

شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی جوانان: فرا تحلیل پژوهش‌های پیشین

محمد سعید ذکایی¹ * محمد حسین حسینی²

چکیده

نگاه اجمالی به پژوهش‌های انجام شده در زمینه تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان، نشان‌دهنده نتایج متفاوت و در برخی موارد متناقض آنهاست که شناخت دلایل آن عمدتاً از طریق فراتحلیل مسیر است. بدین منظور، پس از پالایش اولیه مقالات، شانزده مقاله علمی - پژوهشی مرتبط به موضوع از طریق پایگاه اطلاعات علمی مگیران انتخاب و بر اساس معیارهای مختلف، در سه سطح نظری، روش‌شناختی و نتیجه‌شناختی فراتحلیل شدند. تصویر کلی به‌دست آمده از فراتحلیل نشان داد که پژوهش‌های انجام شده به‌رغم داشتن نقاط قوت، متأثر از نقاط ضعف نظری و روش‌شناختی هستند که می‌تواند توضیحی بر تفاوت‌ها و تناقض‌های موجود در نتایج به‌دست آمده از این پژوهش‌ها باشد. پراکندگی و عدم انسجام در شاخص‌سازی سبک زندگی، تلقی متفاوت از مفهوم شبکه‌های اجتماعی مجازی، پس‌افتادگی روش‌شناسی نسبت به چهارچوب‌های نظری، کم‌توجهی به اعتبار ابزار، تعمیم نتایج به‌رغم 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.

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی مجازی، سبک زندگی، جوانان، فراتحلیل و روش‌شناسی.

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی - سال ششم - شماره بیست و دوم - بهار 96 - صص 7-25

تاریخ دریافت مقاله: 95/6/7 تاریخ پذیرش مقاله: 95/11/12

1. استاد جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی دانشگاه علامه طباطبایی (saeed.zokaiei@gmail.com)

2. دانشجوی دوره دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبایی (mh_hasani@yahoo.com)

1. مقدمه

شبکه‌های اجتماعی مجازی، ابعاد مختلف سبک زندگی جوانان در دوران معاصر را دستخوش دگرگونی‌های اساسی کرده‌اند. استفاده از این شبکه‌ها، در واقع، مصرف توأمان زمان، فضا و محتوای نمادین است که هر سه از بنیان‌های سبک زندگی در عصر کنونی‌اند. از این رو، سبک زندگی جوانانی که به صورت روزمره درگیر فرایند تولید و مصرف مجازی هستند، در معرض دگرگونی‌های قابل توجهی قرار می‌گیرد؛ تولید و مصرف مجازی در شبکه‌ها، با کاستن از تولید و مصرف فرهنگی غیر مجازی نظیر مطالعه کتاب، روزنامه، تماشای تئاتر و بازدید از موزه‌ها و حتی فعالیت‌های هنری، سبک زندگی فرهنگی کاربران را به صورت مستقیم متأثر می‌سازد (فاضلی، 1386). پیام بلندمدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی، شکل‌گیری عادت‌واره‌های مجازی در بین کاربران است که ویژگی اصلی آن، مصرف انبوه اطلاعات و نشانه‌هایی است که در نگاه کلی، فاقد معنای تعالی‌بخش و هویت‌آفرین‌اند. شبکه‌های اجتماعی از طریق فراهم ساختن امکانات متنوع برای معاشرت آنلاین، بر روابط خانوادگی، روابط دوستی و روابط خویشاوندی نیز تأثیر گذارند (ذکایی، 1391). این شبکه‌ها همچنین، فضایی برای بازاریابی و انتشار پیام‌های تبلیغاتی در رابطه با کالاها و خدمات‌اند. بنابراین، علاوه بر سبک زندگی فرهنگی، در تغییرات سبک زندگی اجتماعی و مادی کاربران نیز نقش‌آفرینی می‌کنند.

گسترش روزافزون استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین جوانان و تبدیل شدن آنها به ابژه‌های نسلی، توجه پژوهشگران اجتماعی را به بررسی تأثیرات و پیامدهای این شبکه‌ها بر زندگی روزمره جوانان معطوف کرده است؛ نگاه اجمالی به آخرین پژوهش‌های انجام شده در این زمینه، نشان‌دهنده یافته‌های متفاوت و در برخی از موارد متناقض در آنهاست؛ در حالی که پژوهش سلیمانی‌نژاد (1391) و شاهنوشی و تاجی (1391) نشانگر نبود رابطه بین استفاده از شبکه‌ای اجتماعی و تغییرات سبک زندگی کاربران است، پژوهش‌های دیگر بر تأثیرگذاری قابل توجه این رسانه‌های تعاملی بر

شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی جوانان: فراتحلیل پژوهش‌های پیشین 9

زندگی روزمره کاربران تأکید دارند (خلیلی آذر، 1392). علاوه بر این، در حالی که برخی از پژوهش‌ها نشان‌دهنده تأثیر مثبت شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روابط کاربران است (عباسی شوازی و همایون، 1393)، برخی دیگر، بیانگر تضعیف روابط کاربران در پی استفاده از این شبکه‌هاست (عدلی پور و همکاران، 1392). در بررسی اولیه، منشاء اصلی این تناقض را می‌توان در روش‌شناسی این پژوهش‌ها و به‌ویژه شاخص‌سازی سبک زندگی جستجو کرد؛ شاخص‌های مورد استفاده برای سبک زندگی در هیچ یک از پژوهش‌ها یکسان نیستند. برای نمونه، امام‌جمعه‌زاده و همکاران (1392)، مصرف فرهنگی، رفتار انحرافی، رفتار سیاسی، مدیریت بدن و دینداری؛ شاهنوشی و تاجی (1391) مصرف فرهنگی، نوع پوشش و مدیریت بدن؛ بشیر و افراسیابی (1391) روابط با جنس مخالف، نوع پوشش و شیوه بیان؛ پاک‌سرشت (1390) مصرف رسانه‌ای، ورزش، مصرف فضاهای عمومی و فعالیت‌های هنری؛ و شالچی (1387) اوقات فراغت، ذائقه موسیقیایی، پوشاک، اهمیت بدن، ارزش‌های اخلاقی و نگرش‌ها را شاخص‌های سبک زندگی در نظر گرفته‌اند. همچنین، در مورد تلقی پژوهشگران از مفهوم شبکه‌های اجتماعی نیز تفاوت‌هایی دیده می‌شود. برخی از پژوهشگران، شبکه‌های اجتماعی را در معنای خاص آن در نظر گرفته و از این رو شبکه‌هایی مانند فیسبوک را بررسی کرده‌اند (قاسمی و همکاران، 1393) و برخی نیز برداشت عمومی‌تری از این مفهوم داشته و وبلاگ‌ها را نیز جزء شبکه‌های اجتماعی تلقی کرده‌اند (خانیکی و بابایی، 1390). بر این اساس و با توجه به اینکه اعتبار هر پژوهشی بستگی تام به اعتبار روش‌شناختی آن دارد، انجام فراتحلیل روش‌شناختی برای شناخت دلایل تفاوت و تناقض در نتایج پژوهش‌های انجام شده و فراهم ساختن زمینه برای انجام پژوهش‌هایی با اعتبار بالاتر، ضروری به نظر می‌رسد. از این رو، پرسش‌های کلیدی این پژوهش عبارتند از: پژوهش‌های انجام شده در موضوع شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی، بر اساس معیارهای فراتحلیل، چه نقاط قوت و ضعفی دارند و دلایل اصلی تفاوت و تناقض در نتایج پژوهش‌های انجام شده کدام‌اند؟

2. مبانی نظری: سبک زندگی

تعاریف متعددی از سبک زندگی ارائه شده است که ریشه در سنت‌های نظری و اهداف

پژوهشگران دارد؛ در نگاه چانی¹ (1996: 5) سبک زندگی، الگوهایی از کنش است که متمایزکننده افراد از یکدیگر است؛ سبک زندگی از نظر گیدنز (1978: 120) «مجموعه‌ای کم و بیش جامع از عملکردهاست که فرد برای رفع نیازهای جاری و عینیت بخشیدن به روایت خاصی از هویت شخصی خود در برابر دیگران آنها را به کار می‌گیرد»؛ پترسون (1983: 426) سبک زندگی را الگوهای انتخاب فرهنگی می‌داند. از نظر بوردیو (1984: 171) نیز سبک زندگی «نظام عملکردهای طبقه‌بندی شده و طبقه‌بندی کننده، مانند سلیقه‌هاست». با جمع‌بندی تعاریف فوق می‌توان گفت که سبک زندگی الگوی کنش است، ابعاد مختلفی دارد و موجب تمایز بین افراد می‌شود. بنابراین، سبک زندگی «الگوی کنش‌های روزمره معطوف به مصرف و تولید فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است که افراد را از یکدیگر متمایز می‌کند». با این تعریف، سبک زندگی در سه گونه اصلی فرهنگی، اجتماعی و مادی (اقتصادی) قابل تشخیص است؛ در حالی که سبک زندگی اقتصادی معطوف به چگونگی تولید و مصرف کالاهای مادی از قبیل نوع وسیله نقلیه است، سبک زندگی اجتماعی به روابط اجتماعی از قبیل نوع تعامل بین اعضای خانواده مربوط است. سبک زندگی فرهنگی نیز به الگوی مصرف و تولید محتوای نمادین اشاره دارد.

3. شبکه‌های اجتماعی مجازی

با اینکه در متون رسانه‌ای، واژه «رسانه‌های اجتماعی» شامل انواع شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز می‌شود، اما با توجه به اینکه در پژوهش‌های پیشین عمدتاً با عنوان «شبکه‌های اجتماعی مجازی» انجام شده، در این مقاله نیز از همین اصطلاح استفاده می‌شود. در متون پژوهشی تعاریف متعددی از شبکه‌های اجتماعی مجازی شده است. این تعاریف را می‌توان در دو مقوله اصلی فنی - مهندسی و جامعه‌شناختی - ارتباطی از هم تشخیص داد. در نگاه فنی، این شبکه‌ها «محصول برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت هستند که بر بنیادهای فناورانه وب نسل دوم ساخته شده‌اند» (Berthon, Pitt, Plangger, & Shapiro, 2012: 263) و در نگاه جامعه‌شناختی - ارتباطی «محتوا و روابطی هستند که در نتیجه تعاملات اجتماعی کاربران در بستر فناوری‌های دسترس‌پذیر مبتنی بر وب ایجاد شده‌اند» (Bertot, Jaeger & Grimes, 2010: 266). در تعاریف فنی، تأکید بر فناوری وب و برنامه‌های کاربردی است،

1. Chaney

شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی جوانان: فراتحلیل پژوهش‌های پیشین 11

در حالی که تعاریف جامعه‌شناختی - ارتباطی بر تعامل کاربران و تولید و مصرف محتوا تأکید دارند. بنابراین، عناصر کلیدی در تعریف شبکه‌های اجتماعی مجازی را کاربران، محتوا، تعاملات و وب اجتماعی تشکیل می‌دهند و می‌توان نتیجه گرفت که شبکه‌های اجتماعی مجازی، شبکه‌ای از کاربران فعال‌اند که از طریق تولید، به اشتراک‌گذاری، مصرف و بازیابی انواع محتوای دیجیتال، در بستر وب اجتماعی با یکدیگر تعامل چندگانه و چندلایه دارند.

گونه‌شناسی‌های مختلفی از شبکه‌های اجتماعی مجازی ارائه شده است که در آنها معیارهای مختلف وب‌سایت محور و کاربر محور مد نظر قرار گرفته است. در رویکرد وب‌سایت محور (عینی)، دو معیار معاشرت‌پذیری شبکه‌ای به معنی فراهم بودن امکان ارتباطات شبکه‌ای و انواع فعالیت‌های فراغت محور و غنای رسانه‌ای (Kaplan & Haenlein, 2010) به معنی تنوع اشکال محتوا و چندرسانه‌ای بودن شبکه اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. با استفاده از این دو معیار می‌توان دست کم چهار گونه از شبکه‌های اجتماعی مجازی را از هم تشخیص داد؛ شبکه‌هایی مانند سکندلایف و فیسبوک که با غنای رسانه‌ای و معاشرت‌پذیری شبکه‌ای بالا مشخص می‌شوند؛ شبکه‌هایی مانند ویکی‌پدیا و بلاگفا غنای رسانه‌ای و معاشرت‌پذیری شبکه‌ای پایینی دارند؛ شبکه‌هایی مانند توئیتر و لینکدین که با غنای رسانه‌ای پایین و معاشرت‌پذیری شبکه‌ای بالا مشخص می‌شوند و شبکه‌هایی مانند آپارات و یوتیوب که غنای رسانه‌ای بالا و معاشرت‌پذیری شبکه‌ای پایینی دارند.

4. شبکه‌های اجتماعی مجازی و سه فضایی شدن سبک زندگی

سیر تحول جوامع از پیشامدرن به مدرن و از مدرن به پسامدرن، با تغییرات قابل توجهی در سبک‌های زندگی همراه بوده است؛ سبک زندگی به تدریج از شالوده‌های واقعی خود فاصله گرفته و به سمت بنیان‌های مجازی پیش رفته است. سه فضایی شدن سبک زندگی، استعاره‌ای برای اشاره به تغییرات سبک زندگی است که در طیفی از مؤلفه‌های واقعی، واقعی - مجازی و مجازی قابل تحلیل است. بودریار معتقد است که در جوامع پیشامدرن، نشانه مصداق و معنایی بافت محور¹ داشت و به واقعیتی اشاره می‌کرد. اما از حدود قرن شانزدهم تا میانه قرن بیستم، که فرهنگ مدرن شکل گرفت، رابطه میان نشانه و واقعیت

دچار آشفتگی شد، با این حال از میان نرفت. به تدریج و با توسعه فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی مرز میان نشانه و واقعیت محو شد؛ فرهنگ پسامدرنی به وجود آمد که در آن نشانه‌ها، واژه‌ها و رمزها قادر شدند جهان معنایی خودشان را، بدون ارتباطی روشن با واقعیت، بسازند (سیدمن، 1386: 230-229). بنابراین، از نظر بودریار، در جامعه کنونی نمادها و نشانه‌ها به پدیده‌های واقعی دلالت نمی‌کنند، بلکه غیر واقعی، دستکاری شده و شبیه‌سازی شده‌اند؛ فراواقعیتی که از نشانه‌های جعلی ساخته شده است و جای واقعیت را می‌گیرد. این نشانه‌های جعلی، دیگر به هیچ واقعیتی اشاره ندارند. آنها خودارجاع‌اند (بودریار، 1389).

آنچه در گذشته سابقه نداشته و در عصر کنونی مشاهده می‌شود، سه فضایی شدن و ترکیبی شدن فضاهای سبک زندگی است؛ بین سبک زندگی واقعی که با غیاب رسانه‌های قدیم و جدید مشخص می‌شود، و سبک زندگی مجازی که پیوند ناگسستنی با رسانه‌های تعاملی از جمله اینترنت و تلفن همراه دارد، شکل سومی نیز قابل تصور است که ترکیبی از هر دو عناصر واقعی و مجازی است که تنها در فضاهای ترکیبی قابل تصور است. طبق تعریف جوردن (Jordan, 209: 181) «فضای ترکیبی، فضایی است که در آن مرز بین فضای فیزیکی یا واقعی با آنچه دیجیتال است محو می‌شود. این فضای ترکیبی، فضایی است که هویت، تجربیات و فرصت‌های زندگی فرد، اشکال فیزیکی و مجازی وجود را به هم پیوند می‌زند و در نتیجه آن، آگاهی بین‌خود فیزیکی و خود مجازی به اشتراک گذاشته می‌شود. در این فرایند، پویایی‌های فرهنگی و اجتماعی با روندهای جمعیت‌شناختی و فناورانه در تعامل قرار می‌گیرند تا این جهان ترکیبی واقعی را بیافرینند و قابل فهم سازند». در سه دوره پیشامدرن، مدرن و پسامدرن از زندگی انسان، سه شکل از سبک زندگی غالب، قابل تشخیص است که در جدول آمده است.

جدول 1. سه فضایی شدن سبک زندگی

دوران	سبک زندگی غالب	فضای سبک زندگی	دال	واسطه دال و مدلول	مدلول	ماهیت زمان	پیامد سبک زندگی
پیشامدرن	سبک زندگی واقعی	جهان واقعیت	نشانه	زبان	واقعیت	وابسته به مکان	شناخت واقعیت، معنایابی و ثبات هویت
مدرن	سبک زندگی واقعی - مجازی	جهان واقعیت و جهان رسانه‌ای	نشانه	رسانه‌های قدیم و نشانه	واقعیت و نشانه	وابسته به مکان - جدا از مکان	شناخت باواسطه واقعیت، معنایابی رسانه‌ای و متکثر شدن هویت
پسامدرن	سبک زندگی مجازی	جهان فراواقعیت	نشانه	رسانه‌های تعاملی	نشانه	جدا از مکان	شناخت دستکاری شده، بحران معنا و سیالی هویت

بر خلاف نظریه بودریار، با اینکه سبک زندگی واقعی محدود به دوران پیشامدرن نیست و در عصر کنونی نیز در جریان است، اما شبکه‌های اجتماعی مجازی قابلیت ویژه‌ای در ایجاد پیوند بین فضای واقعی و مجازی سبک زندگی و سه فضایی نمودن آن دارند. یک مثال استعاری از این پیوند، دو همسایه دیوار به دیوار است که به جای تعامل حضوری، از طریق یک شبکه اجتماعی مجازی از حال و روز یکدیگر باخبر می‌شوند؛ همسایگان واقعی هستند، اما این نوع از معاشرت، مجازی است. بنابراین، ترکیبی از واقعیت و مجاز در کنار هم، واقعیت جدید و دورگه‌ای را ایجاد کرده است. بدین ترتیب، زندگی روزمره در عصر کنونی به درجات مختلفی بین واقعیت و مجاز در نوسان است؛ به گونه‌ای که حرکت به سمت مجاز، از جاکندگی زمان و مکان (گیدنز، 1383)، بحران معنا و سیال شدن هویت را به دنبال دارد و حرکت یا بازگشت به سمت فضای واقعی، به مثابه مکان‌محوری زمان، معنایابی و ثبات هویت است.

در جمع‌بندی مباحث نظری می‌توان سه گزاره مهم را در رابطه با تدارک نظری پژوهش‌های معطوف به تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی تشخیص داد: اول اینکه در مفهوم‌سازی سبک زندگی، تفکیک کردن بعد فرهنگی، اجتماعی و مادی و همچنین ابعاد واقعی یا مجازی آن می‌تواند به مفهوم‌سازی روشن‌تر و شاخص‌شناسی دقیق‌تری از سبک زندگی منجر شود. دوم اینکه درانتخاب شبکه‌های اجتماعی مجازی جهت بررسی، توجه به گونه‌شناسی‌های مختلف می‌تواند راهگشا باشد. سوم اینکه ضرورت دارد تدارک روشی، متناسب با تدارک نظری باشد؛ نظریه‌های کلان با روش‌های

کمی، نظریه‌های خرد با روش‌های کیفی و نظریه‌های تلفیقی با روش‌های تفسیری متناسب‌اند.

این پژوهش معطوف به دو سؤال اصلی است:

1. پژوهش‌های انجام شده در موضوع شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی، براساس معیارهای فراتحلیل، چه نقاط قوت و ضعفی دارند؟
2. دلایل اصلی تفاوت و تناقض در نتایج پژوهش‌های انجام شده کدام‌اند؟

5. روش تحقیق

این پژوهش به روش فراتحلیل انجام شد. فراتحلیل، تحلیل افقی و سیستماتیک پژوهش‌های موجود در چهار سطح مسئله‌شناختی، نظریه‌شناختی، روش‌شناختی و نتیجه‌شناختی است. فراتحلیل مسئله‌شناختی راجع به موضوعات مورد بررسی و چگونگی پرداختن به آنها است؛ فراتحلیل نظریه‌شناختی به مرور سیستماتیک نظریه‌های مورد استفاده در یک موضوع پژوهشی گفته می‌شود (ریترز، 1374)؛ فراتحلیل روش‌شناختی، مرور سیستماتیک پژوهش‌های موجود براساس معیارهای روش‌شناختی از جمله روش تحقیق، روش گردآوری داده‌ها، روش تحلیل داده‌ها و روش نمونه‌گیری است. در سطح چهارم نیز فراتحلیل نتیجه‌شناختی قرار می‌گیرد که در دو نوع کیفی و کمی - آماری - انجام می‌شود (Borenstein & Wiley, 2009). تمام اشکال فراتحلیل کم و بیش سه مرحله اصلی را طی می‌کنند: 1. انتخاب و پالایش متون، 2. انجام فراتحلیل و 3. نتیجه‌گیری. با توجه به اینکه مسئله پژوهش‌های منتخب در این پژوهش کم و بیش مشابه هم بوده است، فراتحلیل حاضر بر سه سطح نظری، روش‌شناختی و نتیجه‌شناختی معطوف شد و از آنجایی که شاخص‌های سبک زندگی و شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی در پژوهش‌های منتخب یکسان نبود، در بخش نتیجه‌شناختی به ناچار از محاسبه ضریب اثر چشم‌پوشی شد.

فراتحلیل مقالات منتخب در سه مرحله انجام شد: ابتدا پایگاه علمی مگیران¹ با کلید واژه‌های ترکیبی سبک زندگی، رسانه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی مجازی و اینترنت مورد جستجو قرار گرفت و از 25 مقاله به‌دست آمده که تا زمستان سال 1393 در مجلات علمی - پژوهشی چاپ شده بودند، 16 مقاله بر اساس ربط موضوعی و بدون محدودیت

1. Magiran.com

شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی جوانان: فراتحلیل پژوهش‌های پیشین 15

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 مورد استفاده، روش‌های تحقیق، پارادایم‌های روش‌شناختی، شاخص‌های سنجش سبک زندگی، متغیرهای مستقل، شبکه‌های مورد بررسی، روش‌های تحلیل داده‌ها و آزمون‌های آماری، رویکرد فرضیه‌آزمایی - نظریه‌پردازی، جمعیت آماری، حجم نمونه، دامنه سنی اعضای نمونه، روش نمونه‌گیری، نوع شاخص‌ها (استاندارد، محقق ساخته)، اعتبار، پایایی، سطح تحلیل و سنت‌های رشته‌ای پژوهشگران بوده است.

در مرحله سوم، دو پژوهشگر مقالات را بر اساس معیارهای تنظیم شده، مورد ارزیابی قرار دادند و نتایج نهایی در قالب جداول مربوط تنظیم شد. مقالات پژوهشی منتخب این پژوهش که مورد بررسی قرار گرفته‌اند عبارتند از: امام‌جمعه‌زاده و همکاران (1392) بررسی رابطه مصرف رسانه و سبک زندگی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان؛ بشیر و افراسیابی (1391) شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان؛ خلیلی‌آذر و همکاران (1392) شناخت ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی و اثرات آنها بر روابط بین فردی نوجوانان؛ پاک‌سرشت (1390) تعامل فراغت مجازی و واقعی در بین دانشجویان دانشگاه‌های تهران؛ خانیکی و بابایی (1390) تأثیر سازوکارهای ارتباطی اینترنت بر الگوهای تعامل کنشگران فضای سایبری ایران؛ ذکایی (1383) جوانان و فراغت مجازی؛ ساداتی و کوهی (1392) بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر رسانه‌های سنتی؛ سپهری (1393) تحلیل سبک زندگی جوانان کاربر شبکه اجتماعی فیس بوک؛ سلیمانی‌نژاد و همکاران (1391) سبک زندگی مرتبط با اینترنت در دانشجویان کاربر اینترنت دانشگاه‌های شهر گرگان؛ ماهری و همکاران (1391) تأثیر اعتیاد به اینترنت بر سبک زندگی دانشجویان ساکن خوابگاه علوم پزشکی تهران؛ شالچی (1387) سبک زندگی جوانان کافی شاپ؛ شاهنوشی (1391) تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان در شهرستان شهرکرد؛ عباسی شوازی و همایون (1393) رسانه‌های اجتماعی و روابط اجتماعی: مطالعه رابطه استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی با انزوای اجتماعی؛ عدلی‌پور و همکاران (1392) شبکه اجتماعی فیس بوک و روابط خانوادگی کاربران جوان ایرانی؛ فاضلی (1386) دیجیتالی شدن به سبک ایرانی و ایرانی شدن به سبک دیجیتالی؛ قاسمی و همکاران (1393) رابطه استفاده از شبکه اجتماعی فیس بوک با

تصور بدن در میان دانشجویان دختر و پسر دانشگاه اصفهان؛ و فتحی و همکاران (1393) بررسی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی جوانان.

الف) یافته‌های فراتحلیل نظری و روش‌شناختی

در این بخش، پیشینه تحقیق بر اساس معیارهای فراتحلیل نظری و روش‌شناختی نظیر رویکردهای نظری مرور شده، روش تحقیق، پارادایم روش‌شناختی، متغیرهای مستقل و نظایر آن، تحلیل شده و در قالب یافته‌های کلی تنظیم شده است. با توجه به اینکه پژوهش‌های انجام شده عمدتاً کمی بوده‌اند، معیارهای روش‌شناختی نیز برای رویکردهای کمی تنظیم شده، اما از معیارهای مشترک کمی و کیفی نیز غفلت نشده است. همچنین به دلیل نبود پژوهش‌های تلفیقی، از معیارهای ارزیابی این نوع از پژوهش‌ها چشم‌پوشی شده است. فونت‌های بولد داخل جدول، به معنی مقوله‌های پرتکرار است.

جدول 2. تحلیل روش‌شناختی پژوهش‌های پیشین

سبک زندگی بورديو، جامعه شبکه‌ای کاستلز، هویت بازانديشانه گيدنز، جهانی شدن فرهنگی، دو فضایی شدن عاملی، کارکرد رسانه‌های اجتماعی، جایگزینی و همگرایی رسانه‌ها، کاشت گرینر، نظریه کنش پارسنز، سبک زندگی زیمل، شبکه‌های اجتماعی گلدنبرگ، دموکراسی دیجیتال، تعامل انسان و کامپیوتر، حوزه عمومی هابرماس، تعادل کارکردی رسانه‌ها، بریکولاژ فرهنگی، استفاده و التذاذ، نظریه نمایشی گافمن، تکنوپولی پستمن، دیجیتالی شدن سبک زندگی، نظریه انزوای اجتماعی ترکل، فردگرایی شبکه‌ای ولمن، سرمایه اجتماعی پوتنام، سبک زندگی سلامت‌محور کوکرهام	رویکردهای نظری مرور شده
جامعه شبکه‌ای، استفاده و التذاذ، شبکه‌های اجتماعی، دوفضایی شدن، جایگزینی رسانه‌ها، نظریه کاشت، تعادل کارکردی، سبک زندگی بورديو، فردگرایی شبکه‌ای، جهانی شدن، چهارچوب تلفیقی	چهارچوب‌های نظری مورد استفاده
اثبات‌گرایی، تفسیرگرایی	پارادایم‌های روش‌شناختی
پیمایش، مصاحبه نیمه ساختاریافته، اسنادی	روش‌های تحقیق

ادامه جدول 2. تحلیل روش‌شناختی پژوهش‌های پیشین

<p>مصرف فرهنگی، مصرف رسانه‌ای، مدیریت بدن، فعالیت‌های فراغتی، نوع و نحوه پوشش، ذائقه موسیقیایی، 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</p>	<p>شاخص‌های سنجش / مفهوم‌سازی سبک زندگی</p>
<p>عضویت و استفاده از شبکه‌های اجتماعی، استفاده از اینترنت، جنس، میزان تحصیلات، وضعیت تاهل، سن، سنوات عضویت در فیسبوک، اندازه شبکه‌های اجتماعی، فعال بودن در فیس بوک، واقعی تلقی کردن محتوای فیسبوک، استفاده از امکانات ارتباطی تلفن همراه، مصرف رسانه‌های دیجیتال، سازو کار ارتباطی اینترنت، دیجیتالی شدن، استفاده از چت روم‌ها، تعاملات مجازی</p>	<p>متغیرهای مستقل</p>
<p>فیسبوک، توئیتر، یوتیوب، پارسى بلاگ، ویکی پدیا، فلیکر، گوگل ریدرز، اورکات، کلوب، فرندزفید، پرشین بلاگ، میهن بلاگ، پارسى بلاگ و بلاگفا، اتاقک‌های چت</p>	<p>شبکه‌های مورد بررسی</p>
<p>پیرسون، تحلیل عاملی، کندال، T مستقل، مدل‌سازی ساختاری، روش هفت مرحله‌ای کولیز، اسپیرمن، رگرسیون، کای اسکور، کروسکال والیس</p>	<p>روش‌های تحلیل داده‌ها / آزمون فرضیه‌ها</p>
<p>فرضیه آزمایشی و مفهوم‌سازی</p>	<p>رویکرد فرضیه آزمایشی / مفهوم‌سازی - نظریه‌پردازی</p>
<p>دانشجویان، جوانان، کاربران اینترنت در کافی شاپ، جوانان ساکن شهر</p>	<p>جمعیت آماری</p>
<p>953-150 نفر</p>	<p>حجم نمونه‌های کمی</p>
<p>20 نفر</p>	<p>حجم نمونه‌های کیفی</p>
<p>50 - 11 سال و بالاتر (نامشخص)</p>	<p>دامنه سنی اعضای نمونه</p>
<p>در دسترس، هدفمند، خوشه‌ای، طبقه‌ای متناسب</p>	<p>روش نمونه‌گیری</p>
<p>محقق ساخته، نیمه استاندارد (تکرار شده در پژوهش‌های قبلی)</p>	<p>نوع شاخص‌ها (استاندارد، محقق ساخته / ترکیبی)</p>
<p>اعتبار صوری، اعتبار سازه‌ای</p>	<p>اعتبار تأییدپذیری</p>
<p>به روش آلفای کرونباخ</p>	<p>پایایی</p>
<p>خرد، میانی و کلان</p>	<p>سطح تحلیل</p>
<p>جامعه‌شناسی، ارتباطات، روان‌شناسی، مدیریت رسانه، علوم سیاسی، مطالعات فرهنگی، مردم‌شناسی، پرستاری، بهداشت عمومی، مدیریت خدمات بهداشتی، آموزش بهداشت و ارتقای سلامت</p>	<p>سنت‌های رشته‌ای پژوهشگران</p>

ب) یافته‌های فراتحلیل نتیجه‌شناختی

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 کاربران‌اند؛ 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، 1393)؛ تغییرات سبک زندگی در زمینه‌هایی چون اوقات فراغت، توجه و گرایش به بدن، تغییر نحوه پوشش، شیوه محاوره و سبک بیان (سپهری، 1393)؛ به چالش کشیدن سلسله مراتب در خانواده، به چالش کشیدن خودمختاری نوجوانان و شکاف انتظارات (خلیلی‌آذر، 1392)؛ تغییر مصرف فرهنگی و سبک زندگی (امام‌جمعه‌زاده و همکاران، 1392)؛ تغییر نحوه ارتباط با جنس مخالف و شیوه محاوره (بشیر و افراسیابی، 1391)؛ گرایش به سبک زندگی پسامدرن با مشخصاتی نظیر مد و سلیقه التقاطی، اهمیت یافتن سرگرمی، مصرف و لذت‌گرایی (پاک‌سروش، 1390)؛ کاهش فعالیت‌های روزانه در محیط خانواده، بی‌اعتمادی والدین به فرزندان، کاهش ارتباطات رودررو با افراد خانواده و کاهش تعامل با آنها (عدلی‌پور و همکاران، 1392)؛ تقویت روابط و کاهش احساس تنهایی درک شده (عباسی شوازی و همایون، 1393)؛ تضعیف سبک زندگی سالم (ماهری و همکاران، 1391) 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 (1392) نشان داده است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی تماشای تلویزیون را کاهش داده اما نتوانسته تغییرات قابل توجهی در مصرف رسانه‌های چاپی، سینما، وبلاگ‌نویسی¹، ایمیل و وب‌گردی داشته باشد. خانیکی و بابایی (1390) نیز نشان داده‌اند که بین الگوهای کنشگری و الگوهای بیانی و سازوکارهای ارتباطی اینترنت رابطه مثبت اما ضعیفی وجود دارد. پژوهش ذکایی (1383: 1) نیز بیانگر

1. وبلاگ‌ها جزء شبکه‌های اجتماعی محسوب نشده‌اند.

شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی جوانان: فراتحلیل پژوهش‌های پیشین 19

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، سلیمانی‌نژاد و همکاران (1391) نشان داده‌اند که اینترنت تغییری در وضعیت فعالیت بدنی و سبک زندگی دانشجویان ایجاد نکرده است. همچنین، پژوهش شاهنوشی و تاجی (1391) بیانگر آن بوده است که بین نوع شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی رابطه‌ای وجود ندارد. پژوهش فتحی و همکاران (1393) نیز نشان‌دهنده نبود رابطه کلی بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی است.

بر اساس معیار «نوع تأثیرات» نیز سه دسته کلی از نتایج قابل شناسایی است: پژوهش‌هایی که حاکی از تأثیرات مثبت شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی کاربران هستند؛ پژوهش‌هایی که نشان‌دهنده تأثیرات منفی این شبکه‌ها بر سبک زندگی اند و پژوهش‌هایی که بیانگر تأثیرات مثبت و منفی این شبکه بر الگوهای کنش روزمره کاربران هستند.

الف) تأثیرات مثبت: این دسته از پژوهش‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که شبکه‌های اجتماعی نه تنها موجب تضعیف روابط اجتماعی نشده، بلکه مکمل و تقویت‌کننده آنها هستند (عباسی شوازی و همایون، 1393). همچنین مشخص شده است که اینترنت بر الگوهای کنشگری کاربران تأثیرات مثبتی داشته است (خانیکی و بابایی، 1390).

ب) تأثیرات منفی: برخی از نتایج بیانگر آن است که فیسبوک منجر به کاهش فعالیت‌های روزانه در محیط خانواده، بی‌اعتمادی والدین به فرزندان، کاهش ارتباطات رودر رو با افراد خانواده شده است (عدلی‌پور و همکاران، 1392). همچنین اینترنت باعث تقویت میزان ارتباطات با جنس مخالف شده و بر نوع پوشش و بر شیوه محاوره آنها (شیر و افراسیابی، 1391) و بر ابعاد مختلف سبک زندگی سالم تأثیر منفی داشته است (ماهری و همکاران، 1391).

ج) تأثیرات مثبت و منفی: در این گروه، پژوهش‌هایی قرار می‌گیرند که نشان‌دهنده تأثیرات مثبت و منفی شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی اند و یا تأثیراتی که می‌تواند مثبت و منفی ارزیابی شود. افزایش میزان اهمیت و رضایت از وضعیت بدنی و افزایش وقت و سرمایه‌ای است که کاربران فیسبوک صرف بدن خود می‌کنند (قاسمی و همکاران، 1393)؛

گذران وقت و فراهم ساختن فضایی شاد و ترویج فرهنگ غیر حساس به روابط قبل از ازدواج (سپهری، 193)؛ کاهش تماشای تلویزیون و عدم تأثیر بر مصرف رسانه‌های چاپی و سینما (ساداتی و کوهی، 1392)؛ متنوع‌سازی شبکه‌های اجتماعی کاربران و به چالش کشیدن سلسله مراتب در خانواده (خلیلی آذر، 1392)؛ تقویت برخی از اشکال مصرف فرهنگی و همبستگی منفی با بعد دینداری سبک زندگی (امام‌جمعه‌زاده و همکاران، 1392)؛ افزایش معاشرت با دوستان، مطالعه کتاب، انجام بازی و کاهش تماشای تلویزیون (پساک سرشت، 1390)؛ افزایش سرمایه فرهنگی و شکل‌گیری مد و سلیقه التقاطی، اهمیت یافتن بازی، سرگرمی و مصرف و نقش حیاتی لذت (شالچی، 1387) و فراهم ساختن زمینه‌های فراغت و سرگرمی و تسهیل و جبران نیازهای ارتباطی کاربران در اشکال مثبت و منفی (ذکایی، 1383) برخی از نتایج مثبت و منفی است که در این پژوهش‌ها به دست آمده است.

6. تحلیل یافته‌ها

نتایج فراتحلیل، نقاط قوت و ضعف پژوهش‌های انجام شده 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، توجه (محدود) به روش‌های کیفی، استفاده از روش‌های آماری و مضمونی برای تحلیل داده‌ها، توجه به فرضیه‌آزمایی و روش‌های آماری، توجه به نمونه‌های دانشجویی و جوانان، استفاده از هر دو روش نمونه‌گیری کمی و کیفی، حضور پررنگ جامعه‌شناسان و متخصصان ارتباطات، خلاقیت در ابزارسازی، 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.

با این حال در پژوهش‌های انجام شده، محدودیت‌ها و نقاط ضعفی همچون فقر نظریه‌پردازی بومی، پراکندگی و عدم انسجام و مطابقت شاخص‌های سنجش سبک زندگی با مفهوم‌سازی ارائه شده، اثبات‌گرایی و غلبه پیمایش، بی‌توجهی به روش‌های تلفیقی، 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 انجام شده، شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی محدود به فیسبوک، وبلاگ‌های ایرانی و کلوپ بوده و در برخی از پژوهش‌ها نیز شبکه‌های مورد بررسی مشخص نشده‌اند

(فتحی و همکاران، 1393).

در سطح نتیجه‌شناختی نیز مهم‌ترین نقطه ضعف در پژوهش‌های مرور شده، تناقض در نتایج اصلی آنهاست. یکی از دلایل این تناقض به عدم رعایت اصول نمونه‌گیری مربوط است؛ در حالی که اکثر پژوهش‌های انجام شده پیمایشی بوده‌اند و تعمیم نتایج در پیمایش با نمونه‌گیری احتمالی امکان‌پذیر است، با این حال روش نمونه‌گیری غالب، غیر اجتماعی از نوع در دسترس بوده است. دومین دلیل روش‌شناختی، تناقض نتایج مربوط به اعتبار ابزار است؛ برای نمونه بشیر و افراسیابی (1391) و سلیمانی‌نژاد و همکاران (1391) در مورد تأثیر شبکه‌های اجتماعی و اینترنت، روش ذهنی و نظر کاربران را ملاک قرار داده‌اند. در حالی که کاربران به روش ذهنی نمی‌توانند سهم یک شبکه محدود مانند کلپ را در تغییرات سبک زندگی خود مشخص کنند. به عبارتی دقیق‌تر، نمی‌توان به جای برقراری رابطه‌ای عینی بین دو متغیر مصرف شبکه‌ای و سبک زندگی، تأثیر را به رأی گذاشت.

سومین دلیل تناقض و تفاوت در نتایج، به تفاوت بودن شاخص‌های سبک زندگی و حتی شبکه‌های مورد بررسی 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 مورد بررسی، آزمون کلی فرضیه نمی‌تواند نتایج دقیقی را به‌دست بدهد. مثلاً در پژوهش شاهنوشی و تاجی (1391) 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 مورد بررسی نیز شامل فیس بوک، توئیتر، یوتیوب، اورکات، ویکی‌پدیا، فلیکر، گوگل ریدرز، کلپ و فرندزفید بوده است. با این حال، رابطه‌ای بین نوع شبکه‌ها و سبک زندگی به‌دست 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 به‌صورت جزئی‌تر، آزمون نشده است. از طرف دیگر، وجود چنین رابطه‌ای در پژوهش بشیر و افراسیابی (1391) 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 مورد بررسی نیز کلپ بوده است. به عبارتی دیگر، پژوهشی که شاخص‌های متنوع‌تر و شبکه‌های اجتماعی قابل توجهی را پوشش داده، نتوانسته رابطه‌ای را بین این دو به‌دست دهد. اما پژوهشی که شامل یک شبکه اجتماعی با ابعاد محدودتری از سبک زندگی بوده، رابطه معناداری را تشخیص داده است.

رویکردهای روش شناختی مورد استفاده 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. از طرف دیگر، با توجه به اینکه در پژوهش‌های کمی، چهارچوب نظری نقش مهمی در هدایت پژوهش و تفسیر نتایج به دست آمده دارد، نظریه‌های بدینانه و خوشینانه مورد استفاده در بروز نتایج منفی و مثبت و یا تفسیر مثبت و منفی از نتایج، بی‌تأثیر نبوده‌اند. برای نمونه، پژوهش عدلی‌پور و همکاران (1392) که مبتنی بر نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلز است، به نتایج نسبتاً منفی و یا تفسیر منفی از نتایج منجر شده و پژوهش عباسی شوازی و همایون (1393) که مبتنی بر نظریه فردگرایی شبکه‌ای ولمن است، به نتایج مثبت و یا تلقی مثبت از نتایج ختم شده است.

7. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در سال‌های اخیر، پژوهش‌های رو به رشدی در قالب موضوعی «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی کاربران» در داخل کشور انجام شده است. این پژوهش‌ها عمدتاً پیمایشی و شامل نمونه‌هایی دانشجویی هستند. بر اساس منطق روش شناختی انتظار می‌رود که نتایج نیز تا حدودی مشابه هم باشند. اما تفاوت‌ها و در برخی از موارد تناقض‌هایی در نتایج پژوهش‌ها مشاهده می‌شود که نه تنها چالش ذهنی برای پژوهشگران دیگر ایجاد می‌کند، بلکه کاربرد نتایج در سطح سیاست‌گذاری در زمینه شبکه‌های اجتماعی مجازی را نیز با دشواری‌هایی مواجه می‌سازد. بر این اساس، مقالات منتخب پژوهشی، برای مرور سیستماتیک این پژوهش‌ها و شناخت دلایل برخی از تناقضات، فراتحلیل شدند. در تصویر کلی به دست آمده از فراتحلیل مشخص شد که پژوهش‌های انجام شده با نقاط قوتی نظیر تنوع رویکردهای نظری مرور شده، توجه به جوانان، خلاقیت در ابزارسازی، توجه به پایایی و توجه به تأثیرات مثبت و منفی شبکه‌های اجتماعی مجازی همراه بوده‌اند. با این حال با برخی از محدودیت‌ها و نقاط ضعف نیز همراه بوده‌اند که تفاوت و تناقض در نتایج به دست آمده را توضیح می‌دهد. نقاط ضعف اساسی پژوهش‌های انجام شده در دو دسته اصلی نظری و روش شناختی قابل بحث است. اولین نقطه ضعف نظری، استفاده تقلیدی و غیرانتقادی 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

شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی جوانان: فراتحلیل پژوهش‌های پیشین 23

در شاخص‌سازی سبک زندگی است. بنابراین، در نگاه کمی، در واقع متغیر وابسته در هیچ یک از پژوهش‌های انجام شده یکسان نبوده، گرچه همگی کم و بیش 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 گونه‌شناسی نظری از شبکه‌های اجتماعی مجازی و کاربران آنها دیده نمی‌شود. بنابراین انتخاب شبکه‌های اجتماعی توسط پژوهشگران، منطبق نظری روشنی نداشته است. نقد روش شناختی پژوهش‌های انجام شده نیز در دو محور قابل طرح است: اول اینکه در بیشتر پژوهش‌ها سعی بر استفاده از نظریه‌های تلفیقی یا چهارچوب‌های نظری تلفیقی بوده، اما هیچ یک از پژوهش‌ها با روش‌های تحقیق تلفیقی انجام نشده‌اند و در بیشتر آنها به استفاده از پیمایش بسنده شده است. بنابراین، نوعی پس افتادگی روش شناختی قابل تشخیص است. دومین نقد روش شناختی به نحوه استفاده از روش‌های آماری برمی‌گردد که بیشتر برای آزمون کلی فرضیه‌ها مورد استفاده قرار گرفته‌اند. در حالی که با توجه به تعدد شاخص‌های سنجش سبک زندگی و شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی، استفاده از تحلیل عاملی و انجام آزمون‌های فرعی بین شاخص‌ها و عامل‌ها می‌توانست به نتایج دقیق‌تری منجر شود.

توجه به نقدهای وارد بر پژوهش‌های انجام شده می‌تواند در انجام پژوهش‌های بعدی در موضوع شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی به تولید نتایجی با اعتبار بالاتر منجر شود و با اطمینان بیشتری برای رفع نیازهای علمی و سیاست‌گذاری مورد استفاده قرار گیرد. بر این اساس، به نظر می‌رسد پژوهش‌های آتی مستلزم توجه بیشتر به روش‌های تلفیقی با هدف نظریه‌سازی بومی، توجه به طیف گسترده‌تری از شبکه‌های اجتماعی با غنای رسانه‌ای و معاشرت‌پذیری شبکه‌ای متفاوت، شاخص‌سازی‌های دقیق‌تر برای سبک زندگی با توجه به سه فضایی شدن آن، استفاده از نظریه‌های جدید از جمله مدل شناختی - اجتماعی رسانه‌ها و توجه بیشتر به اعتبار سازه‌ای ابزار پژوهش است. اعتبار پژوهش‌های انجام شده در موضوع شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی نه تنها از نظر اخلاق پژوهشی، بلکه از نظر پیامدهایی که نتایج این پژوهش‌ها برای سیاست‌گذاری در پی دارد، حائز اهمیت ویژه‌ای است. نهادهای فرهنگی و رسانه‌ای در تصمیم‌گیری‌های کلان، نیازمند پژوهش‌های معتبر در زمینه شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند تا با اتکاء به نتایج آنها، بتوانند هم به استفاده از فرصت‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی مجازی توجه داشته باشند و هم تمهیدات لازم جهت کاهش پیامدهای منفی این شبکه‌ها را از پیش فراهم سازند.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

1. امام جمعه زاده، سیدجواد، زهره مرندی، محمودرضا رهبرقاضی و لیلا سعیدی ابواسحقی (1392). بررسی رابطه مصرف رسانه و سبک زندگی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان، پژوهش‌های ارتباطی، دوره 20، شماره 74: 101-120.
2. بشیر، حسن و محمدصادق افراسیابی (1391). شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان؛ مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان، فصلنامه پژوهش‌های فرهنگی، دوره 5: 31-60.
3. بودریار، ژ (1389). جامعه مصرفی، ترجمه پیروز ایزدی، تهران: ثالث.
4. پاک‌سرشت، سلیمان (1390). تعامل فراغت مجازی و واقعی در دانشجویان دانشگاه‌های تهران، جامعه‌شناسی جوانان، دوره 1، شماره 2: 37-60.
5. خانیکی، هادی و محمود بابایی (1390). تأثیر سازوکارهای ارتباطی اینترنت بر الگوهای تعامل کنشگران فضای سایبری ایران، فصلنامه علوم اجتماعی (دانشگاه علامه طباطبایی)، 73-116.
6. خلیلی آذر، هایده (1392). شناخت ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی و اثرات آنها بر روابط بین فردی نوجوانان، پژوهش‌های ارتباطی، شماره 3: 155-182.
7. ذکایی، محمدسعید (1383). جوانان و فراغت مجازی، مطالعات جوانان، شماره 6: 1-25.
8. ذکایی، محمدسعید (1391). فراغت، مصرف و جامعه، تهران: تیسار.
9. ریتزر، جرج (1374). نظریه‌های جامعه‌شناسی معاصر، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
10. ساداتی، سید نصرالله و احمد کوهی (1392). بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر استفاده از رسانه‌های سنتی، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره 76: 65-86.
11. سپهری، آسیه (1393). تحلیل سبک زندگی جوانان کاربر شبکه اجتماعی فیس بوک، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، شماره 13: 13-40.
12. سلیمانی‌نژاد، م. شمس، ع. چرکزی، ف. رحیمی، ا. فیاضبخش و ف. گودرزی (1391). سبک زندگی مرتبط با اینترنت در دانشجویان کاربر اینترنت دانشگاه‌های شهر گرگان، مجله پژوهش‌های نظام سلامت، شماره 5: 834-843.
13. سیدمن، استیون (1386). کشاکش آرا در جامعه‌شناسی، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
14. شالچی، وحید (1387). سبک زندگی جوانان کافی‌شاپ، پژوهش‌های فرهنگی، دوره 1: 93-115.
15. شاهنوشی، مجتبی و محمدرضا تاجی (1391). تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان در شهرستان شهرکرد. مطالعات ملی، شماره 3: 91-112.
16. عباسی شوازی، م. ت. و پ. همایون (1393). رسانه‌های اجتماعی و روابط اجتماعی؛ مطالعه رابطه استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی با انزوای اجتماعی، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره 36: 43-66.
17. عدلی‌پور، صمد، آسیه سپهری و محمدحسین علی‌زاده (1392). شبکه اجتماعی فیس بوک و

- شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی جوانان: فراتحلیل پژوهش‌های پیشین 25
- روابط خانوادگی کاربران جوان ایرانی، رسانه و خانواده، شماره 8 و 9: 71-93.
18. فاضلی، محمد (1386). تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره 1: 175-198.
19. قاسمی، وحید، صمد عدلی‌پور و بدری برندگی (1393). رابطه استفاده از شبکه اجتماعی فیس بوک با تصور بدن در میان دانشجویان دختر و پسر دانشگاه اصفهان، مطالعات زنان، شماره 3، دوره 12.
20. فتحی، س. م. و وثوقی و گ. سلیمانی (1393). بررسی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی جوانان؛ مورد مطالعه جوانان شهر خلیخال، مجله مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، شماره 13: 69-88.
21. گیدنز، آنتونی (1378). تجدد و تشخیص، ترجمه ناصر موقیان، تهران: نشر نی.
22. گیدنز، آنتونی (1383). چکیده آثار گیدنز، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: ققنوس.
23. ماهری، آقا بابک، حمید جوینی، محمدنبی بهرامی و رؤیا صادقی (1391). تأثیر اعتیاد به اینترنت بر سبک زندگی دانشجویان ساکن خوابگاه علوم پزشکی تهران در سال 1391، مجله علوم پزشکی رازی، شماره 14: 10-19.

ب) منابع لاتین

1. Berthon, P. R, Pitt, L. F., Plangger, K. & Shapiro, D. (2012). Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy. *Business Horizons*, 55 (3): 261-271
2. Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Grimes, J. M (2010). Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies. *Government Information Quarterly*, 27 (3): 264-271
3. Borenstein, M. & Wiley, I. (2009). *Introduction to meta-analysis*. Chichester, U.K. John Wiley & Sons.
4. Bourdieu, P. (1984). *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. Cambridge, Mass. Harvard University Press.
5. Chaney, D. (1996). *Lifestyle*. London: Routledge
6. Jordan, B. (2009). Blurring Boundaries: The "Real" and the "Virtual" in Hybrid Spaces. *Human Organization*, 68 (2): 181-193.
7. Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53 (1): 59-68
8. Peterson, R. A. (1983). Patterns of Cultural Choice: A Prolegomenon. *American Behavioral Scientist*, 26 (4): 422-438.
9. Thelwall, M. (2009). Chapter 2 Social Network Sites: Users and Uses. In V. Z. Marvin (Ed.), *Advances in Computers*, Vol. 76: 19-73.