگون زندگی مردم وجود دارد و با اختلاف باورها و جوامع انسانی تفاوت پیدا می‌کند (رهبر، ۱۳۹۲). نکته مهم این است که اگرچه سبک زندگی، الگوی خاص فعالیت در زندگی روزمره‌ای است که هر فرد را توصیف می‌کند، درعین حال،

هر فردی سبک زندگی خود را با وضعیت عمومی و اجتماعی تطبیق می‌دهد. به عبارتی هر فرد سبک زندگی خود را متناسب با سبک‌های زندگی سایر افراد انتخاب می‌کند (زبانی و رستگار، ۱۳۸۷).

سبک زندگی اسلامی و اصیل، موجب ارتقای فرهنگ عمومی جامعه و قرارگیری آن در مسیر هنجارها و اصول اجتماعی می‌شود. در این راستا، وجدان کاری و انضباط اجتماعی میان اعضای جامعه افزایش می‌یابد و آن‌ها با پایبندی به معیارها و قواعد سبک زندگی خود انضباط فرهنگی و اقتصادی و اجتماعی را ارتقا می‌دهند. همچنین، پایبندی به سبک زندگی بومی باعث تحقق هدف‌های جامعه می‌شود. این در حالی است که اصول و هنجارهای بیگانه با بطن و کالبد جامعه تضاد دارد و موجب غفلت از فرهنگ اصیل و ارزش‌های بومی در جامعه می‌شود (ذوالفقاری و همکاران، ۱۳۹۲).

عصر حاضر، عصر ارتباطات و اطلاعات است. عصری است که در آن، رسانه، اعم از سنتی و نوین، نقش مهمی در شکل‌دهی و جهت‌دهی به افکار عمومی دارد. اغلب، رسانه‌های جدید و شبکه‌های اجتماعی، نقش اطلاع‌رسانی و هماهنگی و پیوند مردم را برعهده دارند. در واقع، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی^۱ با فشرده‌سازی زمان و مکان، سرعت ارتباط‌ها و پیوندهای میان افراد را افزایش می‌دهند (آقایی و همکاران، ۱۳۹۱). پیام‌رسانی الکترونیک،^۲ کمترین خدمتی است که تمام خدمات‌دهندگان اینترنتی عرضه می‌کنند. ابزارهای اینترنتی، نوعی اجتماع‌های مجازی در فضای الکترونیک را

1.Social network.

2.Electronic mail.

خلق کرده‌اند که قاعده‌های ورود به این اجتماع‌ها و زندگی در آن‌ها در حال تکوین تدریجی است (محسنی، ۱۳۷۵).

باتوجه به روند روبه‌رشد استفاده از اینترنت، پیوسته قابلیت‌های جدیدی به این پدیده افزوده می‌شود و بشر کارکردی تازه از آن می‌طلبد. از همین روی، می‌توان ادعا کرد که در آینده، شبکه‌های اجتماعی برای زندگی انسان‌ها بسیار مهم‌تر نیز خواهند شد؛ زیرا پایگاه‌ها گسترش بیشتری خواهند یافت؛ به‌گونه‌ای که برنامه‌های کامپیوتری به‌منظور آسان‌سازی زندگی فیزیکی اشخاص، از طریق شبکه‌های مجازی، قابلیت حمل و حضور در مکان و آگاهی از آن را نیز خواهند داشت (علی‌مرادی، ۱۳۸۹). اساساً شبکه‌های اجتماعی مجازی، جوامع اجتماعی برخشی هستند که افراد در آن، برای برقراری ارتباط با یکدیگر و معاشرت یا تبادل اطلاعات و نظرات از عکس، پست، وبلاگ‌نویسی و دیگر ابزارها استفاده می‌کنند (کلین و همکاران، ۲۰۱۵).^۱ همچنین، شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری اعتماد و کاهش خطرپذیری در تصمیم‌گیری کاربران بسیار تأثیرگذارند. بنابراین، می‌توان از این شبکه‌ها در صنایعی مانند صنعت گردشگری و داروسازی و بازاریابی استفاده کرد.

یکی از مباحث مطرح در جامعه‌امروزی، سبک زندگی است که تاکنون پژوهشگران و نویسندگان بسیاری آن را با رویکردهای گوناگونی بررسی و تحلیل کرده‌اند. فرهنگ و تمدن ایرانی یکی از فرهنگ‌ها و تمدن‌های کهن و

1. Klein, A. H, at el.

ریشه دار جهان است و خردورزی رکن اصلی بینش و فرهنگ ایرانی است. در فرهنگ ایرانی انسان خردمند، همواره برای یادگیری و پیشرفت و دانش‌اندوزی می‌کوشد و انسانی که دارای خرد و دانش باشد، درک بهتری از آفرینش و جهان پیرامون خود خواهد داشت. برخی عناصر مدرنیته، مانند اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مهمان ناخوانده‌ای است در فرهنگ ما که گریزی از آن نیست. از این رو، شایسته است که با دیدگاه آسیب‌شناسانه به موازات نفی و زشت‌شمردن دستاوردهای منفی مدرنیته، دستاوردهای مثبت آن را بپذیریم (ابوالقاسمی و همکاران، ۱۳۹۲). همچنین، به منظور حرکت بهتر در این جهان وابسته به اطلاعات، بررسی ماهیت و نحوه فعالیت و ابزارهای شبکه‌های اجتماعی و همچنین، بررسی موضوعات فرهنگی و اجتماعی مرتبط با این شبکه‌ها و بومی‌کردن آن‌ها برای ارتقای هویت فرهنگی و تضمین سلامت جامعه ضروری است.

در راستای تحقق هدف‌های بیان شده و با توجه به وجود خلأ در استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای ترویج سبک زندگی ایرانی اسلامی، این مقاله به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی ایرانی اسلامی می‌پردازد و برای ترویج این نوع سبک زندگی با استفاده از این شبکه‌ها، پیشنهادهایی مانند طراحی وبسایت‌ها، وبلاگ‌ها، ایجاد شبکه‌های فرهنگی و ... می‌دهد. در این مقاله نخست، مفاهیم سبک زندگی و شبکه اجتماعی تعریف و سپس چگونگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای ترویج سبک زندگی ایرانی اسلامی شرح داده می‌شوند. دو بخش پایانی نیز به نتیجه‌های به دست آمده در این پژوهش و نتیجه‌گیری و بیان پیشنهاد اختصاص می‌یابد.

مفاهیم نخستین و پیش‌زمینه

در این بخش برای آشنایی بیشتر، مفاهیم سبک زندگی ایرانی‌اسلامی و شبکه اجتماعی شرح داده می‌شود.

سبک زندگی اسلامی ایرانی

مفهوم سبک زندگی از جمله مفاهیمی است که پژوهشگران حوزه جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی برای بیان پاره‌ای از واقعیت‌های فرهنگی جامعه آن را مطرح می‌کنند و به کار می‌برند و دامنه به‌کارگیری آن در ادبیات علوم اجتماعی و مطالعات فرهنگی رواج زیادی یافته است. سبک زندگی در مطالعات فرهنگی، به مجموعه رفتارها و مدل‌ها و الگوهای کنش هر فرد گفته می‌شود که به ابعاد هنجاری و رفتاری و معنایی زندگی اجتماعی او وابسته و نشان‌دهنده چگونگی باورها و کنش‌ها و واکنش‌های فرد و جامعه است. به عبارت دیگر، سبک زندگی بر ماهیت و محتوای رابطه‌ها و کنش‌های اشخاص در هر جامعه دلالت می‌کند (ذوالفقاری، ۱۳۹۲). سبک زندگی براساس الگوهای سه‌گانه در نظر گرفته می‌شود (میرزایی و امینی، ۱۳۸۵):

۱. مؤلفه‌های منزلت و لایه‌بندی اجتماعی اقتصادی؛
۲. عناصر زندگی سنتی و زندگی مدرن (برپایه ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی دوران گذشته و امروز)؛
۳. الگوی مصرف.

سبک زندگی نتیجه همه‌گزینه‌ها و ترجیح‌ها و رفتارهای فرد در خصوص کالاهای مادی و فرهنگی است. همچنین، دیداری شدن نشانه‌ها و نمادهای

منزلت در زندگی باعث می‌شود، سبک زندگی با سبک‌بخشی و زیباشناختی کردن و مصرف همراه شود و جوانان در مقام مصرف‌کننده، بیشترین تأثیر را از دگرگونی‌های فرهنگی و اجتماعی بپذیرند (شاهنوشی و تاجی، ۱۳۹۱). سبک‌های زندگی الگوهایی از کنش‌ها هستند که افراد را از یکدیگر متمایز کرده و کمک می‌کنند که چرایی و معنای آنچه مردم انجام می‌دهند، درک شود. بااینکه سبک‌های زندگی بخشی از زندگی اجتماعی روزمرهٔ نوین هستند و به فرهنگ‌ها وابسته‌اند، هریک سبک و منش و راهی برای استفاده از کالاها و مکان‌ها و زمان‌های خاص‌اند که اگرچه از مشخصه‌های یک گروه محسوب می‌شوند، تمام تجربهٔ اجتماعی آن‌ها نیستند. بنابراین، سبک‌های زندگی مجموعه‌ای از رفتارها و نگرش‌هاست که در متن و زمینه‌های خاص، درک‌شدنی‌اند (ولی‌زاده، ۱۳۹۲).

دین اسلام برای تمام عرصه‌های زندگی فرد مسلمان، حرف و نکته دارد؛ به این معنا که مسلمان می‌تواند زندگی خود را براساس اصول و آموزه‌های دینی شکل دهد و براساس نگاه و فلسفهٔ دینی، سبک زندگی خود را طراحی و انتخاب کند. منابعی که مسلمان می‌تواند به آن‌ها رجوع کنند و مناسب‌ترین راه را برای خود برگزینند، شامل آیات قرآن کریم و احادیث معصومان علیهم‌السلام و درنهایت، برداشت و تفسیر علما از آیات و روایات است. این تفسیرها تأییدی بر اعتبار مصداق آیه‌ها و روایت‌ها در زمان‌های گوناگون و با توجه به فرهنگ و رسوم و عرف جامعه است. درواقع، سبک زندگی ایرانی اسلامی را می‌توان در سه بخش رابطهٔ انسان با خود و رابطهٔ انسان با خدا و رابطهٔ انسان با مردم تعریف کرد؛ زیرا این سه حوزه دربردارندهٔ همهٔ موضوعاتی است که متن زندگی

انسان را شکل می‌دهند. همچنین، سبک زندگی ایرانی اسلامی در پی حفظ کرامت انسان در تمامی عرصه‌هاست. در ادامه به شرح مختصری از رابطه انسان با خود و خدا و مردم می‌پردازیم.

رابطه انسان با خود

امروزه رابطه انسان با خود ضمن تحلیل‌های روانی در دایره محدودی بررسی می‌شود؛ درحالی‌که نخستین بار، قرآن به این رابطه و اهمیت و ارزش آن در زندگی انسان توجه و انسان را نسبت به آن آگاه کرده است. تاکنون، بررسی‌های روان‌شناسانه قادر به گشودن پیچیدگی این رابطه نشده‌اند؛ اما قرآن این افق گسترده از روابط انسانی را گشوده است. روش قرآن در این موضوع این است که در ضمن مفاهیم متعدد، نمونه‌های این رابطه را بیان می‌کند و با لطافت از آن‌ها می‌گذرد، به نحوی که انسان به سادگی متوجه تصور و فهم جدیدی از روابط انسانی نمی‌شود. اما وقتی مجموع آیات را در نظر بگیریم و بعضی را به بعضی دیگر بیفزاییم، درمی‌یابیم که قرآن فهم و تصور جدیدی از روابط انسانی را بیان کرده است (آصفی و محمدی، ۱۳۷۶).

در ادامه چند نمونه از این آیات را که رابطه انسان با خود را بیان می‌کند، بررسی می‌کنیم.

گاهی انسان برای به دست آوردن خشنودی خداوند خودش را به خدا می‌فروشد و در عوض، خشنودی خداوند را به دست می‌آورد. خداوند می‌فرماید: «و از میان مردم کسی است که جان خود را برای طلب خشنودی خدا می‌فروشد و خدا نسبت به این بندگان مهربان است» (بقره، ۲۰۷). گاهی

نیز انسان بدون اینکه به خود ظلم کند، معتدلانه رفتار می‌کند. خداوند در این باره می‌فرماید: «برخی از آن‌ها بر خود ستمکارند و برخی از ایشان میانه‌رو» (فاطر، ۳۰). گاهی انسان خود را هلاک می‌کند (انعام، ۲۶) و گاهی خود را گمراه (آل‌عمران، ۶۹). این آیه‌ها و امثال آن‌ها، ارتباط انسان با خویش را توضیح داده و به تحلیل این رابطه پرداخته‌اند.

رابطه انسان با خدا

رابطه انسان با خدا، موضوعی بسیار قدیمی است؛ چون انسان فطرتاً رو به سوی عالم برتر دارد. انسان و خداوند در دو بُعد وجودی و معرفتی باهم رابطه دارند. در بُعد وجودی، خداوند علّة‌العلل است که با مرتبه انسان، بی‌نهایت فاصله دارد؛ ولی به دلیل تعقلی بودن وجود ممکن، خداوند ارتباطی بی‌واسطه با انسان‌ها دارد. این رابطه مستقیم است؛ یعنی انسان نیز با خدا رابطه دارد. در بُعد معرفتی نیز خداوند مستقیماً به انسان علم دارد و حتی همین علم او سبب ایجاد انسان شده است (خلیلی، ۱۳۹۰).

خداوند در آیه شریفه‌ای بر نزدیک بودن خود به انسان تصریح کرده است: ﴿نَحْنُ أَقْرَبُ إِلَيْهِ مِنْ حَبْلِ الْوَرِيدِ﴾. در این آیه خداوند خود را از رگ گردن انسان که شاه‌رگ حیاتی او و مجرای اصلی جریان خون به بدن است، به وی نزدیک‌تر می‌داند. با نگاهی به آیات قرآن می‌توان ارتباط بی‌واسطه حق با تک‌تک انسان‌ها را درک کرد (گرجیان و میرزایی، ۱۳۸۹).

شبکه‌های اجتماعی

به‌طور کلی، واژه شبکه را می‌توان به هر مجموعه یا سیستم درون‌پیوندی نسبت داد که هدف آن به اشتراک گذاشتن قابلیت‌ها یا توانایی‌هایی بین دو یا چند نظام در محدوده مکان و زمان است و در حالت مطلوب نیز، محدودیت مکانی و زمانی ندارد. در واقع، شبکه مجموعه‌ای از اشیا یا دستگاه‌هایی مانند تلفن و دورنگار و رایانه به‌هم متصل است. گونه‌ای از این شبکه‌ها که امروزه بسیار پرکاربرد شده‌اند، شبکه‌های اجتماعی هستند که در آن انسان‌ها با یکدیگر ارتباط دارند. به عبارت دیگر، شبکه‌های اجتماعی ساختاری اجتماعی‌اند که افراد و سازمان‌های انسانی میان خود ایجاد کرده‌اند تا در موضوعات و مقوله‌های تعیین شده با یکدیگر تعامل کنند (علیم‌رادی، ۱۳۸۹). شبکه اجتماعی در ساده‌ترین حالت، ساختار اجتماعی مبتنی بر شبکه است که توسط فناوری اطلاعات و ارتباطات، براساس ریزالکترونیک و شبکه‌های رایانه‌ای دیجیتال طراحی شده است و تولید و پردازش و توزیع اطلاعات را براساس دانش انباشته شده در گره‌ها برعهده دارد (کاستلز و کاردوسو، ۲۰۰۶)^۱. هدف کلی هر شبکه اجتماعی ایجاد سرمایه اجتماعی و آسان‌سازی ارتباط بین متخصصان، هنرمندان، صاحبان حرفه‌های متعدد و ... است. تبدیل سرمایه فردی به سرمایه اجتماعی از موضوعات مهم و درخور توجه تمامی حوزه‌های علمی است. از این طریق، دانش فردی به دانش جمعی تبدیل و در واقع از دانایی جمعی برای حل مسائل و مشکلات دنیای علم بهره‌برداری می‌شود.

1. Castells, M. and G. Cardoso.

امروزه، شبکه‌های اجتماعی به بخشی جدانشدنی از زندگی افراد و سازمان‌ها تبدیل شده‌اند (جلالی و همکاران، ۱۳۹۱)؛ به نحوی که زندگی واقعی افراد، تحت تأثیر آن‌ها قرار می‌گیرد (گونزالز و همکاران، ۲۰۱۵).^۱ شبکه‌های اجتماعی به عنوان مخلوق اینترنت، مرزهای جغرافیایی را درنوردیده‌اند و گستره‌ای نامحدود را دربرمی‌گیرند. در این گونه شبکه‌ها و اجتماع‌ها مشخصه و تعریف جدیدی برای مفهوم اجتماع وضع شده است. مردم در موقعیت‌های گوناگون، برای پاسخ‌گویی به نیازهای اجتماعی خود، به جای تکیه بر گروهی خاص، فعالانه به دنبال یافتن مجموعه متنوعی از افراد و منابع هستند (شاهنوشی و تاجی، ۱۳۹۱). بنابراین، در چنین شبکه‌هایی سبک زندگی نیز از بین انواع نیازهای واقعی یا غیرواقعی آموزش داده می‌شود و می‌توان سبک‌های زندگی متنوعی را در اختیار کاربران قرارداد.

شبکه‌های اجتماعی ابزار مفیدی هستند؛ اما برخی افراد روش استفاده صحیح از آن را نمی‌دانند و همین مسئله این شبکه‌ها را به ابزاری مخرب تبدیل کرده است. آثار مخربی که شبکه‌های اجتماعی بر زندگی افراد می‌گذارند عبارت‌اند از: شکل‌گیری و ترویج سریع شایعه‌ها، تبلیغ‌های ضددینی و القای شبهه‌ها، انزوا و دورماندن از محیط‌های واقعی اجتماع، افزایش احساس نیاز به توجه بیشتر، منحرف کردن توجه افراد از اهداف واقعی زندگی، افزایش خطر ابتلا به افسردگی، نابودکردن خلاقیت، تأثیرات منفی رفتاری و درنهایت، به‌خطرانداختن حریم خصوصی (سلیمانی پور، ۱۳۸۹). همچنین، استفاده نادرست از این شبکه‌ها آن‌ها را عاملی برای شکل‌گیری و گسترش فساد

1. Gonzalez, at el.

اجتماعی و اخلاقی و نیز طلاق و ناهنجاری‌های اجتماعی و اخلاقی تبدیل می‌کند. بیان این نکته ضروری است که شبکه‌های اجتماعی در کنار این آثار منفی و مخرب در پیشرفت و ترقی جوامع و سازمان‌ها و افراد فایده‌های بی‌ظنیری دارند و انتخاب بُعد مثبت یا منفی هر فناوری بر عهده خود کاربر است. اگر بتوانیم در این باره فرهنگ‌سازی و آسیب‌شناسی مناسبی کنیم و با روش‌های مناسب، آسیب‌های شناخته‌شده شبکه‌های اجتماعی را برطرف کنیم و سطح دانش و معرفت و بینش اجتماعی کاربران را افزایش دهیم، بی‌شک مردم در استفاده از این ابزار دچار انحراف نخواهند شد.

به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی در ترویج سبک زندگی ایرانی اسلامی

امروزه در جوامع مدرن، رسانه‌ها منبع مهمی برای اطلاع‌رسانی و عامل مؤثری در شکل‌دهی به افکار افراد جامعه هستند. مفهوم فرهنگ رسانه‌ای اشاره به مباحثی مثل هویت‌یابی و شیوه کنش و رفتار و سرمشق سبک زندگی دارد. همچنین، رسانه‌ها به‌عنوان یکی از عناصر جدایی‌ناپذیر بافت فرهنگی اخیر، موضوعات و مباحث مرتبط با معرفت، هویت، ذوق، سلیقه و سبک زندگی را عینیت داده‌اند (کلانتری و حسنی، ۱۳۸۸). یکی از امتیازهای ویژه‌ای که این پدیده نوظهور را آماده نقش‌آفرینی در تحول‌های فرهنگی و اجتماعی و سیاسی می‌کند، استقبال وسیع کاربران اینترنتی از شبکه‌های اجتماعی است.

به‌طوری‌که آمارهای مربوط به استفاده کاربران اینترنتی از شبکه‌های اجتماعی همچنان روبه‌رشد است. هرروزه، حدود ۸۰۰ هزار نفر به فیس‌بوک^۱ می‌پیوندند، روزانه حدود ۳ میلیون عکس بارگذاری می‌شود، حدود ۳۰ هزار

1. Facebook.

ساعت ویدئو در یوتیوب^۱ مشاهده می‌شود و آمارهای مربوط به سایر شبکه‌های اجتماعی نیز به همین صورت روبه‌افزایش است (کبریایی‌زاده، ۱۳۹۰). براساس پژوهش انجام‌شده توسط ضیایی‌پرور و عقیلی (۱۳۸۸) حدود ۷۸ درصد کاربران اینترنت در ایران عضوی یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند. همچنین، به نقل از سایت ممتاز نیوز^۲ در سال ۱۳۹۱ بیش از ۸۵ درصد کاربران ایرانی در اینترنت عضو شبکه‌های اجتماعی هستند.

با چنین آمار و ارقامی بعید نیست اگر آینده اینترنت را در سلطه شبکه‌های اجتماعی بدانیم. در عصر اینترنت، جهان جدید به شبکه نیرومندی تبدیل شده است که بافت اصلی و تاروپود آن را داده‌ها و نظام ارتباط‌های الکترونیک تشکیل می‌دهد. در درون این شبکه، به جز گروهی از نخبگان و افراد برجسته، دیگران کنترل خود را بر زندگی و محیط پیرامون خویش از دست داده‌اند یا به سرعت در حال از دست دادن هستند (عباسی و هاشمی، ۱۳۸۹). مطالعه شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، قدرت جوامع مجازی را برای در اختیار گذاشتن شکل‌های جدید جامعه‌پذیری نشان می‌دهد و همچنین، نشان می‌دهد که مشارکت برخط، فرصت‌های بی‌مانندی را برای دنبال کردن فعالانه پروژه‌های مرتبط با هویت‌هایی غیرممکن و حتی باورنکردنی می‌آفریند (بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۲). فناوری‌های اجتماعی، مانند شبکه‌های اجتماعی برخط، فرصت درخور توجهی را نیز برای بهبود رفتار افراد فراهم می‌کند (کمال و همکاران، ۲۰۱۴)^۳ و باتوجه به اینکه شبکه‌های اجتماعی در ایران به سرعت

1. YouTube.

2. www.momtaznews.com.

3. Kamal at el.

روبه افزایش‌اند و هرروزه بر تعداد کاربران آن‌ها اضافه می‌شود، این شبکه‌ها توانسته‌اند در زندگی مردم نفوذ کنند و بر سبک زندگی آنان تأثیر بسیاری گذارند (ذوالفقاری و همکاران، ۱۳۹۲).

شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از انواع رسانه‌های اجتماعی، در سال‌های اخیر در زندگی کاربران اینترنتی آن‌چنان تأثیرگذار بوده‌اند که ارتباط‌های اجتماعی نیز از این رسانه‌های جدید تأثیر پذیرفته‌اند. با کمرنگ شدن اهمیت زمان و مکان و بی‌نیازی به مکان مشترک برای برقرار ارتباط در دنیای مجازی، افراد به‌شکل بسیار آسان‌تری می‌توانند در فضای مجازی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. این شکل جدید برقراری ارتباط، موجب دگرگونی در فرهنگ و هویت جوامع شده است. همچنین، براساس تعریف‌هایی که درباره سبک زندگی وجود دارد، می‌توان آن را به دو گروه کلی تقسیم کرد: اول مجموعه تعریف‌هایی که سبک زندگی را از جنس رفتار می‌دانند و ارزش‌ها و نگرش‌ها و جهت‌گیری‌های ذهنی افراد را از دایره این مفاهیم بیرون می‌گذارند؛ دوم، مجموعه تعریف‌هایی که ارزش‌ها و نگرش‌ها را نیز بخشی از سبک زندگی می‌داند. تقسیم‌بندی یادشده به‌نوعی ماهیت میان‌رشته‌ای نیز دارد. رویکرد اول در جامعه‌شناسی غالب است؛ اما رویکرد دوم وجه روان‌شناختی دارد. تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی در بُعد جامعه‌شناسی از طریق شناسایی و ترویج متغیرهایی است که باعث پدیدآمدن سبک جدیدی از زندگی یا تغییر سبک زندگی فرد می‌شوند و در بُعد روان‌شناسی هم از طریق نظریه‌پردازی درباره شخصیت آدمی و فعالیت‌های ذهنی عاطفی است (فاضلی و شعبانی اصل، ۱۳۹۲). در ادامه این بخش، برخی

پیشنهادها درباره نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی موجود، استفاده از وبسایت‌ها و وبلاگ‌ها و نیز طراحی شبکه‌های اجتماعی فرهنگی بیان می‌شود.

استفاده از شبکه‌ها اجتماعی موجود

انقلاب ارتباطی اطلاعاتی قرن ۲۱ را باید بسیار فراتر از الکترونیکی کردن رابطه انسان‌ها دانست. فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، با فراهم آوردن امکان پیدایی جامعه شبکه‌ای، به افراد و جوامع در قالب‌های تازه، هویت‌های تازه می‌بخشند (احمدی و همکاران، ۱۳۸۸). کشورهای پیشرفته شبکه‌های اجتماعی خود را سرمایه و منبعی اجتماعی و حساس می‌دانند و می‌کوشند که امکانات آن کم‌وبیش در اختیار همگان باشد (محسنیان راد، ۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی یکی از ابزارهای بسیار مهم گسترش سبک زندگی و ارتقای تمدن هر جامعه است. این شبکه‌ها می‌توانند بر رفتار و وجدان و شخصیت افراد تأثیر بگذارند (چورلی و همکاران، ۲۰۱۵).^۱ شبکه‌های اجتماعی مجموعه‌ای از افرادند که به صورت گروهی با یکدیگر ارتباط دارند (اومالی و پاول، ۲۰۱۵)^۲ و پایگاه‌هایی هستند که امکان ارتباط بیشتر کاربران را در قالب شبکه‌ای از روابط فردی و گروهی فراهم می‌کنند. همین ارتباط گروهی زمینه‌ساز ایجاد فرصت‌ها و محدودیت‌هایی است که می‌تواند بر نگرش‌ها و رفتارهای افراد و در نهایت، بر سبک زندگی مردم و جامعه اثر بگذارد؛ بنابراین، اطلاعات درباره

1. Chorley at el.

2. O'Malley and Paul.



محدودیت‌ها و امکانات شبکه‌های اجتماعی، برای پژوهشگران شبکه و سبک زندگی لازم و حیاتی است.

با گسترش روزافزون شبکه‌های اجتماعی و سرعت بسیار زیاد دگرگونی‌ها در این شبکه‌ها، تحلیل آن‌ها و بررسی وسعت تأثیرگذاری‌شان بر سبک زندگی اجتماعی استفاده‌کنندگان این شبکه‌ها بسیار ضروری است. شبکه‌های اجتماعی نقش انتقال‌دهنده اجزای سبک زندگی و القاکننده نتایج آن را در جامعه برعهده دارند و خود نیز از سبک زندگی کاربران‌شان متأثرند (ذوالفقاری و همکاران، ۱۳۹۲). شبکه‌های اجتماعی دگرگونی‌های بنیادین در سبک زندگی و فرهنگ جوامع گوناگون ایجاد می‌کنند. این شبکه‌ها بر ادبیات افراد جامعه تأثیر می‌گذارند و پوشش آن‌ها و همچنین روابط با جنس مخالف را دگرگون می‌کنند. کاربران شبکه‌های اجتماعی از این شبکه‌ها برای بیان رویدادهای زندگی خود، خاطره‌ها، موقعیت اجتماعی و... استفاده می‌کنند و یا از طریق به‌اشتراک گذاشتن افکار و باورهایشان با دیگران به گفت‌وگو می‌پردازند و به این ترتیب، احساسات خود را به گونه‌ای تخلیه می‌کنند.

انسان موجودی است ذاتاً اجتماعی که بقای وی در گرو زندگی با دیگر انسان‌هاست. از این منظر، افراد در درون شبکه‌هایی از روابط اجتماعی زندگی می‌کنند که وجود این شبکه‌ها برای بقا و ادغام انسان با دنیای بیرون ضروری است. حمایت از اعضای این شبکه‌ها نیز یکی از کارکردهای مهم شبکه‌های اجتماعی است. حمایت از طریق فرایند تعاملی اتفاق می‌افتد و می‌تواند با احساس نوع‌دوستی و احساس وظیفه و ادراک متقابل ارتباط داشته باشد و بر رضایت یا نارضایتی وی از زندگی تأثیر گذار (سفیری و قرآنی دامداباجا،

۱۳۹۱). این شبکه‌ها با تأثیرگذاری بر روح و روان افراد، دگرگونی‌هایی را در رفتار آن‌ها ایجاد می‌کنند که به مرور زمان موجب دگرگونی در نحوه زندگی آن‌ها نیز خواهد شد. بنابراین، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند در راستای ترویج سبک زندگی ایرانی اسلامی نیز به‌عنوان منبعی برای دریافت حمایت‌های اجتماعی، بر کیفیت زندگی افراد تأثیر مثبت بگذارند (زائری لطف و امانیان، ۱۳۹۱).

استفاده از وبسایت و وبلاگ

فراوانی و تنوع و امکان دستیابی به داده‌ها بارزترین ویژگی جهان امروزی است (فرقانی، ۱۳۸۱). بشر امروز، جامعه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات را تجربه می‌کند. امروزه، با بهره‌گیری از نظام‌های نوین اطلاع‌رسانی، امکان خارق‌العاده‌ای برای ارتباط میان ذهن‌ها و اندیشه‌های متفاوت و مبادله وسیع و سریع و جهانی اطلاعات فراهم شده است. شبکه جهانی وب به‌عنوان رسانه‌ای کارآمد، ابزار تبادل اطلاعات اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و... است. وبسایت‌های هر کشور، دروازه‌های اطلاعاتی آن کشور و بیانگر میزان حضور اطلاعاتی آن کشور در شبکه جهانی است. وبسایت‌ها از لحاظ نوع و ماهیت وجودی شان یکسان نیستند (خالقی و داورپناه، ۱۳۸۴).

وبسایت‌های شبکه اجتماعی حجم درخور توجهی از داده‌های شخصی کاربران را در اختیار دارند و امکان سوءاستفاده شرکت‌های تجاری و دولت‌ها از این اطلاعات، همواره از دغدغه‌های اصلی مطرح شده درباره این شبکه‌هاست. همچنین، این شبکه‌ها عرصه ارتباطات سیاسی را نیز متحول

کرده‌اند. فعالیت‌های کاربران در حوزه سیاسی در شبکه‌های اجتماعی بر وقایع سیاسی در دنیای واقعی مؤثر بوده است. در حوزه ارتباطات بین‌الملل نیز شبکه‌های اجتماعی درخور توجه هستند و برخی کشورهای شرقی، مانند چین و روسیه که دغدغه حفظ فرهنگ ملی برایشان اهمیت دارد، با تقویت شبکه‌های اجتماعی بومی تلاش کرده‌اند کاربرانشان را از شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی که در مالکیت شرکت‌های امریکایی هستند، دور کنند.

استفاده از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی برای ترویج فرهنگ ایرانی اسلامی از جمله کارکردهای مفید این گونه شبکه‌هاست. امروزه، وبلاگ‌نویسی ابزاری مناسب برای یادگیری است و کاربرد گسترده‌ای یافته و به دلیل امکان انعکاس نظرات افراد و حمایت اجتماعی از آنان علاقه‌مندان زیادی دارد (چوء و همکاران، ۲۰۱۲).^۱ وبلاگ‌ها، مجله‌های برخطی هستند که موضوعات گوناگون را به کاربران عرضه می‌کنند و به آن‌ها اجازه می‌دهند که منعکس‌کننده نظرات خود باشند و موضوعات گوناگون را بحث و بررسی کنند. به عبارتی وبلاگ‌ها فرصت شرکت افراد در بحث‌های عمومی را به اشتراک می‌گذارند (رحیمی پور، ۲۰۱۴).

باتوجه به حجم زیاد کاربران اینترنتی می‌توان از این طریق، به ترویج سبک زندگی ایرانی اسلامی پرداخت و در این زمینه اطلاع‌رسانی مفید و مطلوبی انجام داد. از جمله کارهایی که در این باره می‌توان کرد، عبارت است از: طراحی وبسایت‌های دولتی که هدفشان تحت تأثیر قراردادن عقاید عمومی است،

1.Chu, at el.

طراحی وبسایت‌های آموزشی که در واقع، زیرمجموعه‌ای از وبسایت‌های اطلاعاتی هستند و به اشاعه و بیان مطالب علمی و آموزشی می‌پردازند، وبلاگ‌های خاص منظوره، وبلاگ‌هایی برای آموزش کودکان و... همچنین، با رعایت اصولی در طراحی وبسایت‌ها می‌توان تأثیر آن‌ها بر سبک زندگی را افزایش داد. کاربردپذیری، یکی از این اصول است و به معنی سادگی و آسانی استفاده از محصول یا سیستم و سازگاری با خواسته‌های کاربران است. کارایی، اثربخشی، رضایت‌مندی، قابلیت یادگیری و قابلیت یادآوری پنج ویژگی کاربردپذیری است.

باتوجه به این ویژگی‌ها می‌توان وبسایت‌ها و وبلاگ‌هایی با محوریت موضوعات دینی و قرآنی و تأکیدکننده بر فرهنگ خانواده طراحی کرد و در آن‌ها سبک زندگی دینی و اسلامی متناسب با فرهنگ ایرانی را ترویج داد و ارتقا بخشید. علاوه بر این، طراحی و برگزاری مسابقه‌ها در این شبکه‌ها با محوریت موضوعات قرآنی و دینی، نه تنها می‌تواند موجب ایجاد رقابت سالم میان جوانان و ایجاد علاقه در آنان نسبت به این موضوعات شود، بلکه سبب گسترش و ترویج این گونه موضوعات در دنیای مجازی نیز خواهد شد.

طراحی شبکه‌های اجتماعی فرهنگی

هم‌اکنون انقلاب اخلاقی و اجتماعی نوینی در حال رخ دادن است؛ از این رو، باید نسبت به گسترش رایانه به عنوان کارگزار اخلاقی بالقوه اقداماتی انجام دهیم. سیستم‌های رایانه‌ای با دگرگون ساختن جنبه‌های گوناگون جوانان، مانند نحوه تفکر، تعامل با دیگران، ارتباط برقرار کردن و استفاده از جسم و ذهن، زندگی

آنان را نیز تغییر می‌دهند. از این رو، برای ساختن جسم و ذهن و محیط جدید به فلسفه و اصول رفتاری خاصی نیازمندیم (ایزدی و قاسمی، ۱۳۹۰). امروزه، جوامع باید بتوانند در روند شکل‌گیری افکار عمومی از شبکه‌های اجتماعی به بهترین شکل استفاده کنند (کاستلز، ۲۰۰۷).

شبکه‌های اجتماعی، محرک‌های قوی برای تبدلات فرهنگی هستند. در واقع، با وجود اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، بسیاری از محصولات فرهنگی که ماده اولیه آن‌ها داده‌ها هستند؛ مثل کتاب، مقاله، موسیقی و فیلم، بدون مانع مبادله می‌شوند. این به هم آمیختگی فرهنگی، به ویژه میان ایرانیان داخل و خارج کشور مفید و کنترل‌پذیر است (ضیایی پرور و عقیلی، ۱۳۸۸). همچنین، با توجه به جایگاه منحصر به فرد محصولات و فراورده‌ها فرهنگی و نقش حیاتی این محصولات در زندگی بشر و گسترده‌گی روابط انسانی، اهمیت نقش سازمان‌های فرهنگی و ایجاد شبکه‌های فرهنگی، بیش از پیش احساس می‌شود. همچنان‌که در پژوهش موحدی (۱۳۹۳) مشخص شد، ساخت برنامه‌هایی درباره آشناسازی نسل جوان با سبک زندگی اهل بیت علیهم‌السلام و نشان دادن برتری فرهنگ اسلامی بر فرهنگ غرب و سایر کشورها و ترویج سبک زندگی اهل بیت علیهم‌السلام، مهم‌ترین وظیفه سازمان‌های فرهنگی است و ایجاد این گونه شبکه‌ها در ترویج سبک زندگی اهل بیت علیهم‌السلام مهم و مؤثر است (موحدی، ۱۳۹۳).

شبکه‌های اجتماعی با ارتباطات قدرتمند خود، به طور فزاینده‌ای توجه مردم سراسر جهان را به خود جلب کرده‌اند؛ به طوری که میلیون‌ها نفر از کاربران، بسیاری از این سایت‌ها را به زندگی روزانه خود وارد کرده‌اند (شریف و همکاران، ۲۰۱۳). در ایران نیز کاربران در سال‌های اخیر، به شبکه‌های

اجتماعی بسیار توجه کرده‌اند که عمدتاً به دلیل در دسترس بودن مجموعه‌های بزرگ داده‌ای و امکان ارتباط با افراد فراوان در این محیط‌هاست. کنترل رفتار جمعی و اثرگذاری هرچه بیشتر بر رفتار، یکی از هدف‌های مطلوب در بسیاری از برنامه‌های شبکه‌های اجتماعی است (عسکری و جلیلی، ۲۰۱۵).

باتوجه به استقبال بسیار زیاد کاربران و جوانان ایرانی از شبکه‌های اجتماعی، می‌توان از این شبکه‌ها برای روشنگری و برطرف ساختن ابهام‌های احتمالی استفاده کرد. از پایگاه‌های اجتماعی که با رویکردی مثبت برای این منظور ایجاد شده است، می‌توان شبکه اجتماعی حامیان ولایت^۱ را نام برد. این پایگاه اجتماعی، باهدف دفاع از رهبری نظام و خنثی‌سازی هجمه تبلیغاتی ضد ولایت فقیه شکل گرفته است. اعضای شبکه اجتماعی حامیان ولایت در این پایگاه مطالب، تصاویر، فیلم و صوت‌های خود را به اشتراک می‌گذارند. پیشنهاد می‌شود، برای ترویج سبک زندگی ایرانی اسلامی، شبکه‌های اجتماعی فرهنگی مناسبی طراحی ترویج شود.

نتیجه‌های به دست آمده

سبک زندگی مجموعه‌ای از رفتارهای مشاهده‌شده‌ی در افراد است. منظور از سبک زندگی ایرانی اسلامی فقط روش زندگی نیست؛ بلکه سبک زندگی شامل مفاهیمی، چون رفتارهای ذهنی و نادیدنی و مهم‌تر از آن ارتباط فرد با خدا و سایر موجودات هستی است. در عصر ارتباطات و اطلاعات و با ظهور اینترنت

1. <http://www.haamiyan.ir>

و شبکه‌های اجتماعی، در زندگی انسان‌ها دگرگونی‌های گسترده‌ای ایجاد شده است. شبکه‌های اجتماعی در یک سطح با انتقال باورها و سلسله‌مراتب ارزشی و نیز انتقال روحیه‌ها و ملکات روحی در سطح ناخودآگاه جمعی نقش ایفا می‌کنند و در سطوح دیگر، با تغییر مبانی فکری منجر به دگرگونی احساسات جمعی و به تبع آن باعث تغییر رفتارهای جمعی می‌شوند. به عبارتی، شبکه‌های اجتماعی گسترش‌دهندهٔ سبک زندگی هستند. بنابراین شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان به‌وجودآورندهٔ سیستم اجتماعی و سیستم روابط پیچیدهٔ بین افراد که بازتولید اجتماعی و فرهنگی و اجتماعی کردن افراد را در درون خود دارد، منبع تولیدکنندهٔ سرمایهٔ اجتماعی است و سبک زندگی افراد جامعه را تغییر می‌دهد.

شبکهٔ اجتماعی نوعی از روابط اجتماعی است که فرد را مستقیماً به گروهی و از طریق آن‌ها، به‌طور غیرمستقیم، به تعداد بیشتری از مردم متصل می‌کند. شبکه‌های اجتماعی در کنار ماهیت بالقوهٔ خود، ماهیتی بالفعل نیز دارند. ماهیت بالفعل آن‌ها شامل انجام گفت‌وگو، تقسیم اطلاعات، تبادل اخبار و... است. از این رو، این شبکه‌ها جایگاه مهمی در ترویج سبک زندگی دارند؛ زیرا افراد از طریق برقراری روابط اجتماعی با یکدیگر در این‌گونه محیط‌ها از هم تأثیر پذیرفته و برهم تأثیر می‌گذارند. شبکه‌های فرهنگی در ترویج سبک زندگی ایرانی‌اسلامی جایگاه مهمی دارند که دلیل آن را می‌توان در حساسیت اجتماعی به فعالیت‌ها و کالاهای فرهنگی، حساسیت عمومی، پیچیدگی و دشواری کار فرهنگی، اهمیت زندگی اجتماعی و ارتباط فراوان با جامعه جست‌وجو کرد.

به‌طورکلی اینترنت و شبکه‌های اجتماعی فضایی چندبُعدی هستند که همزمان بر سبک زندگی افراد آثار مثبت یا منفی برجای می‌گذارند. با توجه به پژوهش‌ها و بررسی‌های انجام‌گرفته در این حوزه، می‌توان چنین استدلال کرد که آثار این ابزارها و امکانات، ناشی از نحوه استفاده از آن‌هاست. همچنین، نحوه هدایت و کنترل کاربران نیز باعث بروز آثار منفی یا مثبت در آنان می‌شود. بنابراین، آنچه در فضای مجازی مفیدتر و کارآمدتر است، آموزش و هوشیارسازی کاربران است. بسترسازی فرهنگی و ارتقای ضریب آموزش فرهنگی فضای استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی را در راستای ارتقای سطح علمی و اخلاقی کاربران و همچنین، بهبودبخشیدن به فرهنگ و سبک زندگی ایرانی‌اسلامی آماده می‌کند.

در فرهنگ ما خانواده و مهم‌تر از آن، سبک زندگی ایرانی‌اسلامی اهمیت و ارزش بسیاری دارد. با توجه به این اصل و همچنین، گسترش روزافزون استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، به‌خصوص در میان جوانان، باید با تبیین استراتژی فرهنگی، به‌گونه‌ای عمل کرد که تهدیدها به فرصت‌ها تبدیل شوند. همچنین، باید با ایجاد فضایی هوشمندانه از نابودشدن فرهنگ و سبک زندگی ایرانی‌اسلامی جلوگیری کرد. در فرایند تولید فرهنگ و ارتقای ارزش‌ها و ترویج سبک زندگی ایرانی‌اسلامی نیز باید با ابزارهای جدیدی مانند ایجاد شبکه‌های خاص چندمنظوره، وبلاگ‌ها، وبسایت‌ها، بازی‌های رایانه‌ای و بازی‌های برخط به بیشترین کارایی در این زمینه دست یافت.

نتیجه

سبک زندگی اسلامی، برگرفته از باورها و ارزش‌های اسلامی است که دارای اصولی، همچون حیا، عفت، حجاب، رازداری، حریم خصوصی، اعتماد و نیز رعایت اخلاق فردی و اجتماعی است. انقلاب اطلاعات و گسترش روزافزون فناوری‌های ارتباطی، مانند شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی تأثیرات بسیاری بر شئون اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی در جوامع جدید گذاشته است. شبکه‌های اجتماعی مجازی، زندگی دوم انسان‌ها در مکانی دیگر و با فعالیتی دیگر است که با ایجاد یا تغییر مبانی فکری، هستی‌شناسی، انسان‌شناسی، معرفت‌شناسی و ارزش‌شناسی زندگی افراد را تغییر می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از گونه‌های رسانه‌های اجتماعی، امکانات ارتباطی درخور توجهی برای کاربران اینترنتی فراهم کرده و در افزایش مشارکت شهروندان در برخی فرایندها مؤثر بوده‌اند.

شبکه‌های اجتماعی با آسیب‌های گسترده‌ای در حوزه‌هایی، مانند حریم خصوصی، کپی‌رایت، اعتیاد مجازی، سوءاستفاده از کودکان، دزدی اطلاعات و هویت نیز مواجه بوده‌اند. حفاظت از حریم خصوصی مبحث مهمی است که همواره درباره شبکه‌های اجتماعی مطرح بوده است. کاربران اینترنتی در این شبکه‌ها بخشی از اطلاعات شخصی خود را در اینترنت منتشر می‌کنند که خطراتی برای آن‌ها به‌همراه دارد. همچنین، این شبکه‌ها باورهای مطلوب تمدنی و سلسله‌مراتب ارزشی را ایجاد می‌کنند. این شبکه‌ها ناخودآگاه جمعی را تحت تأثیر قرار می‌دهند، در توده‌های اجتماعی تولید احساس می‌کنند و بر تصمیم‌گیری‌های فردی آنان اثر می‌گذارند. درنهایت، شبکه‌های اجتماعی در

توده‌های اجتماعی رفتار مدنظر را ایجاد می‌کنند و باعث تغییر سبک زندگی افراد می‌شوند. با توجه به اینکه عامل بنیادین در شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی، ارتباط‌های انسانی است، هنگامی که فرد با فرد دیگری ارتباط برقرار می‌کند، هویت خود را به عنوان عضوی از جامعه می‌یابد. در واقع، هویت در بستر ارتباط‌های اجتماعی تعریف می‌شود و این ارتباط‌های اجتماعی از طریق شبکه‌های اجتماعی روزبه‌روز در حال افزایش است.

با توجه به آنچه در این پژوهش بیان شد، ایجاد شبکه‌های اجتماعی متناسب با قوانین اسلامی، یکی از راهکارهای گسترش سبک زندگی ایرانی اسلامی در میان جوانان است. از این رو، در آینده می‌توان با ایجاد شبکه‌های اجتماعی منطبق با فرهنگ اسلامی و ملی، ارتباط‌های اجتماعی را بهبود بخشید، نیازهای ذهنی جوانان را برآورد، اندیشه‌های اسلامی را ترویج و از عضویت جوانان در شبکه‌های اجتماعی غربی جلوگیری کرد. همان‌قدر که عضویت در شبکه‌های اجتماعی متأثر از فرهنگ غرب می‌تواند تأثیرات ویرانگری بر روح جوانان ایرانی بگذارد، عضویت در شبکه‌های بومی و دارای گرایش ارزشی نیز می‌تواند باعث بالندگی جوانان این مرزوبوم شود. همچنین، با فعالیت‌های هدایت‌شده و مستمر در شبکه‌های اجتماعی موجود و با محور قرار دادن دوست‌یابی‌های سالم، دانش‌افزایی، کاربایی، سرگرمی‌های مفید و رشد دینی می‌توان از ظرفیت وسیع این شبکه‌ها در آموزش و فرهنگ‌سازی و ترویج فرهنگ ایرانی اسلامی استفاده کرد.

منابع

۱. ابوالقاسمی، محمود و دیگران، ۱۳۹۲، «تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده از منظر هویت دینی و ملی»، فصلنامه مطالعات ملی، پاییز ۱۳۹۲، ش ۵، ص ۳ تا ۲۴.
۲. احمدی، پروین و دیگران، ۱۳۸۸، «بررسی آثار فن‌آوری ارتباطی جدید (اینترنت بازی‌های رایانه‌ای و ماهواره) بر تربیت اجتماعی با تأکید بر سازگاری»، فصلنامه علمی و پژوهشی اندیشه‌های نوین تربیتی، پاییز ۱۳۸۸، ش ۲۰، ص ۹ تا ۳۶.
۳. آصفی، محمد مهدی و حسن محمدی، ۱۳۷۶، «رابطه انسان و خود»، فصلنامه علمی و پژوهشی روش‌شناسی علوم/نسانی، زمستان ۱۳۷۶، ش ۱۳، ص ۲۰ تا ۲۶.
۴. آقایی، داوود و دیگران، ۱۳۹۱، «واکاوی نقش اینترنت و رسانه‌های اجتماعی جدید در تحولات منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا»، فصلنامه علمی و پژوهشی روابط خارجی، تابستان ۱۳۹۱، ش ۴، ص ۷ تا ۳۴.
۱۵. ایزدی، مهشید و کبری قاسمی، ۱۳۹۰، «تأثیر استفاده از شبکه‌های اطلاعات جهانی بر هویت دینی ملی دانش‌آموزان»، کتاب ماه علوم/اجتماعی، اردیبهشت ۱۳۹۰، ش ۳۸، ص ۱۱۴ تا ۱۲۱.
۱۶. بشیر، حسن و محمدصادق افراسیابی، ۱۳۹۲، «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان»، ره‌آورد نور، تابستان ۱۳۹۲، ش ۱۲، ص ۴۳ تا ۱۵.
۱۷. جلالی، علی‌اکبر و دیگران، ۱۳۹۱، «جایگاه و نقش شبکه‌های اجتماعی تخصصی در توسعه و ارتقای کسب‌وکار کشور»، تدبیر، مهر ۱۳۹۱، ش ۲۴۵.

۱۸. خالقی، نرگس و محمدرضا داور پناه، ۱۳۸۴، «بررسی وضعیت وبسایت‌های ایرانی براساس معیارهای عمومی ارزیابی»، فصلنامه مطالعات تربیتی و روانشناسی، بهار ۱۳۸۴، ش ۱۸، ص ۱۲۱ تا ۱۴۴.
۱۹. خلیلی، مقدسه، ۱۳۹۰، «رابطه انسان و خدا در حکمت متعالیه»، فصلنامه آیین حکمت، س ۳، تابستان و پاییز ۱۳۹۰، ش ۸ و ۹.
۲۰. ذوالفقاری، عاطفه و دیگران، ۱۳۹۲، «مقایسه کارکرد شبکه‌های اجتماعی در سبک زندگی در دو تمدن اسلامی ایرانی و غربی»، ره‌آورد نور، پاییز ۱۳۹۲، س ۱۲، ش ۴۴، ص ۱۴ تا ۲۱.
۲۱. رهبر، محمدتقی، ۱۳۹۲، «سبک زندگی اسلامی و ایرانی»، ماهنامه پاسدار اسلام، شهریور و مهر ۱۳۹۲، س ۳۲، ش ۳۸۱ تا ۳۸۲.
۲۲. زائری لطف، حسن و ابوالفضل امانیان، ۱۳۹۱، «بررسی تأثیر شبکه‌های حمایت اجتماعی بر کیفیت زندگی»، فصلنامه مددکاران اجتماعی متخصص، پاییز ۱۳۹۱، ش ۱، ص ۱۱۱ تا ۱۳۴.
۲۳. زبانی، رسول و یاسر رستگار، ۱۳۸۷، «جوان، سبک زندگی و فرهنگ مصرفی»، ماهنامه مهندسی فرهنگی، آذر و دی ۱۳۸۷، ش ۲۳ و ۲۴، ص ۴۴ تا ۵۳.
۲۴. سفیری، خدیجه و لیلیا قرآنی دامداجا، ۱۳۹۱، «حمایت شبکه‌های اجتماعی و رضایت از زندگی خانوادگی زنان متأهل شهر اردبیل»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، بهار ۱۳۹۱، س ۸، ش ۲۶.
۲۵. سلیمانی پور، روح‌الله، ۱۳۸۹، «شبکه‌های اجتماعی؛ فرصت‌ها و تهدیدها»، فصلنامه ره‌آورد نور، تابستان ۱۳۸۹، ش ۳۱، ص ۱۴ تا ۱۹.

۲۶. شاهنوشی، مجتبی و محمدرضا تاجی، «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان در شهرستان شهرکرد»، فصلنامه علمی و پژوهشی مطالعات ملی، پاییز ۱۳۹۱، ش ۵۱، ص ۹۱ تا ۱۱۲.
۲۷. ضیایی پرور، حمید و سیدوحید عقلی، ۱۳۸۸، «بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان کاربران ایرانی»، فصلنامه رسانه، زمستان ۱۳۸۸، ش ۸۰، ص ۴ تا ۲۳.
۲۸. عباسی، مهدی و تورج هاشمی، ۱۳۸۹، «نقش رسانه‌های اینترنت در ناهنجاری‌های اجتماعی در فضای سایبری در میدان جنگ نرم»، ماهنامه مهندسی فرهنگی، بهمن و اسفند ۱۳۸۹، س ۵، ش ۴۹ و ۵۰، ص ۵۵ تا ۶۳.
۲۹. علیمرادی، مصطفی، ۱۳۸۹، «سیرتطور شبکه‌های اجتماعی؛ نگاهی به آغاز و انجام شبکه‌های اجتماعی»، ره‌آورد نور، تابستان ۱۳۸۹، ش ۳۱، ص ۶ تا ۱۳.
۳۰. فاضلی، محمد و فاطمه شعبانی اصل، ۱۳۹۲، «ضرورت گسترش انواع سبک زندگی در رسانه ملی»، فصلنامه مطالعات سبک زندگی، بهار ۱۳۹۲، ش ۳، ص ۱۴۵ تا ۱۵۴.
۳۱. فرقانی، محمدمهدی، ۱۳۸۱، «شبکه‌های ارتباطی نوین و رسانه‌های همگانی تقابل یا تعامل»، فصلنامه رسانه، زمستان ۱۳۸۱، ش ۵۲، ص ۴۸ تا ۵۷.
۳۲. کبریایی زاده، حسین، ۱۳۹۰، نقش شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری تحولات سیاسی و فرهنگی با تمرکز بر امواج بیداری اسلامی در خاورمیانه»، فصلنامه روابط فرهنگی، مهر ۱۳۹۰، ش ۱، ص ۳۰ تا ۳۷.

۳۳. کلانتری، عبدالحسین و حسین حسینی، ۱۳۸۸، «سبک زندگی سازی برنامه‌های رادیویی؛ پاسخ‌گویی به نیازهای روزمره مخاطبان در عصر مدرن»، فصلنامه علمی ترویجی رسانه، زمستان ۱۳۸۸، ش ۸۰، ص ۸۱ تا ۹۶.
۳۴. گرجیان، محمدمهدی و زهرا محمدعلی میرزایی، ۱۳۸۹، «رابطه انسان با حق تعالی، براساس مبانی هستی‌شناختی عرفانی»، فصلنامه فلسفه و کلام اسلامی آینه معرفت، بهار ۱۳۸۹، ش ۲۲، ص ۷۵ تا ۹۸.
۳۵. لاجوردی، هاله، ۱۳۸۴، «نظریه‌های زندگی روزمره»، فصلنامه علمی و پژوهشی مطالعات جامعه‌شناختی، زمستان ۱۳۸۴، ش ۲۶، ص ۱۲۳ تا ۱۴۰.
۳۶. محسنی، منوچهر، ۱۳۷۵، «شبکه اطلاعاتی اینترنت؛ ویژگی‌ها و تأثیرات اجتماعی فرهنگی»، فصلنامه علمی و ترویجی رسانه، بهار ۱۳۷۵، ش ۲۵، ص ۲۲ تا ۳۷.
۳۷. محسنیان راد، مهدی، ۱۳۹۱، «سه نسل شبکه اجتماعی، حضور همزمان در کشورهای غیرپیشرفته: مورد ایران»، فصلنامه علمی و پژوهشی علوم/اجتماعی (دانشگاه علامه طباطبایی)، تابستان ۱۳۹۱، ش ۵۷، ص ۳۷ تا ۷۴.
۳۸. موحدی، محسن، ۱۳۹۳، «وظایف سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی در ترویج سبک زندگی اسلامی»، فصلنامه سبک زندگی دینی، پاییز ۱۳۹۳، س ۱، ش ۱، ص ۱۲۷ تا ۱۵۴.
۳۹. میرزایی، حسین و سعیده امینی، ۱۳۸۵، «تحلیل محتوای پیام‌های بازرگانی تلویزیونی با تأکید بر طبقه اجتماعی و سبک زندگی»، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، پاییز ۱۳۸۵، ش ۶، ص ۱۳۵ تا ۱۵۴.

۴۰. ولی‌زاده، محمدجواد، ۱۳۹۲، «ضرورت ارائه تعریفی بومی اسلامی ایرانی از سبک زندگی»، ماهنامه مهندسی فرهنگی، بهار ۱۳۹۲، س ۸، ش ۷۵، ص ۳۰ تا ۵۵.

41. AskariSichani, Omid and Jalili, Mahdi (2015). *Influence maximization of informed agents in social networks*. Applied Mathematics and Computation 254: 229-239.
42. Castells, Manuel. (2007). *Communication, power and counter-power in the network society*. International journal of communication 1(1): 29.
43. Castells, Manuel and Cardoso, Gustavo (2006). *The network society: From knowledge to policy*, Center for Transatlantic Relations, Paul H. Nitze School of Advanced International Studies, Johns Hopkins University.
44. Chorley, Martin. Whitaker, Roger and Allen, Stuart (2015). *Personality and location-based social networks*. Computers in Human Behavior 46: 45-56.
45. Chu, Samuel. Chan, Carol and Tiwari, Agnes (2012). *Using blogs to support learning during internship*. Computers & Education 58(3): 989-1000.
46. Gonzalez, Reyes. Llopis, Juan and Gasco, Jose (2015). *Social networks in cultural industries*. Journal of Business Research 68(4): 823-828.

47. Kamal, Noreen. Fels, Sidney and Fergusson, Michael (2014). *Online social networks for health behaviour change: Designing to increase socialization*. Computers in Human Behavior 41: 444-453
48. Klein, Andreas .Ahlf, Henning and Sharma, Varinder (2015). *Social activity and structural centrality in online social networks*. Telematics and Informatics 32(2): 321-332.
49. O'Malley, A James and Paul, Sudeshna (2015). *Using retrospective sampling to estimate models of relationship status in large longitudinal social networks*. Computational Statistics & Data Analysis 82: 35-46.
50. Rahimpour, Sepideh (2014). *Blogs: A Resource of Online Interactions to Develop Stance-taking*. Procedia-Social and Behavioral Sciences 98: 1502-1507.
51. Sharif Hassanzad, Shabnam. Mahmazi, Shabnam. Jafari Navimipour, Nima and Aghdam, Behzad Farid (2013). "A review on search and discovery mechanisms in social networks". Journal of IJIEEB 5(6): 64-72.