

## بررسی تأثیر الگوی استفاده از رسانه‌های جمعی بر سبک زندگی سالم

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۲۰

نوشته

توکل آقایی هیر\*

رویاداداشی\*\*

### چکیده

مقاله حاضر، با هدف بررسی تأثیر الگوی مصرف رسانه‌های جمعی (شامل میزان، محتوا و هدفمندی) بر سبک زندگی سالم انجام شده و از لحاظ روش شناختی، اندازه‌گیری کمی الگوی استفاده از رسانه، در سه بعد مختلف، نوآورانه است. برای تبیین نظری مسئله، از نظریه‌های مک‌کوایل، لاسول، مکتب فرانکفورت و نظریه کاشت استفاده شده است. این مطالعه، با روش پیمایش و نمونه ۳۵۶ نفری از دانش‌آموزان دبیرستان‌های دولتی ناحیه ۳ شهر تبریز، انجام شد و داده‌ها، با استفاده از پرسشنامه ترکیبی محقق ساخته/استاندارد، جمع‌آوری و با استفاده از نرم‌افزار SPSS تحلیل شده است. نتایج تحقیق، میانگین نمره سبک زندگی سالم دانش‌آموزان را در مقیاس ۱ تا ۶ درجه‌ای، عدد ۴/۲۳ را نشان می‌دهد. همچنین شاخص کل سبک زندگی سالم، با میزان استفاده از رسانه‌های جمعی رابطه معنادار معکوس دارد، اما با هدفمندی استفاده از رسانه و اولویت محتوای علمی/مستند رابطه معنادار و مستقیم را نشان می‌دهد. دانش‌آموزان دختر، دانش‌آموزان سنین پایین‌تر، و دانش‌آموزان متعلق به با‌بگه اقتصادی-اجتماعی پایین‌تر، سبک زندگی سالم‌تری را گزارش کرده‌اند. هدفمندی استفاده از رسانه و اولویت محتوای ورزشی، تأثیر مثبت و معنادار و سن تأثیر منفی و معنادار بر متغیر وابسته (سبک زندگی سالم) داشته و زنان در مقایسه با مردان، سبک زندگی سالم‌تری را دارند. این چهار متغیر توانسته‌اند ۲۰ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین کنند.

کلیدواژه: سبک زندگی سالم، الگوی استفاده از رسانه، رسانه‌های جمعی.

\* دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز (نویسنده مسئول)، تبریز، ایران  
t.a.ghayari@tabrizu.ac.ir

\*\* کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز، تبریز، ایران  
dadashi\_1984@yahoo.com

## مقدمه

سبک زندگی، مفهوم پرکاربردی در مطالعه‌های جامعه‌شناختی معاصر است و در کنار کارهای کلاسیک و تأثیرگذار اندیشمندانی مانند؛ وبر و زیمل، با مطالعه‌های بوردیو<sup>۱</sup> و بعدها گیدنز<sup>۲</sup> مورد توجه جدی تری قرار گرفته است (کاکرهام<sup>۳</sup> و همکاران، ۱۹۹۷: ۲۲۰). جوامع امروزی، به دلیل سرعت بالای تحول‌ها و همچنین تنوع‌پذیری بالای تجارب زندگی، به طور چشمگیری به مسائل مرتبط با سبک زندگی مبتلا هستند. فضاهاى شهری جدید، به دلیل پیشرو بودن در تغییرهای اجتماعی، حجم بالای جمعیت و حضور گروه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی، تنوع بسیار زیادی را در شیوه‌های زندگی افراد و زیرگروه‌های جمعیتی دارند.

مفهوم سبک زندگی، برای فهم شرایط زندگی مدرن، بیشتر با ساختارهای مصرفی، تفریحی و نمایشی شکل گرفته است (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶: ۱۸). سبک زندگی، باز نمودی از الگوهای روابط اجتماعی، سرگرمی، مُد و پوشش و حتی نگرش‌ها، ارزش‌ها و جهان‌بینی فرد یا گروه است (باکاک<sup>۴</sup>، ۱۳۸۱)؛ که بازتابی از مد یا حالت زندگی یک فرد به شمار می‌رود (آسا برگر<sup>۵</sup>، ۱۳۷۹: ۱۴۱). همچنین سبک زندگی، تجارب کم‌و بیش منسجمی است که نه فقط برای برآوردن نیازهای روزمره، بلکه به دلیل عینیت‌بخشی به نوعی خود-روایتی هویتی توسط فرد می‌انجامد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۲۰؛ گیدنز، ۲۰۰۶: ۸۲)؛ و یا راهبرد معینی برای تعریف هویت فردی در مقابل هویت جمعی (زیمل<sup>۶</sup>، ۱۹۵۰؛ به نقل از کاکرهام و همکاران، ۱۹۹۷: ۳۲۳) در نظر گرفته می‌شود. هرچند سبک زندگی، در معنای عام خود، شامل همه ویژگی‌های زندگی روزمره افراد یا گروه‌ها می‌شود (کاتز-گرو<sup>۷</sup>، ۲۰۰۷: ۲۶۴۴) محققان آن را، بیشتر برای اشاره به برخی جنبه‌های رفتاری مرتبط با سلامت، مانند عادات غذایی، استعمال دخانیات، مشروبات الکلی و سوء مصرف مواد، الگوهای فعالیت بدنی، بهداشت فردی، استراحت و بستن کمربند ایمنی و نظایر آن‌ها به کار برده‌اند (کاکرهام، ۲۰۰۷: ۲۰۶۱).

ابل<sup>۸</sup> سبک زندگی سالم را، الگوهایی از ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای مرتبط با سلامت در نظر می‌گیرد که افراد در پاسخ به شرایط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی‌شان اتخاذ می‌کنند (ابل، ۱۹۹۱: ۹۰۱). سبک زندگی سالم، در تعریف دیگری مجموعه‌ای از الگوهای رفتاری مرتبط با سلامت، بر اساس گزینش از میان انتخاب‌های در دسترس افراد مبنی بر شانس‌های

1. Bourdieu
2. Giddens
3. Cockerham
4. Robert Boccock
5. Asa Berger
6. Simmel
7. Katz-Gerro
8. Abel

زندگی آنها تعریف شده است. (کاکرهام، ۲۰۰۰، به نقل از کاکرهام، ۲۰۰۷: ۲۰۶۱)، سبک زندگی سالم<sup>۱</sup>، به ویژه زمانی که مداخله های پزشکی در پیشگیری و درمان بیماری های مزمن تاثیرگذاری کمتری دارند (کاکرهام، ۲۰۰۷: ۲۰۶۲)، جایگاه شایسته ای در مطالعه های جامعه شناسی سلامت به دست آورده است.

به اعتقاد اندیشمندان سبک زندگی، عوامل متعددی بر ایجاد یا دوام سبک زندگی سالم، بین اعضای جامعه تأثیر می گذارند. یکی از اصلی ترین و ماندگارترین تأثیرها در این زمینه، مربوط به طبقه یا پایگاه اقتصادی - اجتماعی فرد است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۸۸). در متن پایگاه اقتصادی - اجتماعی، جامعه پذیری مبتنی بر این جایگاه نیز، نقشی اصلی را در شکل دادن به سبک زندگی افراد بازی می کند. به این ترتیب، می توان جامعه پذیری و عوامل آن را مانند: خانواده، آموزش، همالان، رسانه های جمعی و فناوری، افکار عمومی، دین، حرفه / شغل و دولت (واندر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷) از عوامل مؤثر در سبک زندگی در نظر گرفت.

در این میان، نقش رسانه های جمعی، به ویژه انواع مدرن و معاصر آن، که عصر مشهور به عصر اطلاعات، ارتباطات و رسانه را رقم زده اند (بل<sup>۳</sup>، ۱۹۷۳؛ ۱۹۸۰؛ کاستلز و بلکول<sup>۴</sup>، ۱۹۹۶؛ ادواردز<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۳)، اهمیت دوچندانی در شکل دادن به نگرش ها و رفتارهای انسان ها، به ویژه ساکنان مناطق شهری پیدا کرده است. در چنین شرایطی، وسایل ارتباط جمعی به پیچیده ترین ابزار القای اندیشه ها و کارآمدترین سلاح برای تسخیر آرام بدل شده و هر روز نیز بر پیچیدگی، کارآمدی این ابزارها افزوده می شود، به نحوی که استفاده از آن به امری اجتناب ناپذیر تبدیل شده است و امروزه می شود اذعان کرد، رسانه بر تمام ابعاد زندگی انسان ها، مستقیم و غیر مستقیم، تأثیر دارد (شاه محمدی، ۱۳۸۵: ۸؛ بوربور و همکاران، ۱۴۰۰). با ورود و نفوذ پررنگ فناوری های نوین ارتباطی و رسانه های جمعی، به دلیل الزام های بهره برداری از آن ها برای بهبود شرایط زندگی، این ابزارهای ارتباطی به شرکای جدانشدنی زندگی برای بسیاری از افراد تبدیل شده اند، تا جایی که افراد همراه با رسانه های جمعی و به ویژه ابزارهای ارتباطی جدید خود، می اندیشند، احساس می کنند، می خندند، می گریند، و در یک کلام، زندگی می کنند! ابزارهایی که به نظر می رسد، چه به عنوان مکمل و چه به عنوان بدیلی برای تعامل های اجتماعی واقعی، روز به روز بر اهمیت شان افزوده می شود.

با اینکه در زمینه کیفیت تأثیر نهایی رسانه های جمعی بر مخاطب، اجماع عمومی وجود ندارد (موزاتی<sup>۶</sup>، ۲۰۰۷: ۲۸۲۵)، می توان تأثیرهای توأمان مثبت و منفی رسانه های جمعی را بر سبک

1. Health Lifestyle
2. Wunder
3. Bell
4. Castells & Blackwell
5. Edwards
6. Muzzatti

زندگی و مؤلفه‌های آن مشاهده کرد (هارولد<sup>۱</sup>، ۱۹۸۶؛ روزنگرین<sup>۲</sup> و همکاران، ۱۹۹۴؛ کمالی، ۱۳۹۱). با توجه به گسترش فناوری‌های رسانه‌ای نوین، به‌جرات می‌توان گفت که امروزه هر فردی، به‌راحتی می‌تواند با استفاده از روابط برخط، در مناطق مختلف دنیا با دیگران به تبادل اندیشه، تجربه و رفتار (بخوانید سبک زندگی) پرداخته و از این مسیر زمینه‌تغییرهایی را در سبک و روش زندگی خود و دیگران فراهم کند. گسترش ارتباطات، شیوه‌های زندگی و سلیقه عمومی را تقریباً در همه حوزه‌ها تغییر داده و می‌دهد (فتحی و مختاریپور، ۱۳۹۳؛ رضاییان، ۱۳۹۸). با توجه به اینکه نوجوانان و جوانان امروزی، مدت زمان بیشتری را صرف انواع مختلف صفحه‌های دیجیتال می‌کنند (رایداوت<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۰)، در بین مجموعه عوامل جامعه‌پذیری، تلویزیون و به‌طور کلی رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی معاصر، با فراتر رفتن از مرزهای فیزیکی و آموزشی، به اصلی‌ترین و عمومی‌ترین عامل جامعه‌پذیری تبدیل شده‌اند (گربنر<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۰۲: ۴۴). همچنین رسانه می‌تواند تأثیر بسزایی در ادراک‌ها و رفتارهای سلامت‌محور مخاطبان داشته باشد (گربنر و همکاران، ۱۹۸۱: ۹۰۱). از این رو است که موضوع‌های پهن‌دامنه‌ای مانند ارتباط بین رسانه، مصرف و سبک زندگی مورد توجه روزافزون قرار می‌گیرد (لین<sup>۵</sup>، ۲۰۰۷: ۲۸۸۰).

با توجه به این مطالب، مقاله حاضر، جهت پاسخگویی به این سؤال‌ها انجام شده است:  
عملکرد دانش‌آموزان در زمینه سبک زندگی سالم چگونه است؟  
آیا الگوی استفاده از رسانه‌های جمعی با سبک زندگی سالم دانش‌آموزان رابطه معناداری دارد؟  
آیا این تأثیر احتمالی، پس از حضور متغیرهای زمینه‌ای شامل؛ سن، جنس و پایگاه اقتصادی-اجتماعی در مدل‌های آماری همچنان حفظ می‌شود؟

### چارچوب نظری تحقیق

بر اساس مبانی نظری موجود، رسانه می‌تواند نقش محوری در شکل‌گیری نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتارهای مرتبط با سبک زندگی و سلامت، چه مثبت و چه منفی، داشته باشد (براون<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۰۲: ۴۵۳؛ واندر، ۲۰۰۷: ۴۵۷۵). مک‌کوایل<sup>۷</sup> (۲۰۱۰: ۴۵۶-۴۶۰) ضمن مرور رویکردهای موجود، از چهار مرحله اساسی در توسعه رویکردهای نظری سخن رانده است. رویکردهای مرحله نخست، یا همان رسانه تمام-قدرتمند<sup>۸</sup>، شامل رویکردهای غالب اوایل قرن بیستم

1. Hearold
2. Rosengren
3. Rideout
4. Gerbner
5. Lyn
6. Brown
7. McQuail
8. All-powerful media

میلادی است که بیشتر بر تأثیر نهایی و عمیق رسانه‌ها، در شکل‌گیری عقاید و باورها، تغییر عادات‌های زندگی و قالب‌ریزی رفتارهای افراد، همسو با رسانه‌ها، تأکید دارند. رویکردهای مرحله دوم، معروف به تأثیر محدود رسانه‌ها<sup>۱</sup>، رویکردهای غالب اواسط قرن بیستم است که با به چالش کشیدن اثر کلی رسانه‌ها، تحت تأثیر ورود عوامل جمعیت‌شناختی و روان‌شناختی دیگر به مدل‌های تبیینی، تأثیر مستقل چندانی برای رسانه‌ها قائل نشده و مدعی شده‌اند که رسانه‌ها، حتی اگر دارای تأثیرهایی هم باشند، بسیار محدود و حاشیه‌ای است. در دوره سوم، یا دوره معروف به احیای رسانه‌های قدرتمند<sup>۲</sup>، که همزمان با ظهور تلویزیون در نیمه دوم قرن بیستم است، بار دیگر، بر تأثیرهای شدید و مستقیم رسانه‌ها، به‌ویژه در طولانی‌مدت تأکید شده است. در نهایت، رویکردهای مرحله چهارم، که متعلق به اواخر قرن بیستم میلادی و معروف به تأثیر توافقی رسانه<sup>۳</sup>، بر بازبینی تأثیرهای یک‌طرفه است، ادعا می‌کند که اثر رسانه‌ها، بستگی به شرایط اجتماعی و ویژگی‌های افراد و همچنین تعامل فعالانه مخاطب با رسانه و محتوای آن دارد.

لاسلول<sup>۴</sup> در نظریه کارکردگرایانه خود، راجع به نقش رسانه در جامعه معتقد است که رسانه و ارتباطات، کارکردهای مختلفی را از جمله؛ نظارت بر محیط، یکپارچگی اجتماعی و انتقال میراث فرهنگی بر عهده دارد (لاسلول، ۱۹۴۸؛ به نقل از مک‌کوایل، ۲۰۱۰). در ادامه رایت<sup>۵</sup> نیز، با توسعه رویکرد عمومی لاسول در مورد تأثیرهای رسانه، کارکرد دیگری شامل کارکرد تفریحی نیز برای رسانه در نظر گرفته است (رایت، ۱۹۶۰: ۶۰۹). مک‌کوایل (۲۰۱۰) پنج کارکرد اصلی را برای رسانه بر شمرده است:

**نخست؛** کارکرد اطلاعات، شامل اطلاع‌رسانی در زمینه حوادث و وقایع در زمینه‌ها و سطوح مختلف، به‌تصویر کشیدن روابط قدرت، و تسهیل نوآوری، سازگاری، رشد و پیشرفت است.

**دوم؛** کارکرد پیوستگی، شامل تفسیر و توضیح حوادث و اطلاعات، پشتیبانی از هنجارها و اقتدار مستقر در جامعه، کمک به جامعه‌پذیری افراد، هماهنگی فعالیت‌های متنوع، ایجاد توافق و اجماع، تنظیم اولویت‌ها و تعیین پایگاه‌های نسبی افراد و امور می‌شود.

**سوم؛** کارکرد تداوم، شامل بیان فرهنگ غالب، به رسمیت شناختن خرده‌فرهنگ‌ها و توسعه فرهنگی، و نگهداشت یکپارچگی و اشتراکات ارزشی است.

**چهارم؛** کارکرد تفریح و سرگرمی، شامل ایجاد هیجان و سرگرمی و لوازم آرامش برای افراد و کاهش تنش‌های اجتماعی است.

1. Limited media effect
2. Powerful media rediscovered
3. Negotiated media effect
4. Lasswell
5. Wright

در نهایت پنجم؛ کارکرد تحرک، شامل مبارزه و تلاش رسانه در عرصه‌های سیاسی، جنگ، توسعه اقتصادی، کار و حرفه و گاهی دین، برای دستیابی به اهداف اجتماعی است.

در رویکردهای مارکسیستی، به‌ویژه نسخه تجدید نظرشده آن، بر تأثیرهای ایدئولوژیک رسانه به‌نفع طبقات حاکم، بازتولید روابط استثمارگرانه، جعل واقعیت‌ها، تلاش برای حفظ اقتدار طبقه سرمایه‌دار و استیلای آن بر طبقه کارگر در جوامع سرمایه‌داری و توده‌ای تأکید می‌شود. گرامسکی<sup>۱</sup> (۱۹۷۱)، با معرفی مفهوم هژمونی<sup>۲</sup>، که یک راه ایجاد آن رسانه است، و همچنین، در ادامه مارکوزه<sup>۳</sup> (۱۹۶۴)، با تعبیرش از رسانه، در کنار سایر عناصر ایجادکننده نظام‌های توده‌وار، به عنوان عامل ارائه یا تحمیل یک نظام عمومی ارزشی، نگرشی و رفتاری به افراد، که در آن واحد، هم دلخواه و هم سرکوبگر است، از پیروان این مکتب فکری قرار می‌گیرند. اصطلاح صنعت فرهنگ، که برای نخستین بار توسط طرفداران مکتب فرانکفورت از جمله آدورنو<sup>۴</sup> (۱۹۷۲) به کار رفت، برای بحث از تأثیرگذاری نامناسب رسانه‌ها در جوامع توده‌وار مدرن توسعه یافته است (همگی به نقل از مک‌کوایل، ۲۰۱۰). در چنین شرایطی، رسالت رسانه بیش از آنی که آموزش و رهایی‌بخشی باشد، نشر مطالبی با محتوای سرگرم‌کننده، هیجان‌انگیز و تخدیرکننده است که نتیجه آن تقویت خیال‌پردازی، گریز از واقعیت و سرانجام از خود بیگانگی و بحران هویت است (کازنو، ۱۳۶۷: ۳۲۱).

مبتنی بر نظریه یادگیری اجتماعی باندورا، چهار فرایند اصلی یادگیری اجتماعی عبارت‌اند از: توجه، مشاهده دقیق و نه تماشای انفعالی؛ یادسپاری، آموختن آنچه که مشاهده می‌شود؛ فرآوری، ترکیب آموخته‌ها، شکل دادن به مدل‌های رفتاری و فراهم کردن زمینه برای تبدیل آنچه آموخته‌شده به عمل یا رفتار؛ و انگیزش، ادراک فرد در مورد منافع رفتار و اینکه تا چه حدی رفتار انتخابی مورد قبول دیگران است (باندورا، ۱۹۷۶: ۲۳-۲۹). به‌نظر می‌رسد، تجارب رسانه‌ای هر فردی، کاملاً با این چهار مرحله هماهنگ است، ما بیشتر وقت‌ها به محتوایی در رسانه توجه می‌کنیم که ارتباط نزدیکی با تجارب زندگی و یا نیازهای ما داشته باشند؛ در مرحله بعدی، این محتوا را یاد گرفته و با آموخته‌های قبلی خود ترکیب می‌کنیم؛ در مرحله سوم، آنچه که یاد گرفته شده به شکل عملیاتی درآمده؛ و در نهایت، با توجه به عواقب مثبت یا منفی رفتار انتخابی، به تغییر رفتار اقدام می‌کنیم (مک‌کوایل، ۲۰۱۰).

بر اساس رویکردهای جامعه‌پذیری، رسانه می‌تواند ارزش‌ها و نگرش‌ها و رفتار مخاطبان را تغییر داده و هنجارها و ارزش‌های اجتماعی را از طریق سیستم سمبولیک پاداش و تنبیه،

1. Gramsci  
2. Hegemony  
3. Marcuse  
4. Theodor Adorno

برای اشکال مختلفی از رفتارها به مخاطبان بیاموزد. با اینکه نقش سایر عوامل جامعه‌پذیری قابل انکار نیست، امروزه یکی از مهم‌ترین، عمیق‌ترین و فراگیرترین تأثیرهای دوان کودکی و نوجوانی را می‌توان در رسانه‌های جمعی جست، هرچند این تأثیرها نه به صورت مطلق، بلکه کاملاً مقید و مشروط به زمینه‌های آن بوده است (ساروخانی، ۱۳۶۸؛ شرف‌الدین، ۱۳۹۱).

گربنر با طرح نظریه کاشت<sup>۱</sup>، معتقد است که ویژگی‌های اختصاصی افراد و گروه‌های بزرگ طی فرایند رشد، یادگیری و زیست، در یک متن فرهنگی مشخص شکل می‌گیرد (گربنر، ۱۹۷۳: ۵۶۷). مبتنی بر این نظریه، رسانه‌های جمعی، به‌ویژه تلویزیون، چنان جایگاهی در حیات روزمره افراد کسب کرده‌اند که بر محیط اجتماعی سمبولیک انسان‌ها مسلط شده و پیام‌های (مخدوش) خود را، در مورد تجارب فردی و سایر روش‌های فهم جهان، جایگزین آن کرده‌اند. استفاده از تلویزیون و سایر رسانه‌های جمعی، به تدریج منجر به ایجاد باورهای در مورد ماهیت جهان اجتماعی می‌شود که کلیشه‌ای و مغشوش است و به شکلی گزینشی و سیستماتیک توسط رسانه ساخته می‌شوند (مک‌کوایل، ۲۰۱۰).

در سال‌های اخیر، از تأثیر محتوای رسانه‌ها نیز، به عنوان عامل تأثیرگذاری بر نگرش‌ها و رفتارها سخن به میان آمده است (هارگریو<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۶؛ مک‌کوایل، ۲۰۱۰). بنا بر نظر دوتا<sup>۳</sup>، رسانه و سلامت به شکل تنگاتنگی در هم تنیده‌اند و رسانه، در سطح فردی می‌تواند از طریق انتشار اطلاعات مربوط به سلامت، متقاعدسازی، استقرار انتظارات هنجارین و الگوسازی در زمینه سلامت و رفتارهای مربوطه، تأثیر عمده بر رفتارها و سبک زندگی افراد بر جای بگذارد (دوتا، ۲۰۱۶: ۱-۲). این تأثیرها، با توجه به تولیدات رسانه‌ای با محتوای ارتقاء سلامت، در مقابل تولیدات رسانه‌ای مخرب سلامت و تجارب نامناسب سلامتی، می‌تواند تأثیرهای مختلف مثبت یا منفی در پی داشته باشد.

سیل<sup>۴</sup> نیز معتقد است، رسانه می‌تواند بر اساس پنج مکانیسم، بر تجارب مربوط به سلامت مخاطب تأثیرگذار باشد. این پنج مکانیسم عبارت‌اند از:

۱. جست‌وجو و پیگیری اطلاعات لازم برای ارتقاء سلامت توسط مخاطب؛
۲. تلاش مخاطب برای انگیزش عاطفی از طریق بازی و سرگرمی؛
۳. مقابله یا همراهی با عقاید حکومتی و غالب؛
۴. محاوره تصویرسازانه مخاطب با عقاید مطرح در رسانه؛
۵. بازبینی در عقاید و رفتارها تحت تأثیر مقایسه خود با الگوهای رسانه‌ای توسط مخاطب (سیل، ۲۰۰۳: ۵۱۷).

1. Cultivation Theory  
2. Hargrave  
3. Dutta  
4. Seale

به طور خلاصه، رسانه‌ها در ارائه مؤلفه‌های مختلف سبک زندگی، نقش برجسته‌ای داشته و تأثیرگذاری آن‌ها بر ارزش‌ها، باورها و تجارب مخاطبان، سرفصل مهمی در مطالعه‌های جامعه‌شناسی ارتباطات است. سبک زندگی و الگوی مصرف رسانه‌ای، در تعامل نزدیک با هم هستند (رضوی‌زاده، ۱۳۸۶: ۱۳)، به هر حال، الگوی مصرف رسانه‌ای می‌تواند تأثیر از مثبت تا منفی بر سبک زندگی (سالم) مخاطبان خود در کوتاه و بلندمدت برجای بگذارد.

### پیشینه تحقیق

هرچند در کشور مطالعه‌ای در دسترس نبود که مستقیم، ارتباط بین الگوی مصرف رسانه در سه بُعد میزان استفاده، محتوای مورد استفاده و هدفمندی استفاده را روی سبک زندگی سالم بررسی کند، در ادامه چندی از مطالعه‌هایی مرور شده‌اند که به بررسی ارتباط برخی تجارب رسانه‌ای مخاطبان (و بیشتر میزان استفاده آنها از رسانه) با برخی مؤلفه‌های سبک زندگی پرداخته‌اند.

فتحی و مختارپور (۱۳۹۳) تحقیقی را با عنوان «بررسی نقش و تأثیر رسانه‌های نوین تصویری در تغییر سبک زندگی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات» و با روش پیمایشی و استفاده از پرسشنامه محقق ساخته در میان دانشجویان، به تعداد ۹۷۲۹ نفر انجام دادند. نتیجه این مطالعه نشان داد، استفاده از رسانه‌های نوین تصویری، به شکل‌گیری سبک زندگی ویژه‌ای انجامیده و در هر یک از جنبه‌های مختلف سبک زندگی، نظام ارزشی و جهان‌بینی متفاوتی پدید آمده به نحوی که دانشجویان، در حوزه‌های مختلف زندگی خود از جمله؛ اوقات فراغت و شیوه گذران آن، نگرش به ازدواج، رفتارهای دینی و مدگرایی از الگوهای متفاوتی پیروی می‌کنند.

رضوی‌زاده (۱۳۸۶) مطالعه‌ای را با عنوان «بررسی تأثیر مصرف رسانه‌ها بر سبک زندگی ساکنان تهران» و روش پیمایشی، میان ۱۰۶۵ شهروند مرد و زن ۱۵ تا ۶۵ ساله انجام داد. او دریافت در کنار برخی متغیرهای زمینه‌ای مانند؛ سن، جنس، وضعیت تأهل، تحصیلات و درآمد، سبک مصرف رسانه‌ای و به‌ویژه استفاده از برخی انواع رسانه‌ها، مانند؛ ویدیو، سینما و تلویزیون ماهواره‌ای، با مصرف مادی، به عنوان یکی از مؤلفه‌های سبک زندگی، و مدیریت بدن رابطه معناداری دارد.

قالیبافان و همکاران (۱۴۰۰) در مطالعه مروری خود با عنوان «سنترزوهی تأثیرات مصرف رسانه‌ای در مطالعات پیشین» که روی ۴۵ مقاله داخلی و خارجی مرتبط با موضوع و با روش سنترزوهی و کدگذاری سه‌مرحله‌ای به روش استقرایی انجام شد، دریافت‌اند که هویت فردی - اجتماعی، مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، عمل سیاسی و عناصر فرهنگی جزو مقوله‌های استخراجی برای تأثیرگذاری رسانه قابل شناسایی بوده‌اند. بر اساس یافته‌های این پژوهش، همچنین الگوی بخشی به سبک زندگی فردی و اجتماعی نیز از تأثیرهای استفاده از رسانه در نظر گرفته شده است.



عطریان و همکاران (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای تحت عنوان «ارزیابی رابطه استفاده جوانان شاهین‌شهر از تلگرام و فیلترینگ آن با کیفیت زندگی آنان» که با نمونه‌هایی از متخصصان حوزه ارتباطات و نیز جوانان ۱۸ تا ۳۰ ساله در شاهین‌شهر انجام گرفت، نشان دادند مهم‌ترین تهدیدهای تلگرام در ابعاد مختلف شامل؛ اعتیاد اینترنتی، اتلاف وقت، کم‌تحركی، جعل هویت، تغییر ارتباطات انسانی و تغییر در سبک زندگی و مهم‌ترین فرصت‌های تلگرام در ابعاد مختلف، شامل ایجاد فرصت‌های آموزشی و تسهیل یادگیری، ایجاد دایره‌های دوستی جدید و ترویج مصرف فرهنگی است. این مطالعه به نقاط قوت و ضعف استفاده از تلگرام نیز پرداخته است.

لی (۲۰۰۹) مطالعه‌ای را با عنوان «تأثیر متقابل میان استفاده از رسانه و ارتباط بین فردی در سبک زندگی سلامت‌محور: رابطه تقویتی یا جانشینی؟» و روش پیمایش میان ۲۱۰۷ نفر از شهروندان آمریکایی انجام داد. او نشان داد، تأثیر استفاده از تلویزیون و اینترنت، بر رفتارهای مبتنی بر سبک زندگی سالم، بین افرادی که روابط بین فردی پایین‌تری با افراد خانواده یا دوستان داشتند، قوی‌تر است. نتایج حاکی از مدل ارتباطی جانشینی بین دو متغیر مستقل تحقیق بود، به این معنی که تأثیرهای رسانه بر سبک زندگی سلامت‌محور، به عنوان جانشینی برای روابط بین فردی عمل کرده است.

هریس و همکاران (۲۰۰۹) در مطالعه خود با عنوان «تماشای تلویزیون و رژیم غذایی ناسالم: ضرورتی برای مداخله‌های مربوط به تجارب کودکان در زمینه رسانه» با مطالعه ۲۰۶ نفر از دانشجویان دانشگاه‌های دولتی و خصوصی، دریافتند که تجارب رسانه‌ای قبلی، می‌تواند بر انتخاب‌های غذایی ناسالم در بین دانشجویان تأثیرگذار باشد. همچنین، روابط با والدین و میزان تماشای تلویزیون، به‌طور مستقل توانسته‌اند بر اولویت‌های غذایی و رژیم غذایی کودکان تأثیرگذار باشند.

مارشال<sup>۱</sup> و همکاران در سال ۲۰۰۴ مطالعه‌ای را با عنوان «ارتباط بین استفاده از رسانه، چاقی و تحرک بدنی بین کودکان و نوجوانان: یک فراتحلیل» با استفاده از اطلاعات ۵۲ نمونه مستقل (و در مجموع ۴۴ هزار و ۷۰۷ کودک و نوجوان) در چندین کشور مختلف به انجام رساندند. نتایج نشان داد که تماشای تلویزیون می‌تواند به‌طور نسبی زمینه چاقی برای هر دوی کودکان و نوجوانان باشد. در این مطالعه، رابطه منفی (و ضعیفی) بین میزان تماشای تلویزیون و تحرک بدنی نیز مشاهده شد.

لاوری<sup>۲</sup> و همکاران در سال ۲۰۰۲ تحقیقی را درباره «مشاهده تلویزیون و رابطه آن با اضافه‌وزن و سبک زندگی غیرمتحرک و مصرف ناکافی میوه‌ها و سبزیجات»، در میان دانش‌آموزان دبیرستانی آمریکایی انجام دادند. آنها مشاهده کردند که ۱۱ درصد از دانش‌آموزان،

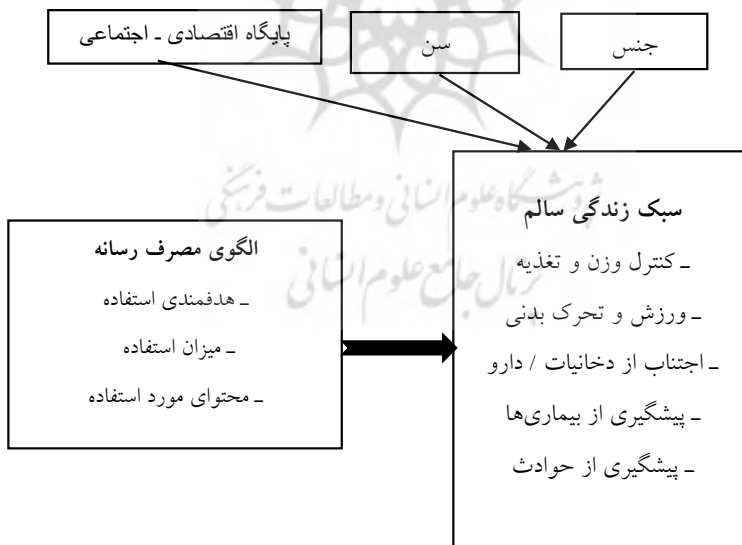
1. Marshall  
2. Lowry

دارای اضافه‌وزن، ۳۱ درصد دچار کم‌ تحرکی و ۷۶ درصد در برنامه غذایی خود میوه و سبزیجات کافی استفاده نمی‌کنند. تماشای تلویزیون، بیشتر از ۲ ساعت در روز، با تحرک بدنی پایین، اضافه‌وزن و مصرف پایین سبزی و میوه‌جات، میان سفیدها و با میزان اضافه‌وزن در میان آمریکایی‌های لاتین تبار رابطه داشت. تماشای زیاد تلویزیون، با اضافه‌وزن و مصرف پایین میوه و سبزیجات، میان مردان سفیدپوست رابطه داشت، ولی از این حیث، رابطه‌ای میان مردان آمریکایی لاتین تبار مشاهده نشد.

ویلانی<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر رسانه بر کودکان و نوجوانان: مرور مطالعه‌های ۱۰ساله» به بررسی تحقیق‌های مربوطه در دهه ۱۹۹۰ میلادی پرداخت. او متوجه شد کودکان، رفتارهای نمایش داده‌شده در رسانه را آموخته و همچنین نظام ارزشی خود را با آن‌ها هماهنگ می‌کنند. تأثیرهای اولیه رسانه روی کودکان، مواردی مانند افزایش سطح خشونت و رفتارهای تهاجمی؛ افزایش رفتارهای پرخطر شامل؛ استعمال دخانیات و مصرف مشروبات الکلی بالا و پایین آمدن سن شروع رابطه جنسی بوده است.

### مدل تحلیلی تحقیق

با توجه به مباحث نظری و پیشینه تجربی تحقیق، مدل تحلیلی تحقیق به این شکل قابل ارائه است:



شکل ۱. مدل تحلیلی تحقیق

بر اساس شکل ۱، متغیر وابسته تحقیق، سبک زندگی سالم است، که پنج بُعد دارد: کنترل وزن و تغذیه، ورزش و تحرک بدنی، اجتناب از دخانیات و داروهای غیر مجاز، پیشگیری از بیماری‌ها و پیشگیری از حوادث. متغیرهای مستقل زمینه‌ای تحقیق شامل سن، جنس و پایگاه اقتصادی-اجتماعی است. الگوی مصرف رسانه متغیر اصلی مستقل تحقیق است و سه بُعد آن شامل میزان استفاده، محتوای مورد استفاده و همچنین نوع (هدفمندی) استفاده می‌شود.

## روش تحقیق

تحقیق حاضر، از لحاظ ماهیت و محتوا، جزو مطالعه‌های توصیفی-تحلیلی و از نوع پیمایشی است، از نظر هدف، نظری/کاربردی و از نظر زمان جزو مطالعه‌های مقطعی به‌شمار می‌رود. جامعه آماری تحقیق را، دانش‌آموزان دبیرستان‌های دولتی ناحیه ۳ تبریز (بدون هنرستان‌ها) تشکیل می‌دهند، که بر اساس آمار استعلامی از اداره آموزش و پرورش ناحیه ۳ شهر تبریز، ۵ هزار و ۴۵۳ نفر (۳ هزار و ۵۲۸ دختر و هزار و ۹۲۵ پسر) هستند. حجم نمونه بر اساس جدول مورگان، ۳۵۶ نفر تعیین شده است.

برای جمع‌آوری داده‌ها، از پرسشنامه ترکیبی استاندارد/محقق ساخته استفاده شده است؛ بخش نخست پرسشنامه، شامل سؤال‌های محقق ساخته، جهت اندازه‌گیری الگوی استفاده از رسانه و متغیرهای زمینه‌ای و بخش دوم پرسشنامه، شامل پرسشنامه استاندارد سبک زندگی سالم (علی و همکاران، ۱۳۹۱) بوده است. روایی ابزار اندازه‌گیری از طریق اعتبار محتوایی (از نوع صوری) و پایایی شاخص‌ها، با استفاده از ضرایب آلفای کرونباخ ارزیابی شد. ضریب آلفا برای ابعاد؛ ورزش و تندرستی (۸ گویه) حدود ۰/۸۳، کنترل وزن و تغذیه (۶ گویه) حدود ۰/۵۱، پیشگیری از بیماری‌ها (۵ گویه) حدود ۰/۶۳، اجتناب از داروها و مواد مخدر (۶ گویه) حدود ۰/۶۲، و پیشگیری از حوادث (۷ گویه) در حدود ۰/۷۴ برآورد شده است.

برای ایجاد شاخص‌های مربوط به هر یک از ابعاد و شاخص کل سبک زندگی سالم، بعد از هم‌جهت کردن گویه‌ها، میانگین نمره‌های گویه‌های مربوطه محاسبه شده است که در آن‌ها نمره‌های بالاتر نشانه سبک زندگی سالم‌تر است. شاخص میزان استفاده از رسانه، بر اساس زمان استفاده از هر کدام از رسانه‌ها (ساعت در شبانه روز) برآورد شد و شاخص هدفمندی استفاده از رسانه نیز، با میانگین‌گیری از گویه‌های مربوطه ایجاد شده است. شاخص نهایی در مقیاس شبه‌فاصله‌ای، بر اساس اولویت‌بندی پاسخگو از محتواها ایجاد شد که نمره بالاتر آن‌ها نشان‌دهنده اولویت بالای آن محتوا برای پاسخگو است. این کار، شاید برای اولین بار در مطالعه‌های حوزه رسانه انجام شده و از لحاظ روش شناختی، گام هر چند کوتاهی در مسیر کمی‌سازی محتوای مورد استفاده در رسانه‌ها است.

تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۰ در دو بخش توصیفی و استنباطی ارائه

شده است. برای بررسی روابط دومتغیره از مقایسه میانگین‌ها شامل t-test و آنالیز واریانس یک طرفه و I پیرسون و برای تحلیل چندمتغیره از مدل‌های رگرسیونی استفاده شد.

## تعریف مفاهیم

سبک زندگی سالم، الگوهایی از ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای مرتبط با سلامت است که افراد در پاسخ به شرایط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی‌شان اتخاذ می‌کنند (ابل، ۱۹۹۱: ۹۰۱)؛ یا رفتارهایی دال بر برخی از جنبه‌های رفتاری مرتبط با سلامت است مانند؛ اجتناب از استعمال دخانیات و مشروبات الکلی، عادات غذایی مناسب، فعالیت بدنی، اجتناب از سوء مصرف مواد، رعایت بهداشت فردی، استراحت و بستن کمربند ایمنی و رفتارهای مشابه (کاکرهام، ۲۰۰۷: ۲۰۶۱). برای تعریف عملیاتی سبک زندگی سالم، از پرسشنامه سبک زندگی لعلی و همکاران (۱۳۹۱) استفاده شد که آن را مفهومی با ابعاد پنج‌گانه تعریف کرده است (شکل ۱). رسانه، اصطلاحی کلی برای اشاره به سیستم‌ها یا دستگاه‌های انتقال اطلاعات است که برای انتقال پیام، سرگرمی و برقراری ارتباط به کار برده می‌شوند، مانند تلویزیون، فیلم، اینترنت، روزنامه، رادیو، کتاب و نظایر آن‌ها (بولک و همکاران، ۱۳۸۷: ۴۲). رسانه‌های همگانی به شکل‌های مختلفی مانند؛ روزنامه‌ها، مجله‌ها، رادیو یا تلویزیون که به منظور رساندن پیام، به پیام‌گیرندگان انبوه طرح‌ریزی شده دلالت دارد (شایان‌مهر، ۱۳۷۷: ۲۷۹ - ۲۸۰).

استفاده از رسانه، می‌تواند دست کم، در سه بعد شامل میزان استفاده، محتوای مورد استفاده، و نوع (هدفمندی) استفاده، در نظر گرفته شود. میزان استفاده به زمان سپری شده جهت استفاده از رسانه اطلاق می‌شود. محتوای مورد استفاده از طریق طبقه‌بندی موضوعی محتواهای رسانه، در طبقاتی نظیر خبری/سیاسی، علمی، سرگرمی، فیلم و سریال و نظایر آن‌ها قابل تعریف است. دو نوع استفاده از رسانه نیز، شامل استفاده غیر هدفمند یا آداب‌پرستانه و استفاده هدفمند یا ابزاری است، استفاده غیر هدفمند، بیشتر بدون برنامه قبلی و بدون هدف و تنها از سر عادت یا گذران وقت و سرگرمی است که وابستگی شدیدی به رسانه نیز ایجاد می‌کند و از آن به استفاده انفعالی از رسانه نیز تعبیر می‌شود. در مقابل استفاده هدفمند یا ابزاری، به استفاده توأم با برنامه از پیش تعیین شده اشاره دارد و در جهت رفع نیاز صورت می‌گیرد که به استفاده فعال نیز معروف است.

با توجه به تعریف الگوی استفاده از رسانه، میزان استفاده، بر اساس متوسط میزان ساعت استفاده از رسانه در یک شبانه روز در نظر گرفته شد. محتوای مورد استفاده، بر اساس اولویت پاسخگو در استفاده از محتواهای مختلف، مانند خبری - سیاسی؛ علمی - مستند؛ اجتماعی - فرهنگی؛ اقتصادی؛ فیلم و سریال؛ تفریح و سرگرمی و ورزشی در رسانه‌های جمعی متنوع، شامل تلویزیون، روزنامه، مجله، اینترنت، موبایل، بازی‌های رایانه‌ای و بازی‌های مبتنی بر

گوشی‌های همراه و تبلت‌ها، کتاب غیردرسی و شبکه‌های اجتماعی سنجیده شد. هدفمندی استفاده از رسانه نیز، با استفاده از گویه‌هایی شامل استفاده از رسانه‌ها با برنامه قبلی و برای یافتن اطلاعات مورد نیاز، استفاده از رسانه‌های جمعی بدون برنامه‌ریزی، دنبال کردن برنامه از قبل تعیین شده در رسانه‌های جمعی، تعطیل کردن تمام کارها در زمان استفاده از رسانه‌های جمعی، استفاده از رسانه برای گذران وقت، عادت به استفاده روزانه از رسانه‌ها، استفاده از رسانه‌ها برای تفریح و سرگرمی، سخت بودن زندگی بدون رسانه، باور کردن بیشتر محتواهای رسانه‌ها، و داشتن دوستان زیاد در شبکه‌های اجتماعی سنجش شده‌اند.

### یافته‌های پژوهش

توزیع پاسخگویان، بر اساس جنس نشان می‌دهد که ۱۲۷ نفر (۳۵/۷ درصد) از دانش‌آموزان مورد بررسی پسران و ۲۲۹ نفر (۶۴/۳ درصد) را دختران تشکیل داده‌اند. بیشتر دانش‌آموزان در بازه سنی ۱۵ تا ۲۰ سالگی قرار داشته و میانگین سنی آنها ۱۶/۲۱ سال با انحراف استاندارد ۰/۹۱ است. نمره شاخص پایگاه اقتصادی - اجتماعی دانش‌آموزان در بازه صفر (به معنای پایین‌ترین سطح) و ۳/۳۸ (به معنای بالاترین سطح) میانگین ۱/۷۱ و انحراف استاندارد ۰/۵۷ به دست آمد. توزیع مقادیر متغیرهای سن و پایگاه اقتصادی - اجتماعی، تا حد زیادی به توزیع نرمال نزدیک بوده است<sup>۱</sup>.

جدول ۱، اطلاعات توصیفی متغیرهای فاصله‌ای تحقیق را ارائه کرده است. بر اساس اطلاعات این جدول، میانگین نمره سبک زندگی سالم، برای کل نمونه ۴/۲۳، حداقل نمره ۱/۸۷ و حداکثر نمره ۵/۷۹ با انحراف استاندارد ۰/۶۳۲ محاسبه شد. بالاترین میانگین در ابعاد مختلف شاخص سبک زندگی سالم (۴/۹۲) برای اجتناب از داروها و مواد مخدر یعنی سالم‌ترین عملکرد و کمترین میانگین برای ابعاد کنترل وزن و تغذیه (۳/۷۵) و ورزش و تندرستی (۳/۸) بود؛ به این معنا که دانش‌آموزان، در زمینه تغذیه و فعالیت بدنی، سبک زندگی با سلامت کمتری داشته‌اند. اطلاعات تکمیلی در جدول ۱ قابل دسترسی است.

۱. لازم به توضیح است که برای جلوگیری از افزوده شدن بر حجم مقاله، اطلاعات مربوط به شکل توزیع متغیرها ارائه نشده است و در صورت نیاز، نتایج ارزیابی‌ها از طریق مکاتبه با نویسنده مسئول مقاله در دسترس هستند.

جدول ۱. آماره‌های توصیفی سبک زندگی سالم و ابعاد مختلف آن (نمونه = ۳۵۶)

شاخص‌های سبک زندگی	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف استاندارد
شاخص سبک زندگی سالم	۱/۸۷	۵/۷۹	۴/۲۳	۰/۶۳۲
ورزش و تندرستی	۱/۱۳	۶	۳/۸	۱/۰۶۲
کنترل وزن و تغذیه	۱/۸۳	۶	۳/۷۵	۰/۸۴۲
اجتناب از داروها و مواد مخدر	۱	۶	۴/۹۲	۱/۰۱۶
پیشگیری از بیماری‌ها	۱	۶	۴/۴۳	۰/۹۵۴
پیشگیری از حوادث	۱	۶	۴/۲۵	۱/۰۲۲
استفاده از انواع رسانه (به ساعت)	۰/۲۵	۱۹	۷/۸۶	۴/۳۲۹
هدفمندی استفاده از رسانه	۱	۶	۳/۶۷	۱/۰۵
اولویت محتوای خبری - سیاسی	۰	۶	۱/۰۶	۱/۴۴۹
اولویت محتوای علمی - مستند	۰	۶/۶۷	۱/۰۹	۱/۲۷۱
اولویت محتوای اجتماعی - فرهنگی	۰	۵/۶۰	۱/۰۱	۱/۲۵۸
اولویت محتوای اقتصادی	۰	۱/۶۰	۰/۲۳	۰/۴۸۶
اولویت محتوای فیلم و سریال	۰	۶/۷۵	۲/۴۶	۱/۵۰۲
اولویت محتوای تفریح و سرگرمی	۰	۶/۴۰	۲/۳۵	۱/۶۱۶
اولویت محتوای ورزشی	۰	۷	۱/۱۹	۱/۵۵۵
پایگاه اقتصادی - اجتماعی	۰	۳/۳۸	۱/۷۱	۰/۵۶۹
سن پاسخگویان	۱۵	۲۰	۱۶/۲۱	۰/۹۰۷

جدول ۱، اطلاعات توصیفی متغیرهای مستقل فاصله‌ای تحقیق را نیز نشان می‌دهد. زمان اختصاص یافته به انواع رسانه‌های جمعی، به‌طور روزانه و متوسط، ۷/۸۶ ساعت برآورد شده است. این میزان در کمترین و بیشترین حالت خود، به ترتیب بین یک ربع ساعت (۰/۲۵) و ۱۹ ساعت (به‌احتمال در شرایطی اغراق‌آمیز توسط دانش‌آموزان معدودی) اظهار شده است. انحراف استاندارد میزان استفاده از رسانه‌ها در حدود ۴/۳۳ است. برخی مطالعه‌های قبلی (رایداوت و همکاران، ۲۰۱۰) نیز مقادیر مشابهی (متوسط ۷/۵ ساعت در روز) را برای استفاده از رسانه‌های جمعی، بین نوجوانان آمریکایی گزارش کرده‌اند.

میانگین نمره هدفمندی استفاده از رسانه، در مقیاس ۱ تا ۶، حدود ۳/۶۷ با انحراف

استاندارد ۱/۰۵ برآورد شده است. این رقم، اندکی بالاتر از حد وسط طیف قرار دارد و نشان می‌دهد وضعیت استفاده هدفمند از رسانه (در مقابل استفاده منفعلانه از آن) بین دانش‌آموزان مورد بررسی، در وضعیت بینابینی بوده است.

عموم شاخص‌های ایجادشده برای اولویت محتوای استفاده شده در رسانه، با تفاوت‌هایی اندک، در بازه صفر تا ۶ قرار دارند، صفر به معنای اولویت پایین آن محتوا و ۶ به معنای اولویت بالای آن محتوا است. ستون متوسط نمره اولویت در جدول ۱، نشان‌دهنده اولویت بالای محتواهای فیلم و سریال (۲/۴۶) و تفریح و سرگرمی (۲/۳۵) در مقایسه با سایر محتواها است. محتوای اقتصادی، پایین‌ترین اولویت (۰/۲۳) را به خود اختصاص داده و باقی محتواها در وضعیتی بینابینی قرار گرفته‌اند. همچنین بر اساس یافته‌ها، متوسط زمان اختصاص‌یافته دانش‌آموزان در شبانه‌روز، به انواع مختلف رسانه‌های جمعی شامل تلویزیون داخلی ۲۰/۶، تلویزیون خارجی ۱/۶۷، روزنامه/مجله ۰/۷۵، کتاب غیردرسی ۱/۳۶، اینترنت ۲/۶۱ شبکه‌های اجتماعی ۲/۳۷ و بازی‌های دیجیتالی ۱/۶۹ ساعت برآورد شده است که حاکی از غلبه رسانه‌های دیداری در مقایسه با رسانه‌های نوشتاری است.

نمره متوسط پایگاه اقتصادی - اجتماعی دانش‌آموزان در کمترین حالت صفر و در بیشترین حالت ۳/۳۸ با میانگین ۱/۷۱ و انحراف استاندارد در حدود ۰/۵۷ بوده است. سن پاسخگویان نیز بین ۱۵ تا ۲۰ سال متغیر بوده و متوسط سن دانش‌آموزان مورد بررسی در حدود ۱۶/۲۱ سال با انحراف استاندارد نزدیک به یک سال به دست آمد.

جدول ۲، نتایج مقایسه میانگین‌های نمرات سبک زندگی سالم و ابعاد آن را برای دو گروه جنسی دانش‌آموزان نشان می‌دهد. میانگین شاخص کل سبک زندگی سالم، برای پسران دانش‌آموز ۴/۰۶ و پایین‌تر از میانگین این شاخص برای هم‌آوردان دختر آنها (۴/۳۲) برآورد شده است، به این معنا که در کل، دختران نسبت به پسران، سبک زندگی سالم‌تری دارند. این تفاوت با توجه به نتایج آزمون مقایسه میانگین‌ها برای دو گروه مستقل ( $t = -3/623 \text{ Sig} = 0/000$ ) از نظر آماری در سطح بالایی معنادار است. از این رو، می‌توان گفت که دختران نسبت به پسران، به شکل معناداری، سبک زندگی سالم‌تری را دنبال می‌کنند. به‌استثنای بُعد کنترل وزن و تغذیه که تفاوت معناداری بین دو گروه دختران و پسران مشاهده نشد، در ابعاد دیگر سبک زندگی سالم، تفاوت‌ها معنادار است. باید اذعان داشت، گرچه در عموم ابعاد سبک زندگی سالم، دختران عملکرد بهتری داشته‌اند، در بُعد ورزش و تندرستی، عملکرد پسران نسبت به دختران دانش‌آموز بهتر است.

جدول ۲. نتایج مقایسه میانگین‌های سبک زندگی سالم و ابعاد آن بر حسب جنس

نتایج آزمون t			میانگین		میانگین‌های سبک زندگی سالم ابعاد سبک زندگی سالم
سطح معناداری (دو دامنه)	درجه آزادی	آماره t	زن	مرد	
۰/۰۰۰	۲۲۱	-۳/۶۲۳	۴/۳۲	۴/۰۶	شاخص کل سبک زندگی سالم
۰/۰۵۸	۳۵۴	-۱/۹۰۲	۳/۸۱	۳/۶۴	کنترل وزن و تغذیه
۰/۰۰۰	۳۵۴	۴/۳۶۷	۳/۶۲	۴/۱۲	ورزش و تندرستی
۰/۰۰۰	۲۰۷	-۵/۲۷۰	۴/۶۴	۴/۰۶	پیشگیری از بیماری‌ها
۰/۰۰۰	۲۲۲	-۴/۳۸۸	۴/۱	۴/۵۹	اجتناب از داروها و مواد مخدر
۰/۰۰۰	۳۵۴	-۵/۰۶۴	۴/۴۵	۳/۸۹	پیشگیری از حوادث

جدول ۳، نتایج ضرایب همبستگی پیرسون را بین متغیرهای مستقل فاصله‌ای و سبک زندگی سالم و ابعاد آن ارائه کرده است. بر اساس این نتایج، میزان استفاده از انواع رسانه، ارتباط آماری معنادار و منفی ( $r = -0.182$ ;  $Sig = 0.000$ ) را با شاخص سبک زندگی سالم نشان داده است. رابطه مشابهی بین میزان استفاده از رسانه‌ها و ابعاد اجتناب از داروها و مواد و پیشگیری از حوادث نیز مشاهده شده است؛ به این معنا که میزان استفاده از رسانه‌های جمعی هر چه بیشتر باشد، دانش آموزان به طور متوسط، نمره پایینی در این دو بُعد شاخص سبک زندگی سالم دریافت کرده‌اند.

بر اساس ضریب همبستگی  $0.346$  و سطح معناداری  $0.05$ ، هدفمندی استفاده از رسانه، رابطه مثبت و معناداری با سبک زندگی سالم دارد. رابطه مشابهی بین هدفمندی استفاده از رسانه‌ها و ابعاد مختلف سبک زندگی سالم، به استثنای ورزش و تندرستی، نیز مشاهده می‌شود. برخلاف میزان استفاده از رسانه‌های جمعی که رابطه‌ای منفی با سبک زندگی سالم نشان داده، استفاده هدفمند از رسانه‌های جمعی، می‌تواند سبک زندگی سالم را میان دانش آموزان را ارتقاء دهد.



جدول ۳. نتایج ضرایب همبستگی بین متغیرهای مستقل فاصله‌ای با سبک زندگی سالم (و ابعاد آن)

هدف استفاده از رسانه	ابعاد سبک زندگی سالم	شاخص سبک زندگی سالم	کنترل وزن و تغذیه	ورزش و تندرستی	پیشگیری از بیماری‌ها	اجتناب از داروها و مواد مخدر	پیشگیری از حوادث
استفاده از انواع رسانه (به ساعت)	-۰/۱۸۲ <sup>**</sup>	-۰/۰۸۱	۰/۰۸۴	-۰/۰۸۴	-۰/۰۲۴۱ <sup>**</sup>	-۰/۲۴۱ <sup>**</sup>	-۰/۲۶۴ <sup>**</sup>
هدمندی استفاده از رسانه	۰/۳۴۶ <sup>**</sup>	۰/۲۲۸ <sup>**</sup>	۰/۰۹۲	-۰/۲۲۱ <sup>**</sup>	۰/۲۹۲ <sup>**</sup>	۰/۲۹۲ <sup>**</sup>	۰/۲۹۲ <sup>**</sup>
اولویت محتوای خبری - سیاسی	-۰/۰۶۶	-۰/۰۶۱	۰/۰۴۹	-۰/۰۹۷	-۰/۰۲۸	-۰/۰۸۸	-۰/۰۶۶
اولویت محتوای علمی - مستند	۰/۱۱۶ <sup>°</sup>	۰/۰۸۹	۰/۰۸۵	۰/۱۰۱	۰/۰۶۰	۰/۰۴۲	۰/۱۱۶ <sup>°</sup>
اولویت محتوای اجتماعی - فرهنگی	۰/۰۲۰	-۰/۰۳۲	-۰/۰۰۴	۰/۰۱۸	۰/۰۸۰	-۰/۰۰۴	۰/۰۲۰
اولویت محتوای اقتصادی	۰/۰۵۷	۰/۰۲۷	۰/۰۷۳	۰/۰۲۱	۰/۰۵۸	۰/۰۰۲	۰/۰۵۷
اولویت محتوای فیلم و سریال	۰/۰۲۸	-۰/۰۴۰	۰/۰۰۴	۰/۱۱۶ <sup>°</sup>	۰/۰۶۴	-۰/۰۵۵	۰/۰۲۸
اولویت محتوای تفریح و سرگرمی	۰/۰۷۵	-۰/۰۴۴	-۰/۰۰۴	۰/۱۲۷ <sup>°</sup>	۰/۱۲۷ <sup>°</sup>	۰/۰۲۵	۰/۰۷۵
اولویت محتوای ورزشی	۰/۰۸۰	۰/۰۱۰	۰/۲۹۹ <sup>**</sup>	۰/۰۲۰	۰/۰۴۰	-۰/۱۳۰ <sup>°</sup>	۰/۰۸۰
پایگاه اقتصادی - اجتماعی	-۰/۱۰۵ <sup>°</sup>	-۰/۰۵۱	۰/۰۰۶	۰/۰۰۵	-۰/۰۷۸	-۰/۲۱۶ <sup>**</sup>	-۰/۱۰۵ <sup>°</sup>
سن پاسخگویان	-۰/۱۹۱ <sup>**</sup>	-۰/۱۶۳ <sup>**</sup>	-۰/۰۵۱	-۰/۱۸۲ <sup>**</sup>	-۰/۱۵۱ <sup>**</sup>	-۰/۰۸۵	-۰/۱۹۱ <sup>**</sup>

به طور کلی، اولویت محتوای مختلف رسانه‌ای میان دانش‌آموزان، ارتباط چندانی با سبک زندگی سالم و ابعاد آن نشان نداده است. اولویت بالای برنامه‌های علمی-مستند، به هر حال، با شاخص کل سبک زندگی سالم هر چند ضعیف ارتباطی معنادار دارد؛ هرچه دانش‌آموزان، اولویت بالاتری را به محتوای علمی مستند داده باشند، به نسبت از سبک زندگی سالم‌تری برخوردار بوده‌اند. همچنین، دادن اولویت بالا به محتوای فیلم و سریال و نیز تفریح و سرگرمی، رابطه مثبت و معناداری با بُعد پیشگیری از بیماری‌ها دارد، و اولویت بالای محتوای ورزشی، رابطه مثبت و معناداری را با بُعد ورزش و تندرستی و رابطه منفی و ضعیفی را با بُعد پیشگیری از حوادث نشان داده است.

پایگاه اقتصادی - اجتماعی دانش‌آموزان، رابطه منفی و معناداری را با شاخص کل سبک زندگی سالم نشان داد، به این معنی که دانش‌آموزان دارای پایگاه اقتصادی اجتماعی بالاتر، سبک زندگی ناسالمی را گزارش کرده‌اند. پایگاه اقتصادی اجتماعی فرد، با بُعد پیشگیری از حوادث به نسبت ارتباط بیشتری دارد؛ نتایج نشان می‌دهد که به طور کلی دانش‌آموزان متعلق به پایگاه‌های اقتصادی - اجتماعی بالاتر، عملکرد نامناسبی را در پیشگیری از حوادث در زندگی خود گزارش کرده‌اند.

جدول ۴، نتایج تحلیل رگرسیونی سبک زندگی سالم را ارائه کرده است. قابل ذکر است که پیش فرض‌های اصلی تحلیل رگرسیونی شامل استقلال مشاهده‌ها، بر اساس آماره دوربین واتسون (برابر با ۱/۶۷)؛ یکسانی واریانس و رابطه خطی، بر اساس نمودار پراکنش تصادفی مقادیر استاندارد پیش‌بینی شده در مقابل مقادیر استاندارد باقیمانده برآورد شده است. همچنین عدم هم خطی متغیرهای مستقل بر اساس قرار داشتن مقادیر شاخص تورم واریانس و تولرانس در محدوده قابل قبول؛ توزیع نرمال متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق و توزیع نرمال مقادیر استاندارد باقیمانده رگرسیونی بر اساس نمودارهای هیستوگرام مربوطه محاسبه شده است. از مجموع متغیرهای مورد استفاده در تحلیل‌های رگرسیونی، شامل سن، جنس، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، میزان استفاده، هدفمندی استفاده و اولویت محتوای مورد استفاده، تنها چهار متغیر هدفمندی استفاده از رسانه، سن، جنس و اولویت محتوای ورزشی در مدل رگرسیونی نهایی، تأثیر معناداری بر متغیر وابسته داشته و در مجموع توانسته‌اند نزدیک به ۲۰ درصد از واریانس سبک زندگی سالم را بین دانش‌آموزان تبیین کنند. مدل نهایی، با توجه به سطح معناداری کمیت  $F$  مربوطه (۰/۰۰۰)، از نظر آماری، مدلی کاملاً معنادار است و نشان می‌دهد که تأثیرهای خطی این چهار متغیر مستقل بر سبک زندگی سالم، توأمان تأثیر معناداری است.

جدول ۴. جدول ضرایب تأثیر متغیرهای باقیمانده در مدل رگرسیونی سبک زندگی سالم

ارزیابی هم خطی		معناداری	آماره $t$	ضرایب تأثیر	ضرایب تأثیر		مدل
شاخص تورم	تولرانس			استاندارد شده	B	انحراف استاندارد	
		۰/۰۰۰	۸/۴۹۰	-	۰/۵۷۷	۴/۸۹۸	مقدار ثابت
۱/۰۲۲	۰/۹۷۹	۰/۰۰۰	۶/۷۹۳	۰/۳۲۹	۰/۰۲۹	۰/۱۹۸	هدفمندی استفاده
۱/۰۳۶	۰/۹۶۶	۰/۰۰۳	-۲/۹۶۵	-۰/۱۴۵	۰/۰۳۴	-۰/۱۰۱	سن
۱/۱۵۹	۰/۸۶۳	۰/۰۰۰	۳/۵۹۱	۰/۱۸۵	۰/۰۶۸	۰/۲۴۴	جنس
۱/۱۱۵	۰/۸۹۷	۰/۰۰۱	۳/۴۴۲	۰/۱۷۴	۰/۰۲۱	۰/۰۷۱	محتوای ورزشی
معناداری = ۰/۰۰۰ / آماره $F = ۲۰/۹۴۱$ / ضریب تبیین = ۰/۱۹۳ / ضریب همبستگی کلی = ۰/۴۳۹							

بر اساس نتایج تحلیل رگرسیون، استفاده هدفمند از رسانه‌های جمعی، با داشتن ضریب رگرسیونی (غیر استاندارد) در حدود ۰/۱۹۸، تأثیر مثبت و معناداری بر سبک زندگی سالم دانش‌آموزان دارد. بر اساس این نتایج، افزایش یک واحدی در نمره هدفمندی استفاده از

رسانه‌های جمعی، نمره سبک زندگی سالم دانش‌آموزان را با ضریب  $0/198$  افزایش می‌دهد، به عبارت دیگر، استفاده هدفمند از رسانه می‌تواند نمره سبک زندگی سالم را افزایش داده یا بهبود ببخشد.

سن و جنس نیز از جمله متغیرهایی بوده‌اند که تأثیر نهایی آن‌ها در مدل رگرسیونی، جزو تأثیرهای معنادار حفظ شده است. بر اساس نتایج، افزایش یک واحدی سن دانش‌آموزان، نمره سبک زندگی سالم آن‌ها را با ضریب  $0/101$  کاهش می‌دهد. دانش‌آموزان جوان‌تر، به نسبت سبک زندگی سالم‌تری را دارند. رفتن از میان پسران به میان دختران، موجب افزایش نسبی و معنادار نمره سبک زندگی سالم می‌شود؛ اینکه، تعلق به گروه دختران، در مقایسه با پسران، سبک زندگی سالم‌تری را برای دانش‌آموزان در پی دارد. اولویت یک واحدی بالاتر محتوای ورزشی در رسانه‌ها، می‌تواند نمره سبک زندگی سالم را با ضریب  $0/071$  و به شکل معناداری تحت تأثیر قرار می‌دهد. به عبارت دیگر، دانش‌آموزانی که بین انواع محتواها، اولویت بالاتری را به محتوای ورزشی داده‌اند، به نسبت افرادی که چنین اولیوی را نداشته یا کمتر داشته‌اند، سبک زندگی سالم‌تری را دارند.

مقایسه ضرایب تأثیر رگرسیونی استاندارد (Beta) متغیرهای باقیمانده در مدل رگرسیونی نهایی نشان می‌دهد، متغیر هدفمندی استفاده از رسانه با دارا بودن بالاترین ضریب بتا ( $0/329$ ) مهم‌ترین و مؤثرترین تأثیر را در میان چهار متغیر بر سبک زندگی سالم دارد. از این نظر، متغیرهای جنس با بتای  $0/185$ ، اولویت محتوای رسانه‌ای ورزشی با بتای  $0/174$  و متغیر سن با بتای  $0/145$  در رتبه‌های بعدی اهمیت قرار دارند.

## نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر، رابطه بین الگوی استفاده از رسانه‌های جمعی (در سه بُعد میزان استفاده، هدفمندی استفاده و محتوای مورد استفاده) و سبک زندگی سالم (در ابعاد تغذیه، تحرک بدنی، اجتناب از داروها و مواد مخدر غیر مجاز، اجتناب از حوادث و پیشگیری از بیماری‌ها) را بین دانش‌آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ آموزشی شهر تبریز مطالعه کرده است. نتایج نشان می‌دهد، سبک زندگی دختران به طور کلی، به استثنای بعد ورزش و تحرک بدنی، نسبت به دانش‌آموزان پسر سالم‌تر است. به نظر می‌رسد، دختران به دلیل تجربه محدودیت‌های خانوادگی و جمعی، بیشتر، سبک زندگی سالم‌تری را دنبال می‌کنند؛ البته تأثیر منفی چنین محدودیت‌هایی (از خانوادگی تا اجتماعی) باعث شده آنها در بُعد ورزش و تحرک بدنی عملکرد مناسبی نداشته باشند.

بر اساس نتایج این پژوهش، میزان استفاده از انواع رسانه‌ها، تأثیر منفی بر سبک زندگی سالم دانش‌آموزان دارد. آنها هرچه بیشتر از رسانه‌های جمعی، به‌ویژه از رسانه‌های دیداری،

استفاده کرده باشند، نمره پایین تری را در سبک زندگی سالم دریافت کرده‌اند. اختصاص زمان بیشتر به رسانه‌ها، تأثیر مستقیم و نامناسبی بر برخی از ابعاد سبک زندگی سالم، مانند تحرک و فعالیت بدنی، برای آنها در پی داشته است. استفاده بیشتر از رسانه در مطالعه‌های دیگری نیز، ارتباط منفی را با ابعاد سبک زندگی سالم مانند؛ تغذیه در بین دانشجویان (هریس و همکاران، ۲۰۰۹؛ لآوری و همکاران، ۲۰۰۲) و سطح بالای سوء مصرف داروها و مواد مخدر در میان دانش‌آموزان (استراسبرگر، ۲۰۱۰؛ اودیامبو، ۲۰۱۴؛ ویلانی، ۲۰۰۱) نشان داده است. مطالعه‌های داخلی و خارجی دیگری (مارشال و همکاران، ۲۰۰۴؛ فتحی و مختاریپور، ۱۳۹۳) نیز، رابطه معناداری را بین میزان استفاده از رسانه و ابعاد مختلف سبک زندگی یافته‌اند.

گرچه میزان استفاده از رسانه‌های جمعی، تأثیر نامناسبی بر سبک زندگی سالم میان دانش‌آموزان مورد بررسی داشته، اما استفاده هدفمند از رسانه، توانسته تأثیر مثبتی بر سبک زندگی سالم بر جای بگذارد. می‌توان نتیجه گرفت، دانش‌آموزانی که با برنامه و با آگاهی و هدف قبلی از رسانه‌های جمعی استفاده می‌کنند، در مقایسه با دانش‌آموزانی که بدون برنامه‌ریزی و تنها از روی عادت و یا جهت پرکردن اوقات فراغت خود از رسانه‌ها و آن هم به شکل منفعلانه استفاده می‌کنند، سبک زندگی سالم تری را خواهند داشت.

هرچند بر اساس برخی مطالعه‌های قبلی (دوتا، ۲۰۱۶) محتوای رسانه، تأثیر معناداری بر سبک زندگی افراد داشته، اما در مطالعه حاضر چنین تأثیری بر سبک زندگی سالم میان دانش‌آموزان جز به شکل حاشیه‌ای از ناحیه اولویت محتواهای موجود در رسانه‌های جمعی، مشاهده نشده است. یکی از دلایل این یافته، می‌تواند شباهت بالای محتوای مورد استفاده بین دانش‌آموزان مورد بررسی باشد. توجه به خاستگاه اقتصادی - اجتماعی به نسبت مشابه آنها، با توجه به جامعه آماری انتخابی، بر قدرت‌گرفتن این ادعا می‌افزاید. به احتمال، عدم تأثیرگذاری مورد انتظار پایگاه اقتصادی - اجتماعی دانشجویان بر سبک زندگی سالم نیز از همین علت نشئت گرفته است.

### پیشنهاد‌های پژوهش

با توجه به اینکه پسران در بیشتر ابعاد سبک زندگی سالم، عملکرد نامناسبی، نسبت به دختران داشته‌اند، بایستی هم خود آنان، هم خانواده‌ها و نیز مسئولان مدارس مربوطه، بیشتر از پیش به مجموعه رفتارهای مربوط به سبک زندگی سالم، بین دانش‌آموزان پسر توجه کنند. امر مسلم، اقدام‌های آموزشی، آگاهی‌بخشی، فرهنگ‌سازی و نیز تعامل مناسب بین والدین و مسئولان مدارس، با نوجوانان پسر دبیرستانی، می‌تواند با ایجاد علقه بیشتر بین دانش‌آموزان و اولیا مدارس و والدین، به گسترش الگوهای رفتاری سالم تر سبک زندگی میان آنها را در پی داشته باشد. فراهم‌سازی زمینه برای تحرک بالای دختران دانش‌آموز نیز، در کنار کارهای آموزشی

و فرهنگی، نیاز به ایجاد زیرساخت‌های لازم برای ورزش دختران، به‌طور کلی، و دختران دانش‌آموز به شکل اخص دارد.

با توجه به تأثیر منفی میزان استفاده از رسانه در مقابل تأثیر مثبت استفاده هدفمند از رسانه، بر سبک زندگی سالم، فراهم کردن زمینه برای استفاده درست و هدفمند از رسانه کمک شایانی به پیشبرد اهداف مربوط به ارتقاء سبک زندگی سالم در بین دانش‌آموزان خواهد کرد. دانش‌آموزان امروز، با در اختیار گرفتن ابزارهایی مانند؛ گوشی‌های هوشمند، دسترسی راحت و مداومی به همه انواع رسانه در بستر اینترنت دارند. از این حیث، ضمن پیش‌بینی افزایش سطح استفاده از رسانه در آینده، تدارک آموزش‌های لازم برای بالابردن سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان و والدین، از اقدام‌های عاجل در این زمینه قلمداد می‌شود.

© Authors, Published by Bureau of Media Studies and Planning. This is an open-access paper distributed under the CC BY (license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



## منابع

- آزاد ارمکی، تقی. ۱۳۸۶. «الگوهای سبک زندگی در ایران». مجموعه مقالات الگوهای سبک زندگی ایرانیان. تهران: نشر پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- آسا برگر، آرتور. ۱۳۷۹. نقد فرهنگی. ترجمه حمیرا مشیرزاده. تهران: انتشارات مرکز اسلام و ایران. باکاک، روبرت. ۱۳۸۱. مصرف. ترجمه خسرو صبوری. تهران: نشر شیرازه.
- بوربور، اکرم و سمیه تاجیک اسماعیلی. ۱۴۰۰. «تحلیل وضعیت هویت اجتماعی زنان شهر تهران بر اساس استفاده از رسانه‌های اجتماعی و متغیرهای زمینه‌ای». فصلنامه رسانه. دوره ۳۲. شماره ۴: ۱۲۱ - ۱۶۴.
- بولک، آلن و اولیور استلی برس. ۱۳۸۷. فرهنگ اندیشه نو. ترجمه احمد بیرشک. تهران: نشر مازیار.
- رضاییان، مجید. ۱۳۹۸. «مصرف رسانه‌ای و رابطه آن با نوگرایی». فصلنامه رسانه. دوره ۳۰. شماره ۳: ۱۴۵ - ۱۶۵.
- رضوی‌زاده، سیدنورالدین. ۱۳۸۶. بررسی تأثیر مصرف رسانه‌ها بر سبک زندگی ساکنان تهران. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- ساروخانی، باقر. ۱۳۶۸. جامعه‌شناسی ارتباطات. تهران: نشر اطلاعات.
- شاه‌محمدی، عبدالرضا. ۱۳۸۵. فرهنگ علوم ارتباطات: روزنامه‌نگاری، چاپ و نشر، روابط عمومی، پخش رادیو و تلویزیونی، تبلیغات، بازاریابی، فیلم و گرافیک. تهران: انتشارات زرباف.
- شایان‌مهر، علیرضا. ۱۳۷۷. دایره‌المعارف تطبیقی علوم اجتماعی. کتاب اول. تهران: سازمان انتشارات کیهان.
- شرف‌الدین، سیدحسن. ۱۳۹۱. «نقش رسانه‌های جمعی در انتقال ارزش‌های اجتماعی با تأکید بر رسانه ملی». ماهنامه معرفت. شماره ۱۷۹: ۷۸-۵۷.
- عطریان، نرگس؛ فرامرز عطریان و ریحانه‌سادات سجادی. ۱۴۰۰. «ارزیابی رابطه استفاده جوانان شاهین شهر از تلگرام و فیلترنیک آن با کیفیت زندگی آنان». فصلنامه رسانه. دوره ۳۲. شماره ۴: ۲۰۳ - ۲۳۴.
- فاضلی، محمد. ۱۳۸۲. مصرف و سبک زندگی. قم: صبح صادق.

فتحی، سروش و مهدی مختارپور. ۱۳۹۳. «بررسی نقش و تأثیر رسانه‌های نوین تصویری در تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه علوم و تحقیقات تهران». فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی ایران. ۶(۲): ۱۰۱-۱۱۸.

قالیافان، سیدحسن و فاطمه اکبری‌آواز. ۱۴۰۰. «سنتر پژوهی تأثیرات مصرف رسانه‌ای در مطالعات پیشین». فصلنامه رسانه. دوره ۳۲. شماره ۲: ۷۹-۱۰۶.

کازنو، ژان. ۱۳۶۷. جامعه‌شناسی و سائل ارتباط جمعی. ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی. تهران: انتشارات اطلاعات.

کمالی، سیدتقی. ۱۳۹۱. «تأملی بر سبک زندگی در عصر فناوری‌های مدرن». ماهنامه مدیریت ارتباطات. شماره ۲۲ و ۲۳: ۱۲۴.

گیدنز، آنتونی. ۱۳۷۸. تجدد و تشخص (جامعه و هویت شخصی در عصر جدید). چاپ ششم، ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نشر نی.

لعلی، محسن؛ احمد عابدی و محمدباقر کجباغ. ۱۳۹۱. «ساخت و اعتباریابی پرسشنامه سبک زندگی (LSQ)». دوفصلنامه پژوهش‌های روانشناختی. دوره ۱۵ (۱): ۲۱۳-۱۸۱.

Abel, T. 1991. "Measuring Health Lifestyles in a Comparative Analysis: Theoretical Issues and Empirical Findings", *Social Science & Medicine*, 32 (8): 899-908.

Bandura, A. 1976. *Social Learning Theory*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Bell, D. 1973. *The Coming Post Industrial Society*. New York: Basic Books. Bell, D. 1980. "The Social Framework of the Information Society", In: Forester, T. (Ed.), *The Micro Electronics Revolution*. Blackwell.

Brown, J. D. And Walsh-Childers K. 2002. "Effects of Media on Personal and Public Health", In: Bryant, J. & Zillman, D. (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers: 453-488.

Castells, M. and Blackwell, C. 1996. *The Rise of the Network Society- The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. 1. Blackwell, Oxford.

Cockerham, W. C. 2007. "Health lifestyles", In G. Ritzer (Ed.), *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. USA: Blackwell Publishing Ltd.: 2061-63.

Cockerham, W. C.; Rutten A. and Abel T. 1997. "Conceptualizing Contemporary Health Lifestyles: Moving Beyond Weber", *The Sociological Quarterly*, 38 (2): 321-342.

Dutta, M. J. 2016. "Content Effects: Personal and Public Health", In, Patrick Rössler; Cynthia A. Hoffner; and Liesbet van Zoonen (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Effects*. John Wiley & Sons, Inc: 1-14.

Edwards, A.; Edwards C; Wahl S. T.; and Myers S. A. 2013. *The Communication Age: Connecting and Engaging*. London: Sage Publications, Inc.

Gerbner, G. 1973. "Cultural Indicators: The Third Voice George Gerbner", In George Gerbner, Larry P. Gross, and William H. Melody (Eds.), *Communications Technology and Social Policy*. Chapter 36: 555-73.

Gerbner, G.; Gross L.; Morgan M.; and Signorielli N. 1981. "Health and Medicine on Television", *The New England Journal of Medicine*, 305: 901-904.

Gerbner, G.; Gross L.; Morgan M.; Signorielli N.; Shanahan J. 2002. "Growing Up with Television: Cultivation Processes", In Jennings Bryant and Dolf Zillmann (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Chapter 3: 43-67.

Giddens, A. 2006. *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press.

Hargrave, M. A. and Livingstone S. 2006. *Harm and Offence in Media Content: A Review of the Evidence*. Bristol: Intellect Ltd.

- Harris, J. L. And Bargh J. A. 2009. "Television Viewing and Unhealthy Diet: Implications for Children and Media Interventions", *Health Communication*, 24 (7): 660-673.
- Hearold, S. 1986. "A Synthesis of 1043 Effects of Television on Social Behavior", In George Comstock (Ed.) *Public Communication and Behavior*, Vol. 1, Florida: Academic Press, Inc: 65-121
- Katz-Gerro, T. 2007. "Lifestyle", In G. Ritzer (Ed.), *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. USA: Blackwell Publishing Ltd.: 2644 - 46.
- Lee, C.J. 2009. "The Interplay between Media Use and Interpersonal Communication in the Context of Healthy Lifestyle Behaviors: Reinforcing or Substituting?", *Mass Communication and Society*, 13 (1): 48-66.
- Lowry, R.; Wechsler H.; Galuska D. A.; Fulton J. E.; and Kann L. 2002. "Television Viewing and Its Associations with Overweight, Sedentary Lifestyle, and Insufficient Consumption of Fruits and Vegetables among US High School Students: Differences by Race, Ethnicity, and Gender", *Journal of School Health*, 72 (10): 413-421.
- Lyn, G. 2007. "Media", In G. Ritzer (Ed.). *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. USA: Blackwell Publishing Ltd: 2873-81.
- Marshall, S. J.; Biddle, S. J. H.; Gorely, T.; Cameron, N.; and Murdey, I. 2004. "Relationships between Media Use, Body Fatness and Physical Activity in Children and Youth: A Meta-analysis", *International Journal of Obesity*, 28 (10): 1238-1246.
- McQuail, D. 2010. *McQuails' Mass Communication Theory*. London: Sage Publications, Ltd.
- Muzzatti, S. L. 2007. "Mass Media and Socialization", In G. Ritzer (Ed.). *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. USA: Blackwell Publishing Ltd: 2824-27.
- Odhiambo, O. D. 2014. "Role of Mass Media on Prevalence of Illicit Drug Use among Public Secondary School Students in Kisumu", *International Journal of Science and Research*, 3 (11): 2491-93.
- Rideout, V. J.; Foehr U. G.; and Roberts D. F. 2010. *Generation M2: Media in the Lives of 8- to 18-year-Olds*. California: Henry J. Kaiser Family Foundation.
- Rosengren, K. E.; Johnsson-Smaragdi U.; Sonesson I. 1994. "For Better and for Worse: Effects Studies and Beyond", In, Karl Erik Rosengren (Ed.), *Media Effects and Beyond: Culture, Socialization and Lifestyles*. Chapter 7: 118-132.
- Seale, C. 2003. "Health and Media: An Overview", *Sociology of Health & Illness*, 25 (6): 513-531.
- Strasburger, V. C. 2010. "Policy Statement- Children, Adolescents, Substance Abuse, and the Media", *Pediatrics*, 126 (4): 791-99.
- Villani, S. 2001. "Impact of Media on Children and Adolescents: A 10-year Review of the Research", *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 40 (4): 392-401.
- Wright, C. R. 1960. "Functional Analysis and Mass Communication", *The Public Opinion Quarterly*, 24 (4): 605-620.
- Wunder, D. F. 2007. "Socialization, Agents of", In G. Ritzer (Ed.). *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. USA: Blackwell Publishing Ltd.: 4574-76.