

Transactional Research Literature on Social Networks and Lifestyle

Shahnaz Hashemi 

Associate Professor, Faculty of Communication Sciences and Media Studies, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran

Sarmad Tohidinejad *

Ph.D. Student in Social Communication Sciences, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran

Yaghoub Moradian 

Master of Social Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Abstract

The purpose of this study was to measure the impact of virtual social networks on lifestyle and analyze the components that explain and influence lifestyle and virtual social networks. In the beginning, 13 papers were selected from the selected papers that showed the purpose and approach of the research. The criteria used in this meta-analysis are the reviewed theoretical approaches, the theoretical frameworks, research methods, methodological paradigms, the investigated networks, data analysis methods, statistical tests, theorizing, population, sample size, age range. The sample members were sampling method, reliability, analytical level, and researchers. The results of the meta-analysis showed that despite the strengths, the research has been influenced by theoretical and methodological weaknesses that could explain the differences and contradictions in the results of these studies. Dispersion and inconsistency in lifestyle indexation, different perceptions of the concept of virtual social networks, technological retardation toward theoretical frameworks, lack of attention to tool reliability, generalization of results despite the use of non-probabilistic sampling methods, impact assessment subjective social networks, and lack of testing hypotheses by distinguishing indicators are the weak points that can be observed in research.


Keywords: Lifestyle, Virtual Social Networking, Meta-Analysis.

* Corresponding Author: s.tohidinejad@gmail.com


How to Cite: Hashemi, S., Tohidinejad, S., Moradian, Y. (2021). Transactional Research Literature on Social Networks and Lifestyle, *Journal of New Media Studies*, 7(27), 207-240.

فرا تحلیل ادبیات پژوهشی شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی


دانشیار دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز، تهران، ایران

شهناز هاشمی 

دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز، تهران، ایران.

سرمد توحیدی نژاد 

کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

یعقوب مرادیان 

چکیده

این پژوهش باهدف فرا تحلیل تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی انجام شده است و مؤلفه‌های تبیین کننده و تأثیر گذار بر سبک زندگی و شبکه‌های اجتماعی مجازی را تحلیل می کند در ابتدا از میان مقالات انتخاب شده ۱۳ مقاله که با اهداف و رویکرد تحقیق نمایان بود مشخص گردید. معیارهای مورد بررسی در این فرا تحلیل، رویکردهای نظری مرور شده، چهارچوب‌های نظری مورداستفاده، روش‌های تحقیق، پارادایم‌های روش‌شناختی، شبکه‌های مورد بررسی، روش‌های تحلیل داده‌ها و آزمون‌های آماری، نظریه پردازی، جمعیت آماری، حجم نمونه، دامنه سنی اعضای نمونه، روش نمونه گیری، پایایی، سطح تحلیل و پژوهشگران بوده است. نتایج به دست آمده از فرا تحلیل نشان داد که پژوهش‌های انجام شده به رغم داشتن نقاط قوت، متأثر از نقاط ضعف نظری و روش‌شناختی هستند که می‌تواند توضیحی بر تفاوت‌ها و تناقض‌های موجود در نتایج به دست آمده از این پژوهش‌ها باشد. پراکندگی و عدم انسجام در شاخص سبک زندگی، تلقی متفاوت از مفهوم شبکه‌های اجتماعی مجازی، پس افتادگی روش‌شناسی نسبت به چهارچوب‌های نظری، کم توجهی به اعتبار ابزار، تعمیم نتایج به رغم استفاده از روش‌های نمونه‌گیری غیر احتمالی، ارزیابی تأثیر شبکه‌های اجتماعی به روش ذهنی و عدم آزمون فرضیه‌ها به تفکیک شاخص‌ها، از جمله نقاط ضعف قابل مشاهده در پژوهش‌های انجام شده هستند.

کلیدواژه‌ها: سبک زندگی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، فرا تحلیل.

* نویسنده مسئول: s.tohidinejad@gmail.com

مقدمه

امروزه شبکه‌های اجتماعی جایگاه بسیار مهمی در بین افراد و جوامع پیدا کرده‌اند. هر رسانه‌ای بنا به اقتضات خاص خودش می‌تواند تأثیراتی بر افراد به‌جای بگذارد. برخی از پژوهشگران، شبکه‌های اجتماعی را عاملی مهم در تحولات و تغییرات اجتماعی عصر کنونی می‌دانند که کاربران با حضور در این شبکه‌ها صورتی جدید از تعاملات اجتماعی را به وجود می‌آورند. قدرت شبکه‌های اجتماعی را در شرایط کنونی دنیای امروز می‌توان به یک «انفجار ارتباطی» تشبیه کرد؛ که باعث شده ارتباط وسیعی را میان افراد و شهروندان ایجاد کند که در دنیای واقعی، با این وسعت امکان‌پذیر نبود (افراسیابی، ۱۳: ۱۳۹۱). تأثیر شبکه‌های اجتماعی، باعث شکل‌گیری مفاهیمی همچون صمیمیت و اعتماد در فضای سایبر شده است. از طرفی برخی از اطلاعات ارائه‌شده توسط کاربران می‌تواند منجر به کاهش پابندی به مباحث اخلاقی باشد؛ که این امور نیز بر دوام و استحکام روابط جوانان می‌تواند اثرگذار باشد (افراسیابی، ۱۳۹۳: ۴۳). عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی باعث ایجاد سبک جدیدی از زندگی نیز شده است. این گونه ارتباطات، فعالیت‌هایی هستند که معمولاً در زندگی روزمره به آن‌ها مبادرت می‌ورزیم، اما امروزه، به نظر می‌رسد با رشد کاربران اینترنت، سبک جدیدی از زندگی به نام سبک زندگی مجازی در بین جوانان در حال شکل گرفتن باشد. این شیوه زندگی که درآمیخته با شبکه‌های اجتماعی مجازی است، می‌تواند سبک جدیدی از زندگی را شکل دهد که همه فعالیت‌های روزمره را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از سوی دیگر جذابیت شبکه‌های اجتماعی اینترنتی از یک سو و سهولت فعالیت در این دسته از جوامع از سوی دیگر سبب می‌شود تا رابطه میان عضویت و حضور در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تغییرات مربوط به سبک زندگی به‌عنوان یک سؤال جدی برای پژوهشگران عرصه فرهنگ و ارتباطات مطرح شود.

مفهوم سبک زندگی که امروزه به یکی از مفاهیم بنیادین در تحلیل‌های اجتماعی تبدیل شده است (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶ به نقل از ربانی و شیری، ۱۳۸۷: ۸۹). از حوزه‌ای جدید و مهم مطالعاتی محسوب می‌شود که در سال‌های اخیر توجه قابل‌ملاحظه‌ای از

محققان اجتماعی را به خود جلب کرده است. بنابراین همان‌طور که گفته شد رشد کاربران اینترنت و شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، پیدایش سبک جدیدی از زندگی به نام یک زندگی جوامع مجازی را در پی داشته است. این شیوه زندگی که در آمیخته با شبکه‌های اجتماعی مجازی است، سبک جدیدی از زندگی است که همه فعالیت‌های روزمره را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ اما لازم است تا جزئیات ارتباط میان عضویت و حضور در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و مقوله‌های مختلف سبک زندگی مورد بررسی قرار گیرد تا بتوانیم درک درستی از محدوده روابط میان شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی به دست آوریم. به دلیل گستردگی حوزه تسلط شبکه‌های اجتماعی مجازی در جوامع امروزی و نیز برخورداری این پدیده از ویژگی سیال بودن و حرکت پویا مدارانه، لازم است همگام با رشد و تکامل تکنولوژیکی و محتوای شبکه‌های اجتماعی مجازی، در ابعاد مختلف، کارکرد آن‌ها، به‌ویژه نقش آن‌ها در تحولات اجتماعی، در عصر جهانی‌شدن مطالعات بیشتری صورت بگیرد. (رحمان زاده، ۱۳۸۹ به نقل از عدلی پور، ۱۳۹۳: ۱۲۹).

با این توصیف، این مقاله می‌کوشد ضمن مروری نظری بر مفهوم سبک زندگی و شبکه‌های اجتماعی، به مطالعه‌ای فراتر از آنچه تا به حال در این حوزه انجام شده است بپردازد. هدف اساسی این مقاله، بررسی این نکته است که شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی، بر اساس معیارهای فراتحلیل، چه نقاط قوت و ضعفی دارند و همچنین چگونگی انتخاب مقاله‌های مورد تحلیل و اینکه بر اساس کدام مقوله‌های ما دست به فراتحلیل زده‌ایم به صورت مبسوط در ادامه توضیح داده خواهد شد.

مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

نظریه‌های شبکه اجتماعی

چارچوب سازی^۱

چارچوب‌ها، ساختارهای شناختی اساسی و بنیادینی هستند که نحوه ارائه و ادراک واقعیت را تعیین و به فرد کمک می‌کنند تا بتوانند دنیای اطراف خود را تفسیر کند. بدین لحاظ،

چارچوب‌ها را می‌توان طرح‌واره‌های شناختی دانست که بر نحوه ادراک و فهم ما از واقعیت تأثیر می‌گذارد (مهدزاده، ۱۳۸۹: ۸۱).

درواقع چارچوب‌سازی در ارتباطات به معنای انتخاب برخی جنبه‌های یک واقعیت درج‌شده و برجسته کردن آن‌ها در یک متن است (زابلی‌زاده و افخمی، ۱۳۹۲: ۱۲۱).

در حوزه ارتباطات، مفهوم چارچوب را نخستین بار گیتلین^۱ (۱۹۷۷ و ۱۹۸۰) و تاجمن^۲ (۱۹۷۸) برای بررسی چگونگی بسته‌بندی و ارائه کارآمد اخبار رسانه‌ای از جانب روزنامه‌نگاران به کار بردند. آن‌ها چهارچوب رسانه‌ای خاصی را در خصوص چگونگی ارسال و انتشار اطلاعات خبری به مخاطبان و چگونگی تفسیر این گزارش‌های خبری از سوی کاربران مورد بررسی قرار دادند. مینسکی، چارچوب را ساختاری می‌داند که حاوی قسمت‌های مختلف اطلاعاتی است. این ساختارهای ذهنی و یا استدلالی، ارتباط تنگاتنگی با توصیف طرح کلی دارند. وی می‌افزاید رسانه‌ها سهم عمده‌ای در ساخت و شکل‌گیری این طرح‌های کلی و الگوها دارند (Roy Roger and Atollt, 2007: 71). افراد با کمک الگوها و طرح‌های کلی موجود، چارچوب‌های شناختی خود را شکل می‌دهند. این چارچوب‌های شناختی، وابسته به طرز فکر و روش ویژه کسی نیستند بلکه از طریق گفت‌وگو به وجود می‌آیند (زابلی‌زاده و افخمی، ۱۳۹۲: ۱۲۱).

مک کامبیز و شاو، چارچوب‌بندی را به‌عنوان سطح دوم برجسته‌سازی مطرح کرده‌اند (Lee, 2006: 355). متعاقب آن، شیوغل نیز این دیدگاه را مطرح کرده است که چگونگی اندیشیدن مردم درباره یک موضوع، تحت تأثیر میزان دسترسی به چارچوب‌هاست. چارچوب‌های که بیشتر قابل دسترس باشند، چارچوب‌هایی هستند که ساده‌تر می‌توان آن‌ها را به خاطر آورد (Sheivel, 1999, 115) در مجموع می‌توان گفت که با توجه به مدل ساختاری تأثیرات رسانه‌ای، مخاطبان متکی بر «نسخه‌ای از واقعیت هستند که از دل تجربه شخصی‌شان، تعامل با همفکران و گزینش تفسیری از وسایل ارتباط جمعی به‌دست آمده است» (Newman et al, 1992: 120).

1. T.Gitlin

2. G.Tuchman

نظریه دریافت^۱

پیدایش نظریه دریافت در مطالعات ارتباطی را به مقاله رمزگذاری و رمزگشایی در گفتمان تلویزیونی اثر استیوارت‌هال نسبت می‌دهند. آنچه در مطالعات رسانه‌ای به‌عنوان پژوهش دریافت شناخته شد از همان ابتدا با مطالعات فرهنگی و مطالعات مرکز بیرمنگام همراه بود. (Casey, 2002: 171).

نظریه دریافت و مطالعات ارتباطی از لحاظ تاریخی از نظریه آلمانی دریافت که در اواخر دهه ۱۹۶۰ سبب توسعه نقد ادبی شد، تأثیر پذیرفته است. در تحلیل دریافت، پیش‌فرض بنیادین این است که متون رسانه‌ای دارای معنایی ثابت یا ذاتی نیستند در عوض در لحظه دریافت متون از طرف مخاطب است که این متون معنا می‌یابند؛ یعنی هنگامی که مخاطب متن را قرائت، تماشا، استماع و... می‌کند. به بیان دیگر، مخاطب را مولد معنا می‌شمرند و نه صرفاً مصرف‌کننده محض محتویات رسانه‌ای. مخاطب، متون رسانه‌ای را به شیوه‌هایی که شرایط اجتماعی و فرهنگی‌اش و با چند و چون تجربه ذهنی او از آن شرایط مربوط است رمزگشایی یا تفسیر می‌کند. (کوبلی، ۱۳۹۱: ۲۷۰)

پژوهشگران قائل به نظریه دریافت، از این منظر، بررسی شیوه‌های مختلفی را آغاز کرده‌اند که طبق آن شیوه‌ها گروه‌های مختلف مخاطبان، متن رسانه‌ای واحدی را موضوع تفسیر قرار می‌دهند. علاقه این پژوهشگران معطوف به شیوه‌هایی نیست که مردم به‌صورت انفرادی برای متن معنا خلق می‌کنند بلکه به معناهای اجتماعی علاقه‌مندند. مقصود از معنای اجتماعی، معنایی است که به لحاظ فرهنگی بین مردم مشترک است. برخی از پژوهشگران متعلق به این سنت برای ارجاع به گروه‌های مختلفی که هر یک از متنی واحد، تفسیرهای مشترک خود را دارند، از تعبیر «جماعت‌های تفسیرگر» استفاده می‌کنند. به‌طور کلی هدف پژوهشگران قائل به نظریه دریافت، کشف این نکته است که آدمیان در موقعیت‌های اجتماعی و تاریخی خود، به چه ترتیب انواع متون رسانه‌ای را درک می‌کنند به‌نحوی که برایشان معنی‌دار، متناسب و سهل‌الوصول باشد (مهدیزاده، ۱۳۸۹: ۲۱۷).

نظریه جامعه‌ی شبکه‌ای

شبکه مجموعه‌ای از نقاط اتصال یا گره‌های به هم پیوسته است. نقطه‌ی اتصال یا گره نقطه‌ای است که در آن یک منحنی خود را قطع می‌کند. این که نقطه‌ی اتصال چه چیزی است مشخصاً به نوع شبکه‌های مورد نظر بستگی دارد. شبکه‌ی جریان مالی جهانی از نقاط اتصال بازارهای بورس و مراکز خدمات جانبی پیشرفته‌ی آن‌ها تشکیل شده است و توپولوژیی که شبکه‌ها تعریف می‌کنند این نکته را مشخص می‌سازد که اگر دو نقطه‌ی اتصال به یک شبکه تعلق داشته باشند در آن صورت اتصال فاصله (یا شدت و فراوانی تعامل) بین آن دو نقطه (یا جایگاه اجتماعی) کوتاه‌تر (یا فراوان‌تر، یا شدیدتر) از زمانی است که این دو نقطه به یک شبکه تعلق نداشته باشند. از سوی دیگر، در درون یک شبکه‌ی خاص فاصله‌ای میان جریان‌ها وجود ندارد و یا فاصله بین نقاط اتصال یکسان است؛ بنابراین، فاصله‌ی (فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی) یک نقطه یا جایگاه از صفر (برای هر یک از گره‌های شبکه) تا بی‌نهایت (برای هر نقطه‌ی خارج از شبکه) متغیر است. حضور در شبکه یا حذف از آن و معماری روابط بین شبکه‌ها که توسط تکنولوژی‌های اطلاعات که با سرعت نور عمل می‌کنند انجام می‌گیرد، پیکربندی فرآیندها و کارکردهای مسلط جوامع ما را تعیین می‌کنند. (کاستلز، ۱۳۹۳: ۵۴۴).

شبکه‌ها ساختارهای باز هستند که می‌توانند بدون هیچ محدودیتی گسترش یابند و نقاط شاخص جدیدی را در درون خود پذیرا شوند تا زمانی که این نقاط توانایی ارتباط در شبکه را داشته باشند یعنی مادام که از کدهای ارتباطی مشترک استفاده کنند. یک ساختار اجتماعی مبتنی بر شبکه، سیستم باز و پویایی است که بدون این که توازن آن با تهدیدی روبرو شود، توانایی نوآوری دارد. شبکه‌ها ابزار مناسبی برای فعالیت‌های مختلف هستند: برای اقتصاد سرمایه‌داری، برای کار، کارگران، و شرکت‌ها، برای حکومت‌ها و برای سازمان‌های اجتماعی. از آنجا که شبکه‌ها چندگانه‌اند، کدها و کلیدهایی که بین شبکه‌ها عمل می‌کنند به منابع اصلی شکل‌دهی، هدایت و گمراه ساختن جوامع تبدیل می‌شوند. هم‌گرایی تکامل اجتماعی و تکنولوژی‌های اطلاعات، در سرتاسر ساختار اجتماعی

شالوده‌ی مادی جدیدی برای فعالیت‌ها ایجاد کرده‌اند. این شالوده‌ی مادی که در درون شبکه‌ها جای دارد، فرآیندهای اجتماعی مسلط را مشخص می‌کند و بدین ترتیب، ساختار اجتماعی را شکل می‌دهد (کاستلز، ۱۳۹۳: ۵۴۴ - ۵۴۵).

نظریه‌های سبک زندگی و مصرف

تورستین وبلن^۱

شهرت وبلن به ارائه مفهوم "مصرف تظاهرآمیز" او در کتاب نظریه طبقه مرفه بازمی‌گردد. او در این کتاب با زبانی گزنده به نقد سبک زندگی طبقه مرفه جامعه آمریکا می‌پردازد. او معتقد است که صرف داشتن ثروت برای متمایز ساختن خود از دیگران کافی نیست بلکه نمایش آن است که این تمایز را ایجاد می‌کند. به عبارتی طبقات بالا برای اینکه وجه تمایز و تفکیک خود را نسبت به گروه‌های دیگر نشان دهند، ثروت و دارایی خود را از طریق مصرف زیاد که جنبه نمایشی داشته باشد بر گروه‌های دیگر آشکار می‌سازند تا به این طریق خود را بالاتر از گروه‌های دیگر جامعه نشان دهند و فاصله خود را با دیگر گروه‌های جامعه برای عموم آشکار سازند (وبلن، ۱۳۸۳: ۱۲۲).

مصرف آشکار و تظاهرآمیز را می‌توان استفاده اسراف‌کارانه و بی‌رویه کالا و خدمات تعریف کرد که با هدف مشخص جلوه دادن یا احراز موقعیت به صورت عضوی از یک طبقه اجتماعی خاص، خصوصاً از طبقات بالاتر و باز هم مشخص‌تر از یک طبقه تن‌پرور صورت می‌گیرد. مصرف آشکار مستلزم تمایزهای ناعادلانه طبقاتی است؛ الگویی از رفتار مصرفی که توسط گروه بالایی یعنی طبقه تن‌پرور بنا نهاده شده است و هر یک از طبقات پایین‌تر اجتماعی بنا به شیوه خود با آن رقابت می‌کنند (امیدی، ۱۳۹۰: ۷۸).

وبلن عنوان می‌کند که مصرف کالا بدون تلاش تولیدی، رفتاری افتخارآمیز است و بیش از هر چیز نشانه‌ای از توانمندی و شرط لازم بزرگواری است. در هر جامعه‌ای که از صنعت سازمان‌یافته پیشرفته‌ای برخوردار است توانایی مالی در نهایت مهم‌ترین زمینه‌ای است که پایه‌های شهرت و اعتبار بر آن استوار است و وسیله‌ای که می‌توان با آن توانایی

1. Thorstein Veblen

مالی را به نمایش گذاشت و شهرت و احترام به دست آورد، تن آسایی و مصرف تظاهری کالاهاست (وبلن، ۱۳۸۳:۱۲۲).

در نظر وبلن، این طبقه برتر است که معین می‌کند جامعه کدام شیوه زندگی را به‌عنوان سبک آراستگی و افتخارآمیزی خواهد پذیرفت و نیز وظیفه آن است که با ارائه راه و روال مطلوب، سبک اجتماعی زندگی خوب را در عالی‌ترین و آرمانی‌ترین شکل آن رواج دهد (وبلن، ۱۳۸۳:۱۳۹).

بورديو

در اینجا صرفاً به بحث بورديو درباره مصرف و سبک زندگی می‌پردازیم. در واقع اثر مهم بورديو (تمایز) نوعی جامعه‌شناسی سلیقه و سبک زندگی است که بر نقش زمینه‌های اجتماعی در شکل‌گیری ذائقه‌های زیبایی‌شناختی تأکید می‌کند و با برداشت‌های ذات‌گرایانه و فردگرایانه یا آنچه در فلسفه تحلیل می‌شود به‌شدت مخالف است.

بورديو بحث مربوط به مصرف کالاها را از تأثیر مصرف در افراد به این موضوع معطوف کرده است که چگونه مصرف به ابزاری برای نشان دادن تمایزهای اجتماعی تبدیل شده است (شویره و فونتن، ۱۳۸۵:۷۱). او استدلال می‌کند که فرهنگ زندگی کردن (سبک زندگی و امثال آن) حوزه مهمی از مبارزه طبقات و گروه‌های اجتماعی است. به اعتقاد بورديو مصرف فرهنگ، خواه آگاهانه و تعمداً و خواه ناخواسته و ناآگاهانه، این کارکرد اجتماعی را دارد که تفاوت‌های اجتماعی را مشروعیت می‌بخشد. بنابراین مصرف را باید همچون دسته‌ای از اعمال اجتماعی و فرهنگی به‌عنوان راهی برای ایجاد تمایزات بین گروه‌های اجتماعی دانست نه صرفاً به‌مثابه راهی برای بیان تفاوت‌هایی که در نتیجه رشته‌های خودمختار از عوامل اقتصادی، قبلاً به وجود آمده‌اند (باکاک، ۱۳۸۱:۹۷).

از نظر بورديو مصرف را نباید به‌عنوان ارضای یک دسته از نیازهای از نظر زیستی ریشه‌دار تحلیل کرد بلکه در این مسیر، بورديو را می‌توان به‌عنوان کسی دید که کوشیده است در جامعه‌شناسی، رهیافت‌های تثبیت‌شده مصرف را از طریق انگاره‌های گروه‌های

اجتماعی منزلتی، با رهیافتی به نمادها و نشانه‌ها و از آن مهم‌تر به فرهنگ ترکیب کند (باکاک، ۱۳۸۱:۹۷).

درواقع سبک زندگی در اندیشه بوردیو مبنایی طبقاتی دارد. به عبارتی موقعیت طبقاتی افراد، عادتواره‌ها و اشتغالات فرهنگی متمایزی را شکل می‌دهد و در نتیجه سبک‌های زندگی مختلفی را به وجود می‌آورد. از نظر بوردیو نوع مصرف فیزیکی (غذا، تزئین و وسایل مصرفی) و سمبلیک افراد، تعیین‌کننده سبک زندگی آنهاست که خود، هویت افراد را نشان می‌دهد. البته برحسب استفاده از نشانه و سبک‌ها، ترکیبی نامحدود از سبک‌های زندگی را می‌توان تصور کرد که بیانگر فردیت و حق انتخاب آزاد افراد، به‌ویژه در جامعه پسامدرن است (ذکایی، ۱۳۹۶:۱۰۳).

به‌طور خلاصه تحلیل بوردیو این است که گروه‌های خاص، به‌ویژه طبقات اجتماعی - اقتصادی، از میان انواع کالاهای مصرفی، روش‌های ارائه خوراک و غذا خوردن، مبلمان و تزئینات داخلی منزل را به کار می‌گیرند تا سبک زندگی مجزای خود را مشخص کنند و خود را از دیگران متمایز سازند. (جنکینز، ۱۳۸۵: ۲۲-۱۲۱)

گیدنز

گیدنز در کتاب "تجدد و تشخیص" مفهوم سبک زندگی را یکی از جالب‌توجه‌ترین نمونه‌های "پروژه تأملی خود" می‌داند و آن را در درون مفهوم وسیع‌تر مدرنیته و انتخابی شدن زندگی طرح می‌کند.

به‌زعم گیدنز سنت و آداب و رسوم جاافتاده، برحسب تعریف، زندگی را در محدوده کانال‌هایی تقریباً از پیش تعریف‌شده به جریان می‌اندازند؛ اما تجدد فرد را در روی تنوع غامضی از انتخاب‌های ممکن قرار می‌دهد و به دلیل آنکه دارای کیفیتی غیر شالوده‌ای^۱ است، چندان کمکی به فرد ارائه نمی‌دهد. این امر پیامدهای گوناگون دارد. یکی از این پیامدها مربوط می‌شود به اهمیت یافتن سبک زندگی و اجتناب‌ناپذیر بودن آن

برای فرد عامل (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۱۹). در دوره پسا سنتی^۱ و مخصوصاً در مدرنیته متأخر، باینکه گزینه‌های زندگی نامحدود نیستند ولی از آنجا که دیگر نقش‌های اجتماعی توسط جامعه بر افراد تحمیل نمی‌شود و یا کمتر تحمیل می‌شود، انسان‌ها باید سبک زندگی خود را انتخاب کنند. شاید ادعا شود که صرفاً پاره‌ای طبقات مرفه شهری بین شیوه‌های مختلف زندگی حق انتخاب دارند اما گیدنز معتقد است در جامعه مدرن، همه باید سبک زندگی خود را انتخاب کنند هرچند امکان انتخاب برای بعضی گروه‌ها بیشتر است (گیدنز، ۱۳۸۴: ۳۰). در جهان متجدد کنونی همه ما نه تنها از شیوه‌های زندگی معینی پیروی می‌کنیم بلکه به تعبیر دیگر، ناچار به این پیروی هستیم. در حقیقت انتخاب دیگری به جز گزینش نداریم (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۲).

از دیدگاه گیدنز افراد ناگزیر از معرفی خود از طریق انتخاب‌های سبک زندگی می‌باشند. آن‌ها باید به زندگی کارشناسان و مباحثات آن‌ها پیرامون سبک زندگی برای حمایت و پشتیبانی توجه نمایند. افراد گزینه‌هایی را اتخاذ می‌کنند و خود را از طریق این گزینه‌ها در بازار محقق می‌سازند. لیکن ترکیب این گزینه‌ها یا مباحث مکمل به معنای محدود نمودن دامنه عظیم گزینه‌ها، هدایت زندگی به سمت غایت گویا و مهار مخاطرات محض و تردیدناپذیری زندگی مدرن نمی‌باشد (Wilska, 2002:117).

روش پژوهش

این مقاله به روش فراتحلیل^۲ انجام می‌شود. فراتحلیل در پاسخ به یک بحران روش‌شناختی که در دهه ۸۰ میلادی به اوج رسیده بود به وجود آمد و توسعه یافت، درعین حال بستر لازم برای اجرای آن نیز وجود داشت، این بستر چیزی نبود جز انباشت پژوهش‌ها با نتایج متناقض (مهری، ۱۳۹۰). این روش در زمره مهم‌ترین و روزآمدترین رویکردها و روش‌های علمی است که به شکل متمایزی از روش سنتی، امکان تلخیص، ادغام، ترکیب (سنتز) و تفسیر داده‌ها، شواهد و نتایج پژوهش‌های کمی و کیفی و حتی بسط و گسترش

1. Post Traditional

2. Meta-analysis

نظریه‌ها و مدل مفهومی را در بسیاری از حوزه‌های مطالعاتی از جمله علوم اجتماعی و رفتاری فراهم می‌کند. فراتحلیل مقید به رویکرد، روش، مسیر و یا فن آماری و ترکیبی خاصی نیست. از رویکرد پراگماتیستی یا عمل‌گرایانه بسیار انعطاف‌پذیر استفاده کرده و همیشه در پی انجام ترکیب‌ها، تفاسیر و قضاوت‌های عینی و کارآمد در عمل است (قاضی طباطبایی و ودادهیر، ۱۳۸۹: ۳۹) فراتحلیل به پژوهشگران این امکان را می‌دهد که در مقایسه با یک مطالعه و یا مداخله واحد یا منفرد به شناختی بیشتر از پدیده‌های موردنظر برسند. معیار اساسی برای انتخاب مقالات این پژوهش برگزیدن مقالاتی است که به سبک زندگی و شبکه‌های مجازی در ایران پرداخته‌اند.

این مقاله می‌کوشد ضمن مروری نظری بر مفهوم سبک زندگی و شبکه‌های اجتماعی، به مطالعه‌ای فراتر از آنچه تا به حال در این حوزه انجام شده است بپردازد. هدف اساسی این مقاله، بررسی این نکته است شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی، بر اساس معیارهای فراتحلیل، چه نقاط قوت و ضعفی دارند.

فراتحلیل مقالات منتخب در سه مرحله انجام شد: ابتدا پایگاه علمی جهاد دانشگاهی، سایت سیویلیکا مورد بررسی قرار گرفت و با استفاده از کلیدواژه‌های ترکیبی سبک زندگی، اینترنت، تلگرام، فیس‌بوک، شبکه‌های اجتماعی مجازی، فناوری اطلاعات و اینترنت مورد جستجو قرار گرفت و از ۲۰ مقاله به دست آمده بودند، ۱۳ مقاله بر اساس ربط موضوعی و بدون محدودیت زمانی جهت فراتحلیل انتخاب شدند.

در مرحله دوم، با مراجعه به تحقیقات قبلی و استفاده از تجارب پژوهشی، فهرستی از معیارهای فراتحلیل استخراج و تنظیم شد.

معیارهای مورد بررسی در این فراتحلیل، رویکردهای نظری مرور شده، چهارچوب‌های نظری مورداستفاده، روش‌های تحقیق، پارادایم‌های روش‌شناختی، شبکه‌های مورد بررسی، روش‌های تحلیل داده‌ها و آزمون‌های آماری، نظریه‌پردازی، جمعیت آماری، حجم نمونه، دامنه سنی اعضای نمونه، روش نمونه‌گیری، پایایی، سطح تحلیل و پژوهشگران بوده است.

سبک زندگی و شبکه‌های اجتماعی

ردیف	موضوع	نام نویسنده	چارچوب نظری	روش
۱	بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک بر سبک زندگی جوانان)	شیدا شکاری نمین، ابراهیم حاجیانی	زیمل، وبلن	پیمایش
۲	بررسی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی جوانان (مورد مطالعه جوانان شهر خلخال)	سروش فتحی و همکاران	چارچوب تلفیقی (گیدنز، اینگلهارت، بوردیو)	پیمایش
۳	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان	مهناز امیرپور	استفاده و خشنودی کاتز بلامر و گوروپچ و ساخت بابی گیدنز	کتابخانه‌ای
۴	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی در شهرستان شهرکرد	مجتبی شاهنوشی و محمدرضا تاجی	بوردیو	پیمایشی
۵	تأثیر فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی بر سبک زندگی مطالعه موردی افراد مهاجر و بومی طایفه دهدار فارس	علی اصغر مقدس و همکاران	آنتونی گیدنز و دیوید چینی	پیمایشی
۶	شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان (مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان)	حسن بشیر، محمد صادق افراسیابی	کاستلز	پیمایش
۷	مقایسه‌ی جنسیتی رابطه‌ی رسانه‌ها، هویت و سبک زندگی در بین جوانان شیراز	شعله بحرانی و همکاران	نظریه کاشت گربنر استفاده و خشنودی کاتز بلامر گوروپچ	پیمایشی

ردیف	موضوع	نام نویسنده	چارچوب نظری	روش	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی
۸	تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر سبک زندگی روستایی و عشایری شهر گیلان غرب	سیاه‌پوش، ارجمند، حیدری.	هانس؛ آشنایدرمن و اسمیت	پیمایشی	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی
۹	بررسی رابطه مصرف رسانه و سبک زندگی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان	سید جواد امام‌جمعه زاده و همکاران	کاشت گرینر	پیمایشی	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی
۱۰	بررسی تأثیر مصرف رسانه بر سبک زندگی جوانان شهر خرم‌آباد	غلامرضا تاج‌بخش و همکاران	کاشت گرینر	پیمایشی	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی
۱۱	شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی جوانان: فراتحلیل پژوهش‌های پیشین	محمدحسین حسینی و محمدسعید ذکایی	گیدنز و بوردیو	کیفی	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی
۱۲	رابطه مصرف رسانه‌ای با هویت اجتماعی و سبک زندگی نوین در بین جوانان شهر تبریز	صمد عدلی پور، سلیمانی و مفاخری	کاستلز	پیمایشی	تأثیر محدود شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی
۱۳	فراتحلیلی بر نقش شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه از نظر دبیران شهر مرند در سال ۱۳۹۶	شهرام رنج‌دوست		پیمایشی	عدم تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی
۱۴	تأثیر اعتیاد به اینترنت بر سبک زندگی دانشجویان ساکن خوابگاه علوم پزشکی تهران	ماهری و همکاران	نظریه استفاده و خشنودی، ساخت یابی گیدنز	پیمایشی	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی
۱۵	سبک زندگی و الگوی مصرف مورد مطالعه: تلفن همراه	محمد مهدی رحمتی	بوردیو	پیمایشی	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی
۱۶	تحلیل نقش رسانه‌های اجتماعی در گرایش به سبک زندگی نوین در بین جوانان ایرانی	رسول زاده و همکاران	کاشت گرینر و استفاده و خشنودی کاتز بلامر و رویچ	پیمایشی	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی

ردیف	موضوع	نام نویسنده	چارچوب نظری	روش	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی
۱۷	نقش رسانه‌های اجتماعی در سبک زندگی اعضای کتابخانه‌های عمومی	مهدی مختارپور و سروش فتحی	گیدنز	پیمایشی	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی
۱۸	بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی	نوردین رضوی زاده	بورديو، مک لوهان	پیمایشی	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی
۱۹	نقش شبکه‌های اجتماعی در مدگرایی دختران و پسران شهر شوشتر	کریمی	استفاده و خشنودی، مک لوهان	پیمایشی	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی
۲۱	استفاده از رسانه‌ها، سبک زندگی و کیفیت زندگی جوانان شیراز	بیژن خواجه‌نوری، مریم سروش	گیدنز بورديو	پیمایشی	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی
۲۰	بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی زنان شهر همدان	احمدیان	گیدنز، بورديو	پیمایشی	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی

سبک زندگی و شبکه‌های اجتماعی

ردیف	نام مقاله	دامنه سنی	شبکه‌های مورد تحلیل	روش تحلیل داده‌ها	جمعیت آماری	حجم نمونه	روش نمونه‌گیری
۱	بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک بر سبک زندگی جوانان)	۱۸-۲۵	فیس‌بوک	one) sample t-test	دانشجویان	۲۹۴	تصادفی
۲	بررسی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی جوانان (مورد مطالعه جوانان شهر خلخال)	۱۵-۲۹	کلی (شبکه اجتماعی)	پیرسون، T مستقل	زنان و مردان ساکن خلخال	۲۴۱	خوشه‌ای طبقه‌ای با حجم نامتناسب
۳	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان	همه سن‌ها	شبکه مجازی	کتابخانه‌ای	جوانان	کتابخانه	کتابخانه‌ای

ردیف	نام مقاله	دامنه سنی	شبکه‌های مورد تحلیل	روش تحلیل داده‌ها	جمعیت آماری	حجم نمونه	روش نمونه‌گیری
۴	سنجش تأثیر استفاده از تلفن همراه هوشمند بر سبک زندگی کاربران ایرانی	۱۸-۳۵	تلفن همراه هوشمند	آزمون آنوا، پیرسون	مرد و زنان	۲۱۹	در دسترس و هدفمند
۵	تأثیر فن‌آوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی نوین بر سبک زندگی: مطالعه موردی افراد مهاجر و بومی طایفه‌ی دهدار فارس	۱۵ سال به بالا	اینترنت	آزمون F و رگرسیون	افراد طایفه دهدار	۴۰۴	سرشماری
۶	شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان (مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان)	کاربران اینترنت	اعضای کلوب	جداول تحلیل آماری	جوانان	۳۸۰	غیر احتمالی
۷	نقش شبکه‌های اجتماعی (تلگرام) در شکل‌گیری سبک زندگی دانشجویان مورد مطالعه: (دانشجویان گروه علوم انسانی دانشگاه پیام نور مرکز شهرضا)	۱۸ سال به بالا	تلگرام	آزمون تی ست پیرسون و گرسون	دانشجویان	۲۲۰	نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی
۸	بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و توییتر بر گرایش اعضا به این شبکه‌ها	۱۶-۴۵	فیس‌بوک و توییتر	آمار توصیفی	زنان و مردان	۳۶۰	غیر احتمالی
۹	بررسی رابطه مصرف	۱۸-۴۶	کلیه	ضریب	دانشجویان	۱۳۸	خوشه‌ای

ردیف	نام مقاله	دامنه سنی	شبکه‌های مورد تحلیل	روش تحلیل داده‌ها	جمعیت آماری	حجم نمونه	روش نمونه‌گیری
	رسانه و سبک زندگی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان		رسانه‌ها	همبستگی و رگرسیون چند متغیره			
۱۰	بررسی تأثیر مصرف رسانه بر سبک زندگی جوانان شهر خرم‌آباد	۱۸-۴۹	کلیه رسانه‌ها	پیرسون، رگرسیون چند متغیره، آزمون t تک نمونه‌ای و	دانشجویان	۳۶۲	نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای چند مرحله
۱۱	بررسی تأثیرات شبکه‌های مجازی بر سبک زندگی و هویت دینی جوانان		شبکه مجازی	تحلیلی	جوانان	کیفی	تحقیقات پیشین
۱۲	بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی نوجوانان و جوانان شهر تهران	۱۰-۳۵	شبکه‌های مجازی	آزمون‌های t، تحلیل واریانس	نوجوانان و جوانان	۱۰۰۴	تصادفی
۱۳	فراتحلیلی بر نقش شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه از نظر دبیران شهر مرند در سال ۱۳۹۶	۲۵-۴۵	شبکه‌های مجازی	آزمون T تک نمونه	دبیران زن دوره دوم متوسطه	۲۸۷	تصادفی طبقه‌ای نسبی
۱۴	بررسی وضعیت موجود شبکه‌های اجتماعی و نقش آن بر سبک زندگی نوجوانان و جوانان شهر اراک در سال ۱۳۹۴	۱۲-۳۲	شبکه‌های مجازی	آزمون تی ست پیرسون و گرسون	نوجوانان و جوانان	۲۵۰	تصادفی
۱۵	سبک زندگی و الگوی		تلفن همراه	ضریب	جوانان	۳۲۰	تصادفی

ردیف	نام مقاله	دامنه سنی	شبکه‌های مورد تحلیل	روش تحلیل داده‌ها	جمعیت آماری	حجم نمونه	روش نمونه‌گیری
	مصرف مورد مطالعه: تلفن همراه			همبستگی			
۱۶	تحلیل نقش رسانه‌های اجتماعی در گرایش به سبک زندگی نوین در بین جوانان ایرانی	۱۰-۳۵	کلیه رسانه‌ها	ضرب همبستگی و رگرسیون چند متغیره	جوانان	۳۲۵	نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای چند مرحله
۱۷	نقش رسانه‌های اجتماعی در سبک زندگی اعضای کتابخانه‌های عمومی	۱۵-۳۰	کلیه رسانه‌ها	پیرسون، رگرسیون	دختران و پسران	۱۳۵	تصادفی طبقه‌ای نسبی
۱۸	بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی		کلیه رسانه‌ها	کیفی	زنان و مردان	-	کیفی
۲۰	نقش شبکه‌های اجتماعی در مدگرایی دختران و پسران شهر شوشتر	۱۰-۳۰	فضای مجازی	آزمون F و رگرسیون	دختران و پسران	۳۴۰	تصادفی طبقه‌ای نسبی
۱۹	استفاده از رسانه‌ها، سبک زندگی و کیفیت زندگی جوانان شیراز	۱۸-۵۰	فضای مجازی	آزمون آنوا، پیرسون	زنان و مردان	۲۴۵	خوشه‌ای
۲۱	بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی زنان شهر همدان	۱۸-۴۴	شبکه‌های اجتماعی	پیرسون	زنان	۲۹۸	تصادفی

در این قسمت یافته‌های تحقیق ارائه می‌شود ابتدا دسته‌بندی پژوهش‌های مورد بررسی طبق ملاک‌های مختلف از جمله روش مطالعه، جنس، تکنیک جمع‌آوری اطلاعات، شیوه نمونه‌گیری و حجم نمونه پژوهش‌ها ارائه می‌گردد.

توصیف تحقیقات برحسب روش مطالعه

از میان ۲۱ مقاله مطالعه شده در این پژوهش، نزدیک به ۹۰ درصد پژوهش با روش کمی و با ابزار پرسشنامه انجام شده‌اند. این در حالی است که سهم پژوهش‌های ترکیبی و کیفی در میان پژوهش‌های انجام شده در این حوزه بسیار اندک است. گستردگی ابعاد و مؤلفه‌های سبک زندگی و شبکه‌های مجازی باعث شده است که پژوهشگر ایرانی ناگزیر به استفاده از شیوه‌های کمی شود. با این وجود نباید از نظر دور داشت که بررسی عمیق و دقیق مؤلفه‌های سبک زندگی و شبکه‌های مجازی در بین پاسخگویان و نوع و شدت ارتباط آن‌ها با متغیرهای دیگر زمانی قابل‌اعتنا تر است که استفاده از رویکردهای کیفی و ترکیبی در این حوزه با اقبال بیشتری از سوی پژوهشگران روبه‌رو شود.

جدول ۱. توزیع تحقیقات برحسب روش مطالعه

ردیف	نوع روش	فراوانی	درصد
۱	کمی - پرسشنامه	۱۹	۰/۹۰
۲	کیفی - مصاحبه	۲	۰/۱۰
	جمع	۲۱	۱۰۰

توصیف تحقیقات برحسب جنس

تأکید پژوهش‌های مطالعه شده بر مطالعه تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی، نشان می‌دهد که بیش از ۰/۹۲ درصد پژوهش‌ها به مطالعه سبک زندگی هر دو جنس زن و مرد به‌طور خاص پرداخته‌اند.

جدول ۲. توزیع تحقیقات برحسب جنسیت

ردیف	جنسیت	فراوانی	درصد
۱	فقط زنان	۲	۰/۱۰
۲	فقط مردان	-	-
۳	هر دو	۱۹	۰/۹۰
	جمع	۲۱	۰/۱۰۰

توصیف تحقیقات برحسب تکنیک جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات

در جدول زیر مقالات مورد بررسی برحسب تکنیک تجزیه و تحلیل و جمع‌آوری اطلاعات و شیوه نمونه‌گیری و حجم نمونه ارائه شده است.

جدول ۳. توزیع متون تحقیقاتی مورد بررسی برحسب تکنیک تجزیه و تحلیل و جمع‌آوری اطلاعات و شیوه نمونه‌گیری و حجم نمونه

کد مقاله	تکنیک تجزیه و تحلیل	تکنیک جمع‌آوری اطلاعات	شیوه نمونه‌گیری	حجم نمونه
۱	وان سمپل و تی تست	پیمایشی	تصادفی	۲۹۴
۲	پیرسون، T مستقل	پیمایشی	خوشه‌ای طبقه‌ای باحجم نامتناسب	۲۴۱
۳	کتابخانه‌ای	کتابخانه‌ای	کتابخانه‌ای	کتابخانه
۴	آزمون آنوا، پیرسون	پیمایشی	در دسترس و هدفمند	۲۱۹
۵	آزمون F و رگرسیون	پیمایشی	سرشماری	۴۰۴
۶	جداول تحلیل آماری	پیمایشی	غیر احتمالی	۳۸۰
۷	آزمون تی ست پیرسون و گرسون	پیمایشی	نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی	۲۲۰
۸	آمار توصیفی	پیمایشی	غیر احتمالی	۳۶۰
۹	ضریب همبستگی و رگرسیون چند متغیره	پیمایشی	خوشه‌ای	۱۳۸
۱۰	ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چند متغیره،	پیمایشی	نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای چند مرحله	۳۶۲
۱۱	آزمون t تک نمونه‌ای و آنالیز واریانس	-	-	-
۱۲	تحلیلی	کیفی	تحقیقات پیشین	-
۱۳	آزمون‌های t، تحلیل واریانس	پیمایشی	تصادفی	۱۰۰۴
۱۴	آزمون T تک نمونه	پیمایشی	تصادفی طبقه‌ای نسبی	۲۸۷
۱۵	آزمون تی ست پیرسون و گرسون	پیمایشی	تصادفی	۲۵۰
۱۶	ضریب همبستگی	پیمایشی	تصادفی	۳۲۰

کد مقاله	تکنیک تجزیه و تحلیل	تکنیک جمع آوری اطلاعات	شیوه نمونه گیری	حجم نمونه
۱۷	ضریب همبستگی و رگرسیون چند متغیره	پیمایشی	نمونه گیری تصادفی طبقه ای چند مرحله	۳۲۵
۱۸	پیرسون، رگرسیون	پیمایشی	تصادفی طبقه ای نسبی	۱۳۵
۱۹	کیفی	پیمایشی	کیفی	-
۲۰	آزمون آنوا، پیرسون	پیمایشی	خوشه ای	۲۴۵
۲۱	آزمون F و رگرسیون	پیمایشی	تصادفی طبقه ای نسبی	۳۴۰
۲۲	پیرسون	پیمایشی	تصادفی	۲۹۸

توصیف تحقیقات بر اساس چارچوب نظری

جدول ۴. توزیع تحقیقات بر اساس چارچوب نظری

درصد	فراوانی	نظریه پرداز
۰/۰۳	۱	زیمل
۰/۱۳	۵	وبلن
۰/۲۲	۸	گیدنز
۰/۰۳	۱	اینکلهارت
۰/۰۸	۳	بورديو
۰/۱۳	۵	کاتز بلامر و گورویچ
۰/۰۸	۳	بورديو
۰/۰۳	۱	دیوید چینی
۰/۰۵	۲	کاستلز
۰/۱۱	۴	گرینر
۰/۰۳	۱	اشنایدرمن
۰/۰۳	۱	اسمیت
۰/۰۵	۲	مک لوهان
۱۰۰	۳۷	جمع

نتایج داده‌های به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که به شتر چارچوب نظری مورد استفاده در تحقیقات پیشین نظریه ساخت گیدنزبا ۰/۲۲ می‌باشد و در رتبه بعد نظریه خشنودی و رضایت کاتز بلامر و گورویچ و وبلن با ۰/۱۳ قرار دارند.

توصیف تحقیقات بر اساس نوع رسانه مورد مطالعه

جدول ۵. توزیع تحقیقات بر اساس نوع رسانه مورد مطالعه

درصد	فراوانی	نوع شبکه
۰/۱۰	۲	فیس‌بوک
۰/۷۱	۱۵	کلیه شبکه‌های مجازی
۰/۱۰	۲	تلفن همراه هوشمند
۰/۰۵	۱	اعضای کلوب
۰/۰۵	۱	تلگرام
۱۰۰	۲۱	جمع کل

نتایج داده‌های به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که بیشتر شبکه‌های اجتماعی مورد مطالعه در تحقیقات پیشین مشخص نشده و حدود ۰/۷۱ از تحقیقات کلیه شبکه‌های مجازی را مورد مطالعه قرار داده‌اند و شبکه فیس‌بوک و تلفن همراه در رتبه بعدی قرار دارد.

توصیف تحقیقات بر اساس رویکردهای نظری مورد مطالعه

جدول ۶. توزیع تحقیقات بر اساس رویکردهای نظری مورد مطالعه

درصد	فراوانی	نوع شبکه
۰/۰۶	۲	فردگرایی شبکه‌ای ولمن،
۰/۱۹	۶	سبک زندگی بوردیو
۰/۱۶	۵	جامعه شبکه‌ای کاستلز
۰/۱۰	۳	نظریه کنش پارسنز
۰/۱۳	۴	سبک زندگی زیمل
۰/۰۳	۱	نظریه انزوای اجتماعی ترکل
۰/۲۲	۷	کاشت گرینر
۰/۰۳	۱	سرمایه اجتماعی پوتنام

درصد	فراوانی	نوع شبکه
۰/۱۹	۶	هویت بازانديشانه گيدنز
۱۰۰	۳۵	جمع کل

نتایج داده‌های به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که در تحقیقات مطالعه شده بیشتر از رویکرد نظری گربنر با ۰/۲۲ و در رتبه بعد هویت بازانديشانه گيدنز و سبک زندگی بورديو استفاده شده است.

توصیف تحقیقات برحسب تأثیر، عدم تأثیر و تأثیر محدود شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی

جدول ۷. توزیع تحقیقات بر تأثیر، عدم تأثیر و تأثیر محدود شبکه‌های مجازی بر سبک زندگی

درصد	فراوانی	ردیف
۰/۷۱	۱۵	۱ تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی
۰/۲۴	۵	۲ عدم تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی
۰/۰۵	۱	۳ تأثیر محدود شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی
۰/۱۰۰	۲۱	جمع

نتایج پژوهش‌های شبکه اجتماعی و سبک زندگی را می‌توان با معیار شدت تأثیرات به سه دسته تقسیم کرد: برخی از پژوهش‌ها نشانگر تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی، تأثیر محدود شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی؛ و پژوهش‌هایی از عدم تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی دلالت دارد. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که ۰/۷۱ از تحقیقات که در این حوزه مطالعه شده بر تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی، ۰/۲۴ به عدم تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی تأکید نموده‌اند و ۰/۰۵ درصد به تأثیر محدود شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی اشاره کرده‌اند.

جدول ۸. تحلیل روش شناختی پژوهش‌های پیشین

پارادایم‌های روش شناختی	اثبات‌گرایی، تفسیر‌گرایی
روش‌های تحقیق	پیمایش، مصاحبه نیمه ساختاریافته، اسنادی
شاخص‌های سنجش / مفهوم‌سازی سبک زندگی	مصرف فرهنگی، مصرف رسانه‌ای، مدیریت بدن، فعالیت‌های فراغتی، نوع و نحوه پوشش، ذائقه موسیقایی، رضایت از بدن، عملکردهای بدن، اهمیت به بدن، سرمایه‌گذاری بدن، فعالیت‌های اوقات فراغت، ارتباط با جنس مخالف، شیوه محاوره، توانمندی‌های ارتباطی، مصرف روزنامه، تلویزیون و سینما، رفتار انحرافی، رفتار سیاسی، مدیریت بدن، دینداری، الگوی کنشگری، الگوی بیان، الگوی دسترسی، ورزش، مصرف فضاهای عمومی، فعالیت‌های هنری، ارزش‌های اخلاقی، نگرش‌ها، عضویت در اجتماعات، علائق فرهنگی و اجتماعی، گروه مرجع، تولید و مصرف محتوا، ارتباطات مجازی، اعتماد خانوادگی، فعالیت‌های روزانه خانوادگی، روابط خویشاوندی، روابط دوستی، روابط خانوادگی، تعامل با دوستان، افراد مهم، مشارکت در اجتماعات، تغذیه، فعالیت بدنی، استرس، مصرف سیگار و مواد مخدر، روابط جنسی، معیارهای ازدواج، مدیریت استرس، روابط فردی و مسئولیت بهداشتی
روش‌های تحلیل داده‌ها / آزمون فرضیه	پیرسون، تحلیل عاملی، کندال، تی مستقل، مدل‌سازی ساختاری، روش هفت مرحله‌ای کولیز، اسپیرمن، رگرسیون، کای اسکور، کروسکال والیس
جمعیت آماری	دانشجویان، جوانان، کاربران اینترنت در کافی‌شاپ، جوانان ساکن شهر
حجم نمونه‌های کمی	۱۵۰-۹۲۳ نفر
حجم نمونه‌های کیفی	۲۵ نفر
دامنه سنی اعضای نمونه	۱۱ - ۵۰ سال و بالاتر (نامشخص)
نوع شاخص‌ها (استاندارد، محقق ساخته / ترکیبی)	محقق ساخته، نیمه استاندارد (تکرار شده در پژوهش‌های قبلی)
اعتبار تأیید پذیری	اعتبار صوری، اعتبار سازه‌ای
پایایی	به روش آلفای کرونباخ
سطح تحلیل	خرد، میانی و کلان
سنت‌های رشته‌ای پژوهشگران	جامعه‌شناسی، ارتباطات، روانشناسی، مدیریت رسانه، علوم سیاسی، مطالعات فرهنگی، مردم‌شناسی، پرستاری، بهداشت عمومی، مدیریت خدمات بهداشتی، آموزش بهداشت و ارتقای سلامت

یافته‌های فراتحلیل نتیجه شناختی

نتایج پژوهش‌های شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی را می‌توان با معیار «شدت تأثیرات» به سه دسته تقسیم کرد: برخی از پژوهش‌ها نشانگر تأثیرات عمیق شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی فرهنگی، اجتماعی و مادی کاربران می‌باشد؛ برخی از آن‌ها بیانگر تأثیرات نسبتاً محدود این شبکه‌ها بر سبک زندگی آن‌ها هستند و پژوهش‌های اندکی نیز حاکی از عدم تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی هستند.

الف) تأثیرات قوی: این دسته از پژوهش‌ها حاکی از تأثیرات قابل توجه شبکه‌های اجتماعی و اینترنت بر سبک زندگی کاربران هستند. تغییر تصور از بدن و میزان رضایت از وضعیت بدنی (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۳)؛ تغییرات سبک زندگی در زمینه‌هایی چون اوقات فراغت، توجه و گرایش به بدن، تغییر نحوه پوشش، شیوه محاوره و سبک بیان (سپهری، ۱۳۹۳)؛ به چالش کشیدن سلسله‌مراتب در خانواده، به چالش کشیدن خودمختاری نوجوانان و شکاف انتظارات (خلیلی آذر، ۱۳۹۲)؛ تغییر مصرف فرهنگی و سبک زندگی (امام‌جمعه زاده و همکاران، ۱۳۹۲)؛ تغییر نحوه ارتباط با جنس مخالف و شیوه محاوره (بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱)؛ گرایش به سبک زندگی پسامدرن با مشخصاتی نظیر مد و سلیقه التقاطی، اهمیت یافتن سرگرمی، مصرف و لذت‌گرایی (پاک‌سرشت، ۱۳۹۰)؛ کاهش فعالیت‌های روزانه در محیط خانواده، بی‌اعتمادی والدین به فرزندان، کاهش ارتباطات رودررو با افراد خانواده و کاهش تعامل با آن‌ها (عدلی پور و همکاران، ۱۳۹۳)؛ تقویت روابط و کاهش احساس تنهایی درک شده (عباسی شوازی و همایون، ۱۳۹۳)؛ تضعیف سبک زندگی سالم (ماهری و همکاران، ۱۳۹۱) از جمله تأثیرات شبکه‌های اجتماعی هستند که در این دسته از پژوهش‌ها ذکر شده‌اند.

ب) تأثیرات محدود: دسته دوم از پژوهش‌ها به تأثیرات محدود شبکه‌های اجتماعی مجازی اشاره کرده‌اند. در این گروه، پژوهش‌های ساداتی (۱۳۹۲) نشان داده است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی تماشای تلویزیون را کاهش داده اما نتوانسته تغییرات قابل توجهی

در مصرف رسانه‌های چاپی، سینما، وبلاگ‌نویسی، ایمیل و وبگردی داشته باشد. خائیکی و بابایی (۱۳۹۰) نیز نشان داده‌اند که بین الگوهای کنشگری و الگوهای بیانی و سازوکارهای ارتباطی اینترنت رابطه مثبت اما ضعیفی وجود دارد. پژوهش ذکایی (۱۳۹۶) نیز بیانگر آن است که کارکرد غالب چت برای کاربران ایرانی جنبه‌های فراغتی و سرگرم‌کننده آن است که در اشکال مثبت و منفی، تسهیل‌کننده و جبران‌کننده نیازهای ارتباطی آن‌ها در عرصه واقعی است.

ج) عدم تأثیر: در گروه سوم از پژوهش‌ها، سلیمانی نژاد و همکاران (۱۳۹۱) نشان داده‌اند که اینترنت تغییری در وضعیت فعالیت بدنی و سبک زندگی دانشجویان ایجاد نکرده است و نشان‌دهنده نبود رابطه کلی بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی است.

نتیجه‌گیری

نتایج فراتحلیل، نقاط قوت و ضعف پژوهش‌های انجام‌شده را مشخص می‌کند. از مهم‌ترین نقاط قوت این پژوهش‌ها می‌توان به ضرورت موضوع پژوهش، مرور رویکردهای نظری متنوع و استفاده از چهارچوب‌های نظری تلفیقی، تأکید بر مصرف فرهنگی، استفاده از روش‌های آماری و مضمونی برای تحلیل داده‌ها، توجه به نمونه‌های دانشجویی و جوانان، حضور پررنگ جامعه‌شناسان و متخصصان ارتباطات، توجه به پایایی ابزار، توجه به سطح تحلیل خرد و پرداختن به پیامدهای مثبت و منفی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی کاربران اشاره کرد.

باین حال در پژوهش‌های انجام‌شده، محدودیت‌ها و نقاط ضعفی همچون فقر نظریه‌پردازی بومی، پراکندگی و عدم انسجام و مطابقت شاخص‌های سنجش سبک زندگی با مفهوم‌سازی ارائه‌شده، اثبات‌گرایی و غلبه پیمایش، بی‌توجهی به روش‌های تلفیقی، توجه (محدود) به روش‌های کیفی، توجه کمتر به نوجوانان و جوانان خارج از محیط‌های دانشگاهی، حضور کم‌رنگ همکاری‌های بین‌رشته‌ای و کم‌توجهی به اعتبار

ابزار دیده می‌شود. از طرف دیگر، در بیشتر پژوهش‌های انجام‌شده، شبکه‌های اجتماعی موردبررسی محدود به فیس‌بوک و تلفن همراه هوشمند و در برخی از پژوهش‌ها نیز شبکه‌های موردبررسی مشخص نشده‌اند (فتحی و همکاران، ۱۳۹۳).

در سطح نتیجه‌شناختی نیز مهم‌ترین نقطه‌ضعف در پژوهش‌های مرور شده، تناقض در نتایج اصلی آن‌هاست. یکی از دلایل این تناقض به عدم رعایت اصول نمونه‌گیری مربوط است؛ درحالی‌که اکثر پژوهش‌های انجام‌شده پیمایشی بوده‌اند و تعمیم نتایج در پیمایش با نمونه‌گیری احتمالی امکان‌پذیر است، باین‌حال روش نمونه‌گیری غالب، غیراجتماعی از نوع در دسترس بوده است. دومین دلیل روش‌شناختی، تناقض نتایج مربوط به اعتبار ابزار است؛ برای نمونه بشیر و افراسیابی (۱۳۹۱) و سلیمانی نژاد و همکاران (۱۳۹۱) در مورد تأثیر شبکه‌های اجتماعی و اینترنت، روش ذهنی و نظر کاربران را ملاک قرار داده‌اند. درحالی‌که کاربران به روش ذهنی نمی‌توانند سهم یک شبکه محدود مانند کلوپ را در تغییرات سبک زندگی خود مشخص کنند. به عبارتی دقیق‌تر، نمی‌توان به‌جای برقراری رابطه‌ای عینی بین دو متغیر مصرف شبکه‌ای و سبک زندگی، تأثیر را به رأی گذاشت.

سومین دلیل تناقض و تفاوت در نتایج، به متفاوت بودن شاخص‌های سبک زندگی و حتی شبکه‌های موردبررسی و نحوه آزمون آماری روابط بین آن‌ها بازمی‌گردد. با توجه به تعدد و تنوع شاخص‌های سبک زندگی و در برخی از موارد نیز تنوع شبکه‌های اجتماعی موردبررسی، آزمون کلی فرضیه نمی‌تواند نتایج دقیقی را به دست بدهد. مثلاً در پژوهش شاهنوشی و تاجی (۱۳۹۱) شاخص‌های سبک زندگی متشکل از مصرف فضاهای شهری، مصرف فرهنگی، هنری و مذهبی، فعالیت‌های ورزشی، مدیریت بدن، مصرف دخانیات و پوشش بدن است و شبکه‌های اجتماعی موردبررسی نیز شامل فیس‌بوک و غیره بوده است.

باین‌حال، رابطه‌ای بین نوع شبکه‌ها و سبک زندگی به دست نیامده است؛ زیرا در این پژوهش تنها یک آزمون کلی برای روابط بین این دو متغیر دیده می‌شود و روابط

بین انواع شبکه‌ها با شاخص‌های سبک زندگی به صورت جزئی‌تر، آزمون نشده است. از طرف دیگر، وجود چنین رابطه‌ای در پژوهش بشیر و افراسیابی (۱۳۹۱) در حالی تأیید شده است که شاخص‌های سبک زندگی در این پژوهش عبارت از ارتباط با جنس مخالف، نحوه پوشش و شیوه محاوره و شبکه اجتماعی موردبررسی نیز کلوپ بوده است. به عبارتی دیگر، پژوهشی که شاخص‌های متنوع‌تر و شبکه‌های اجتماعی قابل توجهی را پوشش داده، نتوانسته رابطه‌ای را بین این دو به دست دهد؛ اما پژوهشی که شامل یک شبکه اجتماعی با ابعاد محدودتری از سبک زندگی بوده، رابطه معناداری را تشخیص داده است.

رویکردهای روش‌شناختی مورداستفاده و نوع نتایج به دست آمده از این پژوهش‌ها نیز بی‌ارتباط با یکدیگر نیستند. از آنجایی که بیشتر پژوهش‌های انجام شده پیمایش‌هایی مقطعی بوده‌اند که در آن‌ها پژوهش‌گر کنترل لازم بر متغیرهای تعدیل‌کننده را ندارد، نتایج به دست آمده نیز طیفی از روابط قوی تا نبود روابط را نشان می‌دهد.

همان‌طور که در جدول اولیه و کلی تحقیق قابل مشاهده است پژوهشگرانی که چارچوب نظری ارتباطاتی انتخاب کرده‌اند معتقد به تأثیر شبکه‌های اجتماعی هستند و کسانی که چارچوب نظری آن‌ها ارتباطاتی نیست عدم تأثیر شبکه‌های اجتماعی را نشان می‌دهند

نقاط ضعف اساسی پژوهش‌های انجام شده در دودسته اصلی نظری و روش‌شناختی قابل بحث است. اولین نقطه ضعف نظری، استفاده تقلیدی و غیر انتقادی از متون سبک زندگی، عدم ارائه مفهوم‌سازی دقیق از سبک زندگی، عدم تفکیک ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، مادی، واقعی و مجازی آن و در نتیجه، آشفتگی در شاخص‌سازی سبک زندگی است؛ بنابراین، در نگاه کمی، در واقع متغیر وابسته در هیچ‌یک از پژوهش‌های انجام شده یکسان نبوده، گرچه همگی کم‌وبیش ذیل عنوان سبک زندگی انجام شده‌اند. دومین نقطه ضعف نظری، سطحی بودن بحث‌های نظری مربوط به شبکه‌های اجتماعی مجازی است. زیرا در پژوهش‌های انجام شده دسته‌بندی و گونه

شناسی نظری از شبکه‌های اجتماعی مجازی و کاربران آن‌ها دیده نمی‌شود. بنابراین انتخاب شبکه‌های اجتماعی توسط پژوهشگران، منطق نظری روشنی نداشته است. نقد روش‌شناختی پژوهش‌های انجام‌شده نیز در دو محور قابل طرح است: اول اینکه در بیشتر پژوهش‌ها سعی بر استفاده از نظریه‌های تلفیقی یا چهارچوب‌های نظری تلفیقی بوده، اما هیچ‌یک از پژوهش‌ها با روش‌های تحقیق تلفیقی انجام‌نشده‌اند و در بیشتر آن‌ها به استفاده از پیمایش بسنده شده است. بنابراین، نوعی پس‌افتادگی روش‌شناختی قابل تشخیص است.

دومین نقد روش‌شناختی به نحوه استفاده از روش‌های آماری برمی‌گردد که بیشتر برای آزمون کلی فرضیه‌ها مورداستفاده قرار گرفته‌اند. درحالی‌که با توجه به تعدد شاخص‌های سنجش سبک زندگی و شبکه‌های اجتماعی موردبررسی، استفاده از تحلیل عاملی و انجام آزمون‌های فرعی بین شاخص‌ها و عامل‌ها می‌توانست به نتایج دقیق‌تری منجر شود.

منابع

- افراسیابی، محمدصادق. (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان»، تحقیقات فرهنگی ایران. شماره ۱۷: ۳۱-۶۲.
- امام جمعه زاده، سیدجواد، زهره مرندی، محمودرضا رهبرقاضی و لیلا سعیدی ابواسحق. (۱۳۹۲). «رابطه مصرف رسانه و سبک زندگی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان»، پژوهش‌های ارتباطی. دوره ۲۰، شماره ۷۴: ۱۰۱-۱۲۰.
- امیدی، مهدی (۱۳۹۰). «بررسی علل اجتماعی گرایش به جراحی زیبایی نمونه موردی شهر اصفهان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، به راهنمایی دکتر موحد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
- امیر پور، مهناز. (۱۳۹۱). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان»، دانش نظامی شمالی. سال اول، شماره ۳: ۱۱۱-۱۴۰.
- آزاد ارمکی، تقی. (۱۳۸۶). نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: انتشارات سروش.
- باکاک، رابرت (۱۳۸۱). مصرف. ترجمه: خسرو صبری، تهران: شیرازه.
- بحرانی، شعله، سروش، مریم و مریم حسینی. (۱۳۹۰). «مقایسه‌ی جنسیتی رابطه‌ی رسانه‌ها، هویت و سبک زندگی در بین جوانان شیراز»، فصلنامه مطالعات ملی. شماره ۴۷: ۱۲۰-۱۰۳.
- بشیر، حسن، افراسیابی، محمدصادق. (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان؛ مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان»، پژوهش‌های فرهنگی. دوره ۵: ۳۱-۶۰.
- بوردیو، پی. یر. (۱۳۸۴). شکل‌های سرمایه؛ در سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه. ترجمه: افشین خاکباز و حسن پویان. تهران: نشر شیرازه.
- تاج‌بخش، غلامرضا، جوانمرد، ف، خیشوند، آ. (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر مصرف رسانه بر سبک زندگی جوانان شهر خرم‌آباد»، دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم رفتاری و اجتماعی. ۱۹ اسفند.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۵). پی یر بوردیو. ترجمه: لیلا جو افشانی و حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- حسینی، محمدحسین، ذکایی، محمدسعید. (۱۳۹۶). «شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی جوانان: فراتحلیل پژوهش‌های پیشین»، راهبرد اجتماعی فرهنگی. شماره ۳۲: ۱۳-۱.

- خواجه نوری، بیژن، سروش، مریم. (۱۳۹۳). «استفاده از رسانه‌ها، سبک زندگی و کیفیت زندگی جوانان شیراز»، فصلنامه علوم اجتماعی. دوره ۱۱، شماره ۲: ۲۵-۵۰.
- ذکایی، سعید. (۱۳۹۱). فراغت، مصرف و جامعه. تهران: تپاسا.
- ربانی، رسول و یاسر رستگار (۱۳۸۷). «سبک زندگی و فرهنگ مصرفی»، پژوهش‌های ارتباطی. سال هفدهم، شماره ۴: ۱۰۴-۷۹.
- رحمتی، محمدمهدی، بخشی، سعادت. (۱۳۹۴). «سبک زندگی و الگوی مصرف مورد مطالعه: تلفن همراه»، تحقیقات فرهنگی ایران. شماره ۳۲: ۱۴۲-۱۱۹.
- رسول‌زاده اقدم، صمد، صمد عدلی پور، سید احمد میرمحمد تبار و سیمین افشار. (۱۳۹۴). «تحلیل نقش رسانه‌های اجتماعی در گرایش به سبک زندگی نوین در بین جوانان ایرانی»، پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر. شماره ۶: ۶۰-۳۳.
- رضوی زاده، نوردین. (۱۳۸۴). «بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی»، فصلنامه علوم اجتماعی. دوره ۱۲، شماره ۳۱: ۱۱۱-۱۱۴.
- رنج دوست، شهرام. (۱۳۹۶). «فراتحلیلی بر نقش شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی دانش آموزان دوره دوم متوسطه از نظر دبیران شهر مرنده»، دومین کنفرانس بین‌المللی رویکردهای نوین علوم، تکنولوژی و مهندسی، فرانسه.
- زابلی زاده، ادشیر، افخمی، حسینعلی. (۱۳۹۲). «استفاده از نظریه چارچوب‌بندی در تبیین اثرات اخبار»، پژوهش‌های ارتباطی. سال بیستم، شماره دو (پیاپی ۷۴)، ۱۴۴-۱۲۱.
- سپهری، آسیه. (۱۳۹۳). «تحلیل سبک زندگی جوانان کاربر شبکه اجتماعی فیس‌بوک»، مطالعات جوان و رسانه. شماره ۱۳: ۱۳-۴۰.
- سلیمانی نژاد، م. شمس، ع. چرکزی، ف. رحیمی، ا. فیاض بخش و ف. گودرزی. (۱۳۹۱). «سبک زندگی مرتبط با اینترنت در دانشجویان کاربر اینترنت دانشگاه‌های شهر گرگان»، پژوهش‌های نظام سلامت. شماره ۵: ۸۴۳-۸۳۴.
- سیاه‌پوش، ارجمند، حیدری، علی. (۱۳۹۱). «تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر سبک زندگی روستایی و عشایری شهر گیلان غرب»، مطالعات توسعه اجتماعی ایران. دوره ۴، شماره ۴: ۱۰۳-۸۹.
- شاهنوشی، مجتبی، تاجی، محمدرضا. (۱۳۹۱). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی در شهرستان شهرکرد»، فصلنامه مطالعات ملی. شماره ۳: ۱۱۲-۹۱.

شکار نمین، شیدا. (۱۳۹۳). «بررسی درگیری تحصیلی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی دانش آموزان دختر شهر تبریز»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مددکاری اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی علامه طباطبایی.

شویره، کریستین و فونتن (۱۳۸۵). *واژگان بوردیو*. ترجمه: مرتضی کتبی، تهران: نشر نی.
عدلی پور، صمد، سلیمانی، حمید و اقبال مفاخری. (۱۳۹۳). «رابطه مصرف رسانه‌ای با هویت اجتماعی و سبک زندگی نوین در بین جوانان شهر تبریز»، پژوهش‌های ارتباطی. شماره ۷۹: ۱۴۶-۱۲۱.

فتحی، سروش، منصور وثوقی و گودرز سلیمانی. (۱۳۹۳). «بررسی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی جوانان؛ مورد مطالعه جوانان شهر خلخال»، *مطالعات جامعه‌شناختی جوانان*. شماره ۱۳: ۸۸-۶۹.

کاستلز، مانوئل. (۱۳۹۳). *قدرت ارتباطات*. ترجمه: محمد آذری نجف‌آبادی، تهران: انتشارات دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

کوبلی، پل. (۱۳۹۱). *نظریه‌های ارتباطات: مفاهیم انتقادی در مطالعات فرهنگی و رسانه*، سرویراستار سعیدرضا عاملی. ترجمه‌ی گودرز میرانی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، جلد چهارم.

گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۲). *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*. ترجمه: ناصر موفقیان. تهران: نشر نی.

گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۲). *جامعه‌شناسی*. ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.

گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۴). *پیامدهای مدرنیت*. ترجمه: محسن ثلاثی. تهران: مرکز.

ماهری، آقا بابک، حمید جوینی، محمد نبی بهرامی و رؤیا صادقی. (۱۳۹۱). «تأثیر اعتیاد به اینترنت بر سبک زندگی دانشجویان ساکن خوابگاه علوم پزشکی تهران»، *مجله علوم پزشکی رازی*. شماره ۱۴: ۱۰-۲۹.

مختارپور، مهدی، فتحی، سروش. (۱۳۹۳). «بررسی نقش و تأثیر رسانه‌های نوین تصویری در تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه علوم و تحقیقات تهران)»، *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*. شماره ۲: ۱۰۱-۱۱۸.

مقدس، علی اصغر، عبدالعلی لهسایی زاده و اسفندیار غفاری نسب (۱۳۹۲). «فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی بر سبک زندگی: مطالعه موردی افراد مهاجر و بومی طایفه دهدار فارس»، مجله جهانی رسانه. شماره ۵: ۱۰۶-۸۹.

مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۸۷). رسانه‌ها و بازنمایی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
مهدی‌زاده، محمد. (۱۳۸۹). نظریه‌های رسانه اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: انتشارات همشهری، چاپ اول.
وبلن، تورستاین. (۱۳۸۳). نظریه طبقه مرفه. ترجمه: فرهنگ ارشاد. تهران: نی.

Cacey, Bernadette (2002) *Television Studies: key concepts*. London and New York: Routledge.

Lee, Seung-Hee. (2006): "Cross-Cultural Comparisons of Appearance Self-Schema, Body Image, Self-Esteem, and Dieting Behaviors between Korean and U.S. Women", *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 34: 350-365.

Neuman, W.R. Just, M.R. & Crigler, A.A. (1992). *Common Knowledge: News And The Construction Of Political Meaning*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Wilska, Terhi-anna (2002). Me a Consumer?: Consumption, Identities and Life Style in Today. *Annual Review of Sociology*. vol 2. pp 269 – 298.