

پیامدهای سلبی و ایجابی مصرف رسانه‌های جمعی بر تغییرات سبک زندگی ایرانیان: مروری بر پژوهش‌های کلان‌کشوری

طاها عشایری*
امراه کشاورز**
محمد نوری***
طاهره جهان‌پرور****

چکیده

امروزه رسانه‌های جمعی بخشی از زندگی خانواده‌های ایرانی شده و سبک زندگی را دچار تغییراتی اساسی (ابعاد ایجابی و سلبی) کرده‌اند. بر این اساس، هدف این پژوهش مطالعه پیامدهای سلبی و ایجابی مصرف رسانه‌های جمعی بر تغییرات سبک زندگی ایرانیان است. روش تحقیق از نوع فراتحلیل کمی و مرور سیستماتیک با تکیه بر منابع و اسناد علمی منتشرشده از سایت نورمگز، مگ ایران و ایران‌داک در بازه زمانی ۱۳۸۴-۱۴۰۳ است. از جامعه آماری ۹۸ پژوهش - با رعایت مراحل غربالگری و ملاک ورود (پیمایش و کمی بودن، دارا بودن حجم نمونه و ضریب همبستگی پیرسون و اسپیرمن، سطح معناداری و اعتبار علمی) - ۵۰ سند به روش نمونه‌گیری غیراحتمالی (تعمدی و دسترس) انتخاب و وارد نرم‌افزار cma2 شده است. از آزمون‌های d کوهن، f فیشر و آزمون‌های Q استفاده شده است. ضریب اندازه اثر نشان می‌دهد که مصرف رسانه‌های جمعی بر سبک زندگی ایرانیان تأثیر معناداری دارد و ۲۸ درصد از آن را پیش‌بینی می‌کند. پیامدهای سلبی مصرف رسانه‌های جمعی شامل سبک زندگی سنتی (۴۰ درصد)، سبک زندگی زناشویی (۱۸ درصد)، سبک زندگی ورزشی (۳۸ درصد)، سبک زندگی معنوی (۵۲ درصد) و سبک‌های فراغتی (۲۰ درصد) است و پیامدهای ایجابی رسانه‌های جمعی شامل سبک زندگی سلامت‌محور (۲۱ درصد)، سبک زندگی مدرن (۲۲ درصد)، سبک زندگی پرخطر (۱۰ درصد)، سواد رسانه‌ای (۳۶ درصد) و سبک زندگی مظاهرانه (۶۲ درصد).

کلیدواژه‌ها: رسانه جمعی، سبک زندگی، مصرف مظاهرانه، رفتارهای پرخطر، سواد رسانه‌ای

10.22034/JL.2024.457480.1681

شناسه دیجیتال (DOI):

t.ashayeri@uma.ac.ir

parsa91431@pnu.ac.ir

noorii1781@gmail.com

jparvar@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۲۴

* استادیار گروه تاریخ و جامعه‌شناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. (نویسنده مسئول)

** استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

*** دکتری جامعه‌شناسی سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قم، قم، ایران.

**** دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۲۰

مقدمه

رسانه های جمعی^۱ نقش مهمی در زندگی امروزی دارند و میزان استفاده کودکان از آنها در حال افزایش است. جای تعجب نیست که می توان مهم ترین تأثیر آن را در نسل جوان دید؛ چراکه این رسانه ها عنصری ضروری در آموزش و دیگر فعالیت های روزمره شده اند. در عصر حاضر، تصور جهان بدون رسانه های جهانی، از جمله تلویزیون، اینترنت و شبکه های مجازی، در زندگی روزمره امکان تصور نیست (متیجاس،^۲ ۲۰۱۴). سبک زندگی نمادی از باورها و ارزش های درونی جامعه است (عشایری و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۰۳). امروزه با جهانی شدن و تغییرات سبک زندگی ایرانیان، از جمله فراموش شدن بازی های سنتی و جایگزینی بازی های مدرن، بازی های رایانه ای مهم ترین سرگرمی افراد شده است (همان: ۳۳).

سبک زندگی الگوی متمایز فردی و اجتماعی است که ویژگی رفتاری یک فرد یا گروه را در مقایسه با شرکا، خانواده، همسایه و همکاران نشان می دهد یا نوعی مصرف رفتاری، اوقات فراغت، فعالیت مدنی و مذهبی است که با طبقه، جنسیت، فرهنگ و هویت فردی ارتباط دارد (پائول و سیما،^۳ ۲۰۱۷). امنیت و رسانه در عصر مدرن دو مقوله ای هستند که اجتماع بشری با آنها در ارتباط است و دنیای امروز، دنیای رسانه های جمعی و حضور گسترده آنها در بطن اجتماعی و زندگی افراد است (عشایری و همکاران، ۱۴۰۰: ۳۳۷).

سبک زندگی شیوه های زیست، اندیشیدن، تفکر، نگرش، جهان بینی و رفتارهایی است که در گذر زمان تحت تأثیر رسانه های جمعی تغییراتی را پذیرفته و از قالب همسان، همگون و مشابه به سوی ناهمسانی، تمایز، ناهمگونی و طبقاتی رفته است. امروزه سبک زندگی همراه با رسانه های جمعی است؛ زندگی، از طلوع تا غروب خورشید، با رسانه آغاز و با آن نیز پایان می یابد. رسانه های جمعی از زندگی انسانی جدایی ناپذیر شده اند و سبک زندگی تابع آن شده است. در مقایسه با گذشته جوامع بشری می توان به تحول سبک زیست جمعی بعد از انقلاب صنعتی و ظهور فناوری اشاره کرد که شدت تغییرات آن بسیار شدیدتر و عمیق تر شده است. در طول بیست سال گذشته، رسانه های جمعی از گمنامی بیرون آمده و یکی از بخش های اصلی زندگی روزمره شده اند. در این میان مهم ترین مسئله دقت در اطلاعات و مطالبی است که این رسانه ارائه می دهد تا اثر خود روی سبک زندگی را نمایان می سازد (بن دیم و همکاران،^۴ ۲۰۲۳).

1. Mass media

2. Matyjas, Božena

3. Paul, S.; Seema, U.

4. BinDhim, N.F.; Althumiri, N.A.; Al-Duraihem, R.A.; Alasmary, S.; Alkhamaali, Z.; Alhabeeb, A.A.

رسانه نقشی حیاتی در زندگی ایرانیان دارد. کنش‌های اداری، سازمانی و اجتماعی با محوریت رسانه و فضای مجازی گره خورده و یکی از تسهیل‌کننده‌های کسب و کار روزمره و ارتباط کنشگر با نهادهای اداری، سازمانی و الزامی‌ترین ابزار برای دستیابی به هدف و برنامه‌های اجتماعی شده است. این پدیده همراه زندگی ایرانیان است و امکان گسست و اجتناب از آن وجود ندارد. حضور رسانه‌های جمعی در سبک زندگی شهروندان با آثار و پیامدهای مثبت و منفی همراه است؛ بر این اساس، پژوهش حاضر قصد دارد با تکیه بر مطالعات تجربی، آثار سلبی و ایجابی رسانه‌های جمعی بر سبک زندگی را بررسی و تحلیل کند.

۱) اهمیت و ضرورت پژوهش

رسانه‌های جمعی بر نحوه فکر، رفتار و نگرش مردم تأثیر می‌گذارند، ضمن اینکه درباره مسائل مختلف به جامعه آگاهی می‌دهند و نحوه مقابله و مواجهه با آن را می‌آموزند (ین و همکاران، ۲۰۲۰). رسانه‌ها هم پیامدهای مثبت دارند، از جمله افزایش فرصت‌های یادگیری و آموزشی، اجتماعی شدن و ارتباطات، دسترسی به دانش سلامتی و هم پیامدهای منفی مثل گسترش تروریسم، فعالیت‌های مجرمانه، کلاه‌برداری، افسردگی و اضطراب؛ یعنی مانند شمشیر دولبه دارای استفاده مثبت و منفی است و سود و زیانش بستگی به انگیزه و هدف کاربران دارد (آجیجولا، ۲۰۲۳). در کنار این موارد، استفاده از رسانه‌های جمعی آسیب‌های اجتماعی برای افراد دارد؛ از جمله تحرک کم و آسیب‌پذیری ناشی از فشار همسالان. مطالعات نشان می‌دهند که رفتارهای آنلاین مانند زورگویی، تشکیل خرده‌فرهنگ‌ها نتیجه تجربه جنسی در حالت آنلاین هستند. این رفتارها منجر به مسائلی مانند قلدری مجازی می‌شوند (ایگ و آدوال، ۲۰۲۲). در نهایت اعتیاد جنسی، اینترنتی و کمبود خواب مواردی هستند که سبک‌های زندگی را تغییر می‌دهند (پتچین و همکاران، ۲۰۰۶).

رسانه‌های جمعی سلامت اجتماعی و سبک زندگی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. افزایش مرگ و میرهای ناشی از بیماری عروقی، چاقی و کم‌تحرکی نشانگر آثار زیانبار رسانه‌های جمعی در زندگی امروزی است. سلامت و رفاه اجتماعی صدمه شدیدی دیده است؛ افزایش استرس، پرخوری، سبک زندگی غیرفعال، فعالیت‌های جسمانی ناکافی، کمبود سواد سلامت

1. Yan, Q.; Tang, Y.; Yan, D.; Wang, J.; Yang, L.; Yang, X.; Tang, S.

2. Ajijola, S.

3. Ige, T.; Adewale, S.

4. Patchin, J.W.; Hinduja, S.

و دیگر مسائل اجتماعی و فرهنگی از پیامدهای منفی رسانه بر جامعه هستند (رملان و همکاران، ۲۰۲۳^۱). امروزه موضوع سبک زندگی سالم از موضوعات پرطرفدار در جامعه است که طی مطالعات سلامت اجتماعی جوانان و شهروندان رو به افول نهاده است. امروزه رسانه تأثیری انکارنشدنی بر انسان‌ها دارد و سنت‌ها، آداب و رسوم و مدها از طریق این منابع رسانه‌ای به مردم القا می‌شود (نویکخینا و رومنوا، ۲۰۱۹^۲). در جوامع امروز، رسانه‌های جمعی از اجزای جدایی ناپذیر زندگی نسل جوان شده‌اند و بسیاری از نسل‌های امروزی، چه سنتی و چه مدرن، بدون در نظر گرفتن اثرهای منفی رسانه‌های جمعی بر سبک زندگی، درگیر آن هستند. این تأثیر می‌تواند مطلوب یا نامطلوب باشد (بنرجی و داس، ۲۰۲۳^۳). امروز اینترنت و فضای مجازی و شبکه‌های مجازی در حال رقابت با رسانه سنتی هستند و اوقات فراغت مردم را بر می‌کنند. از آثار مثبت این رسانه‌ها می‌توان به سواد رسانه‌ای، دانش فناورانه و ارائه الگوهای صحیح زندگی، سبک زندگی سلامت محور و از آثار منفی آن می‌توان به اعتیاد رسانه‌ای و فضای مجازی، تغییر رفتار و شخصیت فردی، پرخاشگری و خشونت، افزایش مسائل اجتماعی، فردگرایی، انزوای اجتماعی و جدایی بین اعضای خانواده اشاره کرد. بر این اساس، اهداف و پرسش‌های این پژوهش عبارت‌اند از:

اهداف:

الف) مطالعه پیامدهای سلبی مصرف رسانه‌های جمعی بر تغییرات سبک زندگی ایرانیان؛

ب) مطالعه پیامدهای ایجابی مصرف رسانه‌های جمعی بر تغییرات سبک زندگی ایرانیان.

پرسش اصلی:

الف) پیامدهای سلبی مهم مصرف رسانه‌های جمعی بر تغییرات سبک زندگی ایرانیان کدام‌اند؟

ب) پیامدهای ایجابی مهم مصرف رسانه‌های جمعی بر تغییرات سبک زندگی ایرانیان کدام‌اند؟

1. Ramlan, A.F.; Ridzuan, A.R.; Ilyas, I.Y.

2. Novichikhina, E.V.; Romanova, E.V.

3. Banerjee, P.; Das, S.

۲) مبانی و دیدگاه نظری

رسانه‌های جمعی: رسانه‌های جمعی ابزار الکترونیکی برای ضبط و ارسال تصویر و صدا هستند که برای عموم مردم طراحی و ساخته شده‌اند. رسانه‌های جمعی وسیله اطلاع‌رسانی الزامی در جوامع امروزی تلقی می‌شوند که تلویزیون، رادیو، روزنامه، کامپیوتر، اینترنت، موبایل، خطوط تلفن و دوربین‌های ویدیویی برای ضبط تصویر را در بر می‌گیرند. دو گونه رسانه وجود دارد: رسانه‌های سنتی (کتاب، روزنامه، رادیو، تلویزیون و فیلم) و رسانه‌های مدرن (ماهواره و کابل تلویزیون، کامپیوتر چندرسانه‌ای). این رسانه‌ها که زندگی اجتماعی روزمره را پوشش می‌دهند به دلیل جذابیت، سرگرمی، شبیه‌سازی خود با رسانه علاقه انسان‌ها را جلب کرده‌اند (متیجاس، ۲۰۱۴).

رسانه‌های اجتماعی: رسانه اجتماعی به گروهی از پلتفرم‌های ارتباطی آنلاین اشاره دارد که بر محتوای تولیدشده کاربران، همکاری و سرگرمی جمعی متمرکز است. میریام وبستر (۲۰۱۹) رسانه‌های اجتماعی را شکلی از ارتباطات الکترونیکی (وبسایت‌هایی برای شبکه‌های اجتماعی و وبلاگ نویسی کوچک) تعریف می‌کند که کاربران برای تعامل آنلاین جهت سهیم‌سازی و تبادل اطلاعات، ایده و پیام‌های شخصی و دیگر محتوای ویدیویی آن را ایجاد کرده‌اند (آجیجولا، ۲۰۲۳).

سبک زندگی: مفهوم سبک زندگی از اوایل قرن بیستم میلادی به ادبیات علمی اضافه شد و به باورها و عقایدی اشاره دارد که از طریق آن فرد واقعیت خود را سازمان می‌دهد و آن را در ارتباط با خود، دیگران و زندگی به کار می‌گیرد (ملان زاده نوران و شعاع کاظمی، ۱۴۰۱: ۱۰). سبک زندگی به معنای شیوه تغذیه، خودآرایی (نوع پوشاک و پیروی از مد)، نوع مسکن (دکوراسیون، معماری و اثاثیه)، نوع وسیله نقلیه و شیوه گذران اوقات فراغت و تفریح است. سبک زندگی تمام رفتارها، افکار و احساسات فرد و در عین حال حرکات وی برای رسیدن به هدفش است (مهدوی کنی، ۱۳۸۶: ۲۱۸). شبکه‌های اجتماعی به دلیل نقش و جایگاهی که دارند، با ارائه الگو، حتی الگوی غلط، بسترهای تغییر سبک زندگی کاربران را فراهم می‌سازند. نمونه آن تغییر در سبک زندگی پوششی، مصرفی، باورها، اخلاق و تغییرات زبانی است (فدوی و مهدی‌آسا، ۱۴۰۱: ۱۱۹).

مؤلفه‌های سبک زندگی عبارت‌اند از:

جدول ۱. مؤلفه‌های سبک زندگی

ابعاد	شاخص
اوقات فراغت، تفریح و سرگرمی، لذت جمعی و نحوه سپری کردن زمان، آداب و معاشرت و نوعی از کیفیت تفریحی	سبک فراغتی
الگوهای مصرف اعم از لباس، طرز پوشش، سبک محاوره، سلیقه و انتخاب نوشیدنی، تجهیز خانه	سبک مصرفی
علاقه به تن‌آسایی و مصرف، تنبلی و چاقی، پوشش گران قیمت، علاقه به اثاثیه، اشیای هنری، انواع لباس پوشیدن، آلات موسیقی، سلیقه در غذای گران قیمت	مصرف متظاهرانه
فعالیت‌های ورزشی از جمله ورزش‌ها، بازی‌ها، تفریحات، لباس رزمی، تحرک جسمانی، علاقه به رسانه ورزشی، عضویت در گروه ورزشی، رفتن به باشگاه‌های محلی	سبک ورزشی
توجه به سلامت روحی، روانی و جسمانی، مطالعه روزنامه و اخبار سلامت، اهمیت به نوع داروها و شیوه مصرف غذا، کاهش مواد غذایی پرچرب و سرخ‌کردنی، تلاش برای دستیابی به رفاه کامل جسمی، روانی و اجتماعی (لعلی و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۶)، اجتناب از مصرف الکل، رژیم غذایی خطرناک، ورزش و اموری شبیه به آن (کیوان‌آرا، ۱۳۸۶: ۶۷)	سبک سلامت محور
اعتیاد، مواد مخدر، مصرف الکل و داروهای غیرمجاز، کشیدن سیگار در محافل عمومی	سبک زندگی پرخطر
گروه اراذل و اوباش، عضویت در خرده فرهنگ محلی، پرخاشگری و خشونت، قلدری مجازی، کلاه برداری و جعل هویت	سبک زندگی خرده فرهنگی
زندگی برحسب هنجارهای محلی، اولویت دادن به آداب و رسوم نیاکان و قومی، پایبندی به فرهنگ دیرینه و تاریخی، پوشیدن فرم و لباس محلی	سبک زندگی سنتی
مناسک جمعی، مشارکت مذهبی، عضویت در خیریه و سمن‌ها، رعایت اصول و فروع دین، اهتمام به نماز و روزه، خواندن قرآن و دعا	سبک زندگی معنوی و دینی
مطالعه اخبار و اطلاعات از رسانه جمعی، دانش و آگاهی کافی، آموزش و مهارت مواجهه با رسانه و شبکه‌های اجتماعی و استفاده از آنها	سواد رسانه‌ای
تغییر باورهای سنتی، کسب هویت جدید، علاقه به ارزش‌های جدید، نوگرایی و نوسازی هویتی، انسان مدرن، انسان جهانی	سبک زندگی مدرن
صمیمیت زناشویی، اخلاق زناشویی، تعهد به همسر، عدم خیانت زناشویی، آرامش و انسجام خانوادگی، سرمایه اجتماعی خانوادگی، کاهش خشونت و پرخاشگری	سبک زندگی زناشویی

۱۳) نظریه رسانه جمعی و سبک زندگی

سبک زندگی ناظر بر رفتارهای انسانی است. در جامعه‌شناسی نیز اندیشه‌های ماکس وبر و آدلر بیشتر در این حیطه قرار دارد. سبک زندگی در کل به شیوه زیستن، الگوهای پایدار رفتاری، کلیاتی از بینش و ارزش‌های میان‌آدمیان اشاره دارد که خود را در کنش و رفتار متجلی می‌سازند (فعالی، ۱۳۹۷: ۹۰). این اصطلاح در معانی بسیار محدود (کیفیت نشستن) و بسیار گسترده (مدل سبک زندگی تجویزی اسلام) کارایی داشته است.

سبک زندگی متأثر از نظام معنایی افراد است و دین یکی از نظام‌های معنایی بسیار مهم به شمار می‌رود که در ساخت سبک زندگی نقش حیاتی و اساسی دارد. در این معنا، سبک زندگی دینی از آموزه‌های اسلامی و کلیت اسلام گرفته شده و دارای مؤلفه‌هایی چون روشنفکری منفی، روشنفکری اجتماعی، نوع‌دوستی، لذت‌خواهی، ویژگی‌های درونی، دنیاخواهی و گناهکاری است (کاویانی، ۱۴۰۳). سبک زندگی شامل کلیاتی از زیست جمعی انسان از ابعاد فردی و اجتماعی، مادی و معنوی نظیر ادراک و باورها، ارزش، تمایل و ترجیحات (امور ذهنی/ رفتار درونی) و اعمال و کنش‌های هشیارانه و غیر هشیارانه، حالات و وضع جسمانی، موقعیت و دارایی (رفتار بیرونی/ عینی) است (مهدوی کنی، ۱۳۸۶: ۲۲۳). سبک زندگی امروزه تحت تأثیر سلطه و توسعه رسانه‌های جمعی دچار تغییراتی اساسی شده، از شدت سبک زندگی سنتی کاسته شده و جوامع با گونه و تکثری از سبک زندگی مواجه شده‌اند که به سبک زندگی مدرن و پست مدرن معروف شده است. برخی از این ابعاد سبک زندگی با ارزش، هنجار و باورهای دینی جوامع مسلمان تضاد دارند. تمام این تحولات زیستی و سبک زندگی در اثر ظهور صنعت، رسانه، فناوری جدید و ابزارهای جهانی ارتباطات ظهور یافته‌اند. رسانه پیام‌آور ایده‌ها، اندیشه، شیوه‌های نو، ارزش‌ها، هنجارها و رفتارهای نوی بوده که سبک زندگی را دچار تغییراتی عمیق کرده است. از بُعد نگرش امپریالیسم فرهنگی، رسانه‌های جهانی باعث مصرف‌گرایی، تهدید هویت ملی و کاهش فرهنگ سنتی شده‌اند (توکلی و شاهزایی، ۱۳۹۶). سبک زندگی تجسم شیوه‌های زندگی و رفتار فردی و جمعی است و علاقه، نظر، رفتار و نگرش فرد درباره زیستن را بازمی‌تاباند.

با مطرح شدن رسانه‌های جمعی در زندگی امروزی، سرعت تغییرات بسیار تندتر و شدیدتر از بیست سال قبل شده است. این وسیله با انتقال اطلاعات و دانش به بخش وسیعی از مردم جهان، آنها را با خود همراه و الگوهای زیستی فرهنگ‌ها و جوامع مختلف را به همدیگر منتقل کرده است (پائول و یوکی، ۲۰۱۷). ظهور فناوری نشانه‌هایی از تغییرات اساسی در زندگی،

احساس، سبک زندگی و فرهنگ مدرن بوده است. مصرف فرهنگی به طبقات اجتماعی و قشربندی اجتماعی و فضای اجتماعی ارتباط دارد که شخص در آن زندگی می‌کند. این مصرف فرهنگی نوعی از سبک زندگی است که رسانه‌های جمعی آن را برای جامعه انسانی تبیین و تفسیر می‌کنند (ورهائنگه و همکاران، ۲۰۱۲^۱). ارتقای سلامت از طریق رسانه‌های جمعی می‌تواند افراد را تحت تأثیر قرار دهد تا سطح آگاهی سلامت و رفتار بهداشتی خود را تغییر دهند. تبلیغات بهداشتی برای سبک زندگی سالم و فعالیت‌های تندرستی شامل ترک سیگار، وعده‌های غذایی مناسب و اجتناب از الگوهای غذایی خطرناک می‌شود (سیفرت و همکاران، ۲۰۱۲^۲). تکیه رسانه‌ها بر اینفلوئنسرها برای اثرگذاری بر سبک زندگی مردم مسئله بسیار مهمی است که امروزه به آن توجه شده است (تیلون و همکاران، ۲۰۲۰^۳). این روش بسیار کارسازتر، دقیق‌تر و مؤثرتر از الگوهای سنتی چهره به چهره و شفاهی است (بالابان و موستاتا، ۲۰۱۹^۴). رسانه‌های جمعی همه ابعاد زندگی انسان در جهان معاصر را در بر گرفته و سبک زندگی، رفتار فرهنگی، مبانی معرفی و هنجارهای زندگی را تحت تأثیر قرار داده‌اند. رسانه‌ها ضمن ایجاد تسهیل در ارتباطات اجتماعی، در فرایند هویت‌سازی، لذت‌بخشی و ساختمان‌شدن (برساخت) زندگی نقش عمده‌ای دارند و به تغییر سلیق اجتماعی و الگوی مصرف منجر شده است (ترزمی نژاد و سفیدگر، ۱۳۹۴). نظریه و پیشینه آن حاکی از آن‌اند که سبک زندگی، به عنوان متغیر وابسته، امروزه پدیده‌ای جدا و مستقل از رسانه‌های جمعی نیست و به صورت تنگاتنگ تحت تأثیر ظهور و توسعه رسانه‌ها قرار گرفته است.

جهانی‌شدن رسانه‌های جمعی و امکان دسترسی همگان به آنها منجر به تغییر سبک زندگی سنتی به سبک زندگی مدرن و گاهی پسامدرن (متنوع، چندگونه و سیال) شده و خیلی از شیوه‌های زندگی را به خارج از محدوده هنجار، ارزش و سنت‌های اجتماعی کشانده و اخلاق و بنیان‌های دینی را به چالش کشیده است. این امر در جوامع در حال گذار و رو به توسعه شدت بیشتری دارد. بر این اساس، با عبور از جوامع سنتی، محلی و بومی به جهان ارگانیکی، مدرن و جهان‌وطنی تضادهای فرهنگی ناشی از تنوع سبک زندگی افزایش و میزان کنترل بر الگوهای مرجع و پایه سبک زندگی ایرانی بسیار کاهش یافته است. همین تغییرات فرهنگی و اجتماعی در الگوهای زندگی و سیالیت و تکثر ناشی از فشار رسانه‌های اجتماعی به آسیب‌ها، مسائل اجتماعی و رفتارهای پرخطر اجتماعی از جمله اعتیاد، کلاه‌برداری،

1. Verhaeghe, N.; Maeseneer, J.; De, Maes, L.; Heeringen, C.; Van, Bogaert, V.; Clays, E.; De, Bacquer, D.; Annemans, L.

2. Seifert, C.M.; Chapman, L.S.; Hart, J.K.; Perez, P.

3. Taillon, B.J.; Mueller, S.M.; Kowalczyk, C.M.; Jones, D.N.

4. Balaban, D.; Mustătea, M.

بزهکاری مجازی، اعتیاد رسانه‌ای، بی‌اخلاقی‌های مجازی و بحران زناشویی و خانوادگی دامن زده‌اند. در این پژوهش، بعد از بررسی پیشینه تجربی، تأثیر رسانه‌های جمعی بر سبک زندگی ارزیابی شده است.

۴) پیشینه تجربی پژوهش

مطالعات تجربی صورت گرفته درباره تأثیر رسانه‌های جمعی بر سبک زندگی به طور خلاصه در جدول شماره ۲ آمده است.

جدول ۲. تأثیر رسانه بر سبک زندگی

ردیف	نویسنده	استان	گروه مورد مطالعه	نمونه	شیوه نمونه‌گیری	نوع هویت	رشته نویسندگان	نوع سند
۱	صنعت‌خواه (۱۴۰۲)	کرمان	کارمندان زن شاغل	۴۰۰	خوشه‌ای و تصادفی ساده	فارس	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۲	رحمانی و همکاران (۱۴۰۲)	تهران	دانشجویان دانشگاه علامه	۳۷۶	چند مرحله‌ای و سهمیه‌ای	فارس	علوم ارتباطات اجتماعی	مقاله پژوهشی
۳	شاد و همکاران (۱۴۰۱)	خراسان شمالی	شهروندان در شهر بجنورد	۳۸۰	تصادفی خوشه‌ای	لر	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۴	دستیار و همکاران (۱۴۰۱)	کهگیلویه و بویر احمد	دانش‌آموزان دختر و پسر متوسطه اول و دوم یاسوج	۳۷۲	خوشه‌ای چند مرحله‌ای	لر	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۵	آقایاری و داداشی (۱۴۰۱)	آذربایجان شرقی	دانش‌آموزان دبیرستان‌های دولتی ناحیه ۳ شهر تبریز	۳۵۶	تصادفی	ترک	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۶	امیرپور و طالب‌دوست (۱۴۰۱)	خراسان رضوی	دانشجویان دانشگاه فرهنگیان شهر مشهد	۳۲۲	تصادفی ساده	فارس	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۷	حیدرنیا (۱۴۰۱)	تهران	شهروندان ۱۶ تا ۶۵ ساله تهرانی	۴۰۰	خوشه‌ای چند مرحله‌ای	فارس	علوم اجتماعی	رساله ارشد

ردیف	نویسنده	استان	گروه مورد مطالعه	نمونه	شیوه نمونه‌گیری	نوع هویت	رشته نویسندگان	نوع سند
۸	توکلی و رسولی (۱۴۰۱)	تهران	شهروندان تهرانی	۳۸۴	تصادفی	فارس	ارتباطات اجتماعی	مقاله پژوهشی
۹	قاسمی شال و همکاران (۱۴۰۰)	تهران	دانش‌آموزان دختر دبیرستانی	۳۶۰	خوشه‌ای دومرحله‌ای و تصادفی ساده	فارس	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۱۰	جهانگیری و همکاران (۱۴۰۰)	تهران	کارکنان نیروی انتظامی شهر تهران	۴۰۰	تصادفی خوشه‌ای	فارس	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۱۱	فتحی و همکاران (۱۴۰۰)	زنجان	روستاییان شهرستان زنجان	۲۵۰	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	ترک	ارتباط و توسعه روستایی	مقاله پژوهشی
۱۲	حائری‌زاده (۱۴۰۰)	یزد	جوانان شهر یزد	۳۸۴	خوشه‌ای	فارس	مدیریت	مقاله پژوهشی
۱۳	تقی‌اکبری و همکاران (۱۳۹۹)	اردبیل	جوانان اردبیل	۳۸۰	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	ترک	مدیریت	مقاله پژوهشی
۱۴	عباسی و جعفری (۱۳۹۹)	ایران	کاربران ایرانی شبکه اجتماعی اینستاگرام	۳۸۴	غیر تصادفی هدفمند	فارس	علوم ارتباطات	مقاله پژوهشی
۱۵	شیما اکبری و همکاران (۱۳۹۹)	تهران	شهروندان بالای ۱۸ سال شهر تهران	۴۲۰	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	فارس	علوم ارتباطات	مقاله پژوهشی
۱۶	گنجی و همکاران (۱۳۹۸)	فارس	زنان ۱۵ تا ۶۰ ساله در شهر شیراز	۳۹۲	تصادفی خوشه‌ای	فارس	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۱۷	قلی‌کیانی (۱۳۹۷)	خوزستان	جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهرستان اديمشک	۴۰۰	تصادفی چندمرحله‌ای	لر	برنامه‌ریزی توسعه منطقه‌ای	مقاله پژوهشی
۱۸	فرقانی و مهاجری (۱۳۹۷)	تهران	جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهر تهران	۳۸۴	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	فارس	ارتباطات	مقاله پژوهشی

ردیف	نویسنده	استان	گروه مورد مطالعه	نمونه	شیوه نمونه‌گیری	نوع هویت	رشته نویسندگان	نوع سند
۱۹	رضاییان و ادریسی (۱۳۹۷)	تهران	دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوم شهر تهران	۳۸۰	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	فارس	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۲۰	کهنگی و قادیان (۱۳۹۷)	مازندران	جوانان شهر بابلسر	۴۰۰	طبقه‌ای تصادفی	مازنی	ارتباطات	مقاله پژوهشی
۲۱	مهدی‌زاده و خاشعی (۱۳۹۷)	تهران	شهروندان ۱۸ ساله و بالاتر	۸۰۲	تصادفی	فارس	علوم ارتباطات	مقاله پژوهشی
۲۲	عیدی‌زاده و بلوطاکی (۱۳۹۶)	تهران	دانشجویان	۲۷۴	تصادفی ساده	فارس	ارتباطات	مقاله پژوهشی
۲۳	مظفری‌نیا و قاسمی‌پور (۱۳۹۶)	ایلام	متأهلان شهر ایلام	۳۶۱	چندمرحله‌ای	لر	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۲۴	فتحی و جعفری (۱۳۹۶)	اردبیل	دانشجویان	۳۸۴	طبقه‌ای و تصادفی ساده	ترک	ارتباطات	مقاله پژوهشی
۲۵	توکلی و شاهزایی (۱۳۹۶)	سیستان و بلوچستان	روستاییان بخش مرکزی شهرستان زهک	۳۸۰	تصادفی ساده	بلوچی	جغرافیا	مقاله پژوهشی
۲۶	بیات و رمضانی (۱۳۹۵)	خراسان شمالی	افراد ۱۵ تا ۶۵ ساله	۳۸۴	چندمرحله‌ای تصادفی	ترکمن	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۲۷	شیخ‌زاده (۱۳۹۵)	تهران	خانواده‌های ساکن تهران	۳۸۴	تصادفی ساده	فارس	زبان‌های خارجی	مقاله پژوهشی
۲۸	سلطانی (۱۳۹۵)	ایلام	دانشجویان	۸۶	تصادفی	کرد	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۲۹	بادسار و همکاران (۱۳۹۵)	زنجان	روستاییان شهرستان زنجان	۲۵۰	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	ترک	توسعه کشاورزی	مقاله پژوهشی
۳۰	یاوری‌فرد (۱۳۹۵)	تهران	شهروندان شهر تهران	۳۸۴	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	فارس	علوم اجتماعی	رساله ارشد

ردیف	نویسنده	استان	گروه مورد مطالعه	نمونه	شیوه نمونه‌گیری	نوع هویت	رشته نویسندگان	نوع سند
۳۱	حسینی (۱۳۹۵)	تهران	دانشجویان دانشگاه تهران	۳۹۰	هدفمند و طبقه‌ای سهمیه‌ای	فارس	علوم اجتماعی	دکتری تخصصی
۳۲	دانش و همکاران (۱۳۹۵)	تهران	دانشجویان دانشگاه پیام نور تهران غرب	۳۶۷	طبقه‌ای	فارس	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۳۳	افشار کهن و شرفی (۱۳۹۵)	کرمانشاه	افراد ۴۰ سال به بالای شهر کرمانشاه	۴۰۰	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	کرد	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۳۴	یعقوبی دوست و همکاران (۱۳۹۴)	خوزستان	جوانان شهر اهواز	۳۸۴	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	عرب	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۳۵	موسوی و راد (۱۳۹۴)	آذربایجان شرقی	شهروندان شهر تبریز	۴۰۰	خوشه‌ای	ترک	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۳۶	ترزعی نژاد و سفیدگر (۱۳۹۴)	آذربایجان غربی	دانشجویان دختر دانشگاه آزاد	۳۶۲	تصادفی ساده	ترک	علوم ارتباطات	مقاله پژوهشی
۳۷	رسول‌زاده اقدم و همکاران (۱۳۹۴)	چند استان کشور	کاربران جوان رسانه‌های اجتماعی	۲۱۰۰	داوطلبانه و در دسترس	فارس و ترک	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۳۸	امام جمعه‌زاده و همکاران (۱۳۹۳)	اصفهان	دانشجویان دانشگاه	۱۹۹	خوشه‌ای	فارس	علوم سیاسی	مقاله پژوهشی
۳۹	شریفی و رادمنش (۱۳۹۳)	تهران	دانشجویان دانشگاه تهران	۱۴۰	گلوله برفی	فارس	مدیریت	مقاله پژوهشی
۴۰	فتحی و مختارپور (۱۳۹۳)	تهران	دانشجویان	۳۷۰	تصادفی ساده	فارس	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۴۱	کوهی و همکاران (۱۳۹۳)	آذربایجان شرقی	شهروندان ۱۵-۶۵ ساله شهر تبریز	۷۰۶	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	ترک	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی

ردیف	نویسنده	استان	گروه مورد مطالعه	نمونه	شیوه نمونه‌گیری	نوع هویت	رشته نویسندگان	نوع سند
۴۲	عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۳)	آذربایجان شرقی	مردان و زنان ۱۵ تا ۳۰ سال	۴۰۰	چندمرحله‌ای	ترک	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۴۳	خواججه‌نوری و سروش (۱۳۹۳)	فارس	جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شیراز	۷۴۵	تصادفی چندمرحله‌ای	فارس	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۴۴	بختیاری و عزیزخانی (۱۳۹۲)	اردبیل	جوانان شهرستان خلخال	۳۰۰	غیر احتمالی در دسترس	ترک	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۴۵	شاهنوشی و تاجی (۱۳۹۱)	چهارمحال بختیاری	جوانان در شهرستان شهرکرد	۴۵۱	طبقه‌ای	بختیاری	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۴۶	بحرانی و همکاران (۱۳۹۰)	فارس	جوانان ۱۸-۲۹ ساله	۸۸۸	چندمرحله‌ای	فارس	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۴۷	علیخواه و رستمی (۱۳۹۰)	مازندران	شهروندان شهر تنکابن	۲۴۰	تصادفی سیستماتیک	مازنی	علوم اجتماعی	مقاله پژوهشی
۴۸	احمدی (۱۳۸۹)	کردستان	سرپرستان خانوار شهر سنندج	۳۸۲	خوشه‌ای تصادفی	کرد	علوم اجتماعی	رساله ارشد
۴۹	خرم‌جاه (۱۳۸۷)	تهران	افراد ۱۵ تا ۶۵ ساله شهر	۴۰۰	متناسب با حجم جمعیت نمونه	فارس	علوم اجتماعی	رساله ارشد
۵۰	رضوی‌زاده (۱۳۸۴)	چند استان	روستاییان	۴۶۶	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	فارس	کشاورزی	مقاله پژوهشی

۵) نقد پیشینه و نوآوری تحقیق

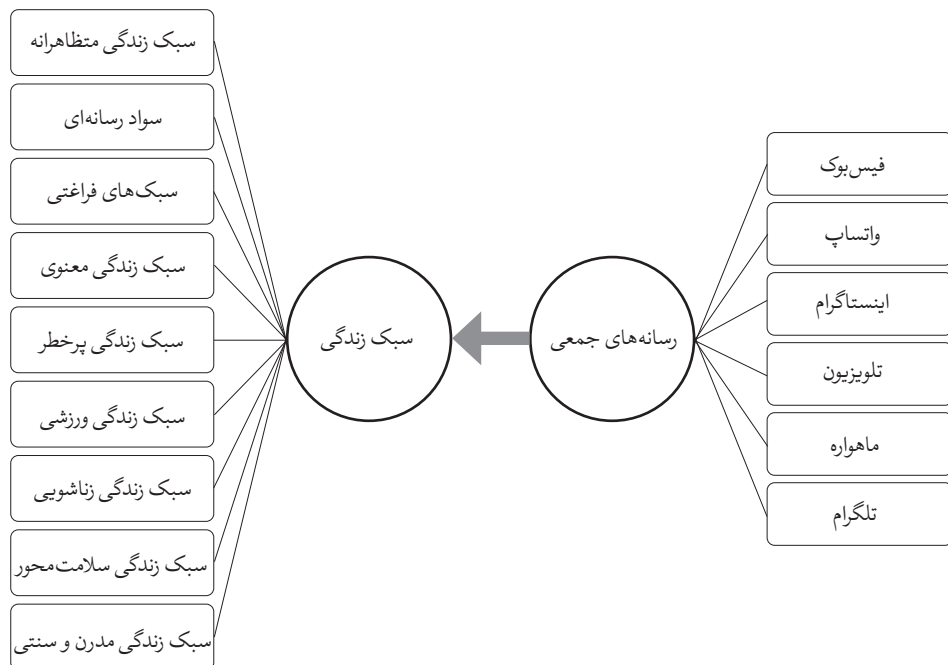
رسانه‌های جمعی و اجتماعی از ابزارهای مهم و ضروری زندگی جهان مدرن شده‌اند و تعامل خانوادگی، سازمانی، اداری و بازاری به طور عمده با اتصال به رسانه‌های جمعی امکان‌پذیر است. ظهور این پدیده در زندگی ایرانیان به تغییراتی در سبک زندگی انجامیده است. سبک زندگی ایرانیان در حال تغییر است و گاهی شیب این تحولات منفی و آسیب‌زا است. ظهور

رسانه های جمعی و شبکه های اجتماعی در ایران تغییراتی عمیق و اساسی در سبک زندگی ایجاد کرده است. با بررسی پیشینه پژوهش و جست و جوی کلیدواژه «رسانه های جمعی و سبک زندگی» در پایگاه های اینترنتی نورمگز، سیویلیکا، ایران داک و مگ ایران می توان به این نتیجه رسید که پژوهش های متعددی با رویکرد پیمایشی انجام شده اند، اما دارای خلأ در یافته ها و ارائه ریشه های جامع هستند. در بازه زمانی ۱۳۸۴ تا ۱۴۰۲ پژوهش های مختلفی در این باره انجام گرفته است. به دلیل عدم اجماع نظری - تجربی و نبود انسجام در این پژوهش ها، تحقیق حاضر با هدف مرور سیستماتیک و فراتحلیل پژوهش ها به دنبال این است که رسانه های جمعی چه تأثیر سلبی یا ایجابی بر سبک زندگی داشته اند.

۶) فرضیه پژوهش

بین مصرف رسانه های جمعی و سبک زندگی رابطه معناداری وجود دارد.

۷) الگوی نظری پژوهش



شکل ۱. الگوی نظری پژوهش

۸) روش‌شناسی تحقیق

در این تحقیق از فراتحلیل کمی بهره گرفته شده است. فراتحلیل برآورد اندازه اثر مطالعات در یک واحد اصلی است که با ارجاع به مقالات منتشرشده، سال پژوهش و متغیرهای معنادار با وابسته ارزیابی می‌شود. این روش کاربردی حالتی گذشته‌نگر دارد. محقق یک نوع برآورد از مجموع مطالعات انجام گرفته در یک بازه زمانی ثابت انجام می‌دهد، معمولاً ضریب همبستگی، حجم نمونه و سطح معناداری ابزارهای مهم کار هستند. کسب اطلاعات در این تحقیق، نوعی پرسش‌نامه معکوس است که در سایت‌های معتبر علمی پژوهشی نمایه علمی شده است و اعتبار و سطح روایی محتوایی بالایی دارد. در گام اول بعد از طرح موضوع، شناسایی دامنه متغیرهای مستقل و وابسته متناسب با اهداف و سؤالات و اسناد علمی از سایت‌های داخلی گردآوری شد و در نتیجه متغیر مستقل (رسانه‌های جمعی) و وابسته (سبک زندگی) شناسایی و جمع‌بندی شدند. سطح روایی و اعتبار تحقیق برحسب ملاک روشی، نظری، تعاریف مفهومی - عملیاتی و نوع آزمون بسته به سطح متغیر اندازه‌گیری شد و از دو ملاک ورود (معیارهای ورود) و ملاک خروج (معیارهای خروج) برای غربالگری مقالات استفاده شد. برای دریافت و جمع‌آوری مقالات از سایت نورمگز، سیویلیکا، ایران‌داک و مگیران، در بازه زمانی ۱۳۸۴ تا ۱۴۰۳، کلیدواژه «رسانه‌های جمعی و سبک زندگی» جست‌وجو شد. ۹۸ تحقیق شناسایی و بعد از کنترل روش، اعتبار، روایی و یافته‌های علمی، ۵۱ سند علمی وارد نرم‌افزار شدند و اندازه اثر نهایی هر پژوهش و اثر نهایی کل با فرمول فیشر و کوهن برآورده شد.

۹) یافته‌های پژوهش

یافته‌های تحقیق در دو دسته توصیفی و تحلیلی ارزیابی شده‌اند.

الف) توصیفی

- رشته تخصصی نویسندگان، ۶۰ درصد علوم اجتماعی، ۲۰ درصد علوم ارتباطات، ۴ درصد برنامه‌ریزی و توسعه منطقه‌ای، ۲ درصد زبان‌های خارجی، ۲ درصد ارتباط و توسعه روستایی، ۶ درصد علوم مدیریت، ۲ درصد علوم جغرافیا، ۳ درصد علوم کشاورزی و ۱ درصد علوم سیاسی بوده است.
- شیوه نمونه‌گیری مطالعات، ۴۵ درصد خوشه‌ای چندمرحله‌ای، ۳۳ درصد تصادفی ساده، ۱۲ درصد طبقه‌ای، ۸ درصد هدفمند و ۲ درصد گلوله برفی بوده است.
- جامعه آماری پژوهش، ۲۶ درصد نوجوانان و جوانان، ۳۰ درصد شهروندان عمومی، ۲۰ درصد دانشجویان دانشگاه، ۸ درصد دانش‌آموزان مدارس، ۶ درصد روستاییان، ۵ درصد

- زنان، ۲ درصد سرپرستان خانواده، ۲ درصد کارکنان اداری و ۱ درصد کاربران فضای مجازی هستند.
- هویت قومی، ۵۳ درصد فارس، ۲۰ درصد آذری، ۶ درصد کرد، ۱۱ درصد لر، ۴ درصد مازنی، ۲ درصد بلوچ، ۲ درصد عرب و ۱ درصد ترکمن بوده است.
 - نوع سند پژوهش: ۹۰ درصد مقاله پژوهشی، ۸ درصد پایان نامه کارشناسی ارشد و ۲ درصد رساله دکتری بوده است.
 - در پژوهش های فوق ۵ درصد سبک زندگی سنتی، ۱۳ درصد سبک زندگی مدرن، ۱۱ درصد سبک زندگی سلامت محور، ۱۹ درصد سبک زندگی زناشویی، ۹ درصد سبک زندگی ورزشی، ۹ درصد سبک زندگی پرخطر، ۹ درصد سبک زندگی معنوی، ۵ درصد سبک های فراغتی، ۱۳ درصد سبک زندگی متظاهرانه و ۷ درصد سواد رسانه ای تکرار شده است.

(ب) تحلیلی

در این بخش یافته های حاصل از فراتحلیل، به تفکیک مطالعات، ارائه شده اند.

جدول ۲. پیامدهای مصرف رسانه جمعی بر سبک زندگی

گزارش آماری					وابسته (نوع هویت)	متغیر مستقل
sig	Z	upper	lower	Effect size		
۰/۰۰۰	-۱۳/۰۲۴	-۰/۲۸۹	-۰/۱۰۲	-۰/۴۰۱	سبک زندگی سنتی	رسانه های جمعی
۰/۰۰۰	۱۰/۹۲۶	۰/۲۶۱	۰/۱۲۸	۰/۲۲۹	سبک زندگی مدرن	
۰/۰۰۰	۸/۳۰۴	۰/۱۴۲	۰/۰۸۹	۰/۲۱۲	سبک زندگی سلامت محور	
۰/۰۰۰	-۱۲/۱۳۰	-۰/۱۹۸	-۰/۱۳۲	-۰/۱۸۳	سبک زندگی زناشویی	
۰/۰۰۰	-۳/۴۸۰	-۰/۲۶۰	-۰/۰۷۷	-۰/۳۸۰	سبک زندگی ورزشی	
۰/۰۰۰	۱۰/۲۵۰	-۰/۲۶۳	-۰/۸۰	۰/۱۰۲	سبک زندگی پرخطر	
۰/۰۰۰	-۶/۷۸۰	-۰/۴۱۹	-۰/۱۲۰	-۰/۵۲۷	سبک زندگی معنوی	
۰/۰۰۰	-۷/۰۳۲	-۰/۲۰۶	-۰/۱۵۱	-۰/۲۰۰	سبک های فراغتی	
۰/۰۰۰	۹/۲۶۵	۰/۴۷۱	۰/۱۶۸	۰/۳۶۹	سواد رسانه ای	
۰/۰۰۰	۴/۱۰۰	۰/۱۷۰	۰/۰۲۵	۰/۶۲۱	سبک زندگی متظاهرانه	
۰/۰۰۰	۵/۰۴۲	۰/۱۷۳	۰/۱۰۹	۰/۲۸۷	اثر کل	

بر اساس نتایج، رسانه‌های جمعی تأثیر معناداری بر سبک زندگی ایرانیان دارد و ۲۸۷٪ درصد از آن را تبیین و پیش‌بینی می‌کند. با افزایش استفاده از رسانه‌های جمعی، سبک زندگی نیز دچار تحول و تغییراتی می‌شود و جهت این تغییر مثبت است. همچنین رابطه رسانه‌های جمعی با مؤلفه‌های سبک زندگی نشان می‌دهد که:

آثار سلبی رسانه‌های جمعی بر سبک زندگی:

- رسانه‌های جمعی تأثیر منفی بر سبک زندگی سنتی (۴۰۱٪-) داشته و باعث کاهش گرایش مردم به سبک زندگی سنتی شده‌اند.
- رسانه‌های جمعی تأثیر منفی بر سبک زندگی زناشویی (۱۸۳٪-) داشته و میزان تعهد و دلبستگی زوجین به زندگی زناشویی بر مبنای هنجار، عرف و اخلاق را کاهش داده‌اند.
- رسانه‌های جمعی تأثیر منفی بر سبک زندگی ورزشی (۳۸۰٪-) داشته و با ترغیب شهروندان به کم‌تحرکی و تکمیل اوقات فراغت مجازی، اهمیت سبک زندگی ورزشی را کاهش داده‌اند.
- رسانه‌های جمعی تأثیر منفی بر سبک زندگی معنوی (۵۲۷٪-) داشته و از طریق ترویج سکولاریسم، عرفی شدن، مادی‌گرایی و جهانی شدن، از میزان تعلق دینی، معنوی و روحانی شهروندان کاسته‌اند.
- رسانه‌های جمعی تأثیر منفی بر سبک‌های فراغتی (۲۰۰٪-) داشته و به دلیل نبود کنترل اجتماعی بر محتوای آنها باعث ترویج سبک زندگی ناهنجار، بزهکارانه و منحرفانه در میان شهروندان شده‌اند.

آثار ایجابی رسانه‌های جمعی بر سبک زندگی:

- رسانه‌های جمعی تأثیر مثبت بر سبک زندگی سلامت‌محور (۲۱۲٪) داشته و با افزایش آگاهی، اطلاع‌رسانی، اخبار پزشکی و سلامتی، کیفیت زیستی و سلامت اجتماعی را ارتقا داده‌اند.
- رسانه‌های جمعی تأثیر مثبت بر سبک زندگی مدرن (۲۲۹٪) داشته و در گرایش شهروندان به باورهای جهانی، نوگرایی، کاهش تقدیرگرایی و باورهای خرافی مؤثر بوده‌اند.
- رسانه‌های جمعی تأثیر مثبت بر سبک زندگی پرخطر (۱۰۲٪) داشته و به دلیل دسترسی آسان به مواد مخدر، اعتیاد جنسی، مشروبات الکلی، رفتارهای بزهکارانه و نبود نظارت دقیق بر آنها، بسترهای گرایش به رفتارهای پرخطر را افزایش داده‌اند.
- رسانه‌های جمعی تأثیر مثبت بر سواد رسانه‌ای (۳۶۹٪) داشته و با نفوذ و شیوع در زندگی

مردم و در دسترس بودن، دانش و آگاهی اجتماعی شهروندان را ارتقا داده و باعث تسلط آنان به مهارت‌های فناورانه جهت انجام امور روزمره شده‌اند.

- رسانه‌های جمعی تأثیر مثبت بر سبک زندگی متظاهران (۰/۶۲۱) داشته و باعث کاهش تعلق به سبک زندگی سنتی، ساده و قناعت‌محور و ترویج الگوهای مقایسه‌ای، چشم و هم‌چشمی و متظاهران شده‌اند؛ در نتیجه، شیوه‌های ولخرجی و متظاهران یکی از نمادهای تمایز اجتماعی و منزلت اجتماعی شده است.

تأثیر نوع عوامل رسانه‌ای بر سبک زندگی:

جدول ۳. تأثیر نوع عوامل رسانه‌ای بر سبک زندگی

گزارش آماری				نوع رسانه
سطح معناداری	Z	اندازه اثر	متغیر	
۰/۰۰۰	۴۱/۵۶۱	۰/۱۴۷	سبک زندگی مدرن	فیس‌بوک
۰/۰۰۰	۶/۰۷۲	۰/۲۹۴	سبک زندگی ورزشی	
۰/۰۰۰	۳/۲۰۱	-/۳۹۱	سبک زندگی معنوی	
۰/۰۰۰	۱۷/۵۰۰	۰/۱۵۴	سبک زندگی ورزشی	واتساپ
۰/۰۰۰	۱۱/۳۱۸	۰/۲۰۴	سبک زندگی متظاهران	
۰/۰۰۰	۵/۰۶۹	-/۱۱۹	سبک زندگی زناشویی	
۰/۰۰۰	۲/۲۵۰	-/۴۱۲	سبک‌های فراغتی	
۰/۰۰۰	۳/۱۱۶	۰/۲۶۶	سبک زندگی متظاهران	اینستاگرام
۰/۰۰۰	۸/۳۶۳	-/۳۰۶	سبک زندگی معنوی	
۰/۰۰۰	۴/۲۱۲	۰/۶۵۲	سواد رسانه‌ای	
۰/۰۰۰	۱۹/۸۱۹	۰/۲۰۳	سبک زندگی سلامت‌محور	تلویزیون
۰/۰۰۰	۳/۰۲۶	۰/۱۵۹	سبک زندگی زناشویی	
۰/۰۰۰	۷/۳۳۱	-/۱۸۰	سبک زندگی پرخطر	

گزارش آماری				نوع رسانه
سطح معناداری	Z	اندازه اثر	متغیر	
۰/۰۰۰	۳/۷۸۲	-۰/۳۹۲	سبک زندگی معنوی	ماهواره
۰/۰۰۰	۱۵/۰۴۲	۰/۲۴۲	سبک زندگی پرخطر	
۰/۰۰۰	۱۰/۱۱۸	۰/۳۶۹	سواد رسانه‌ای	
۰/۰۰۰	۶/۳۲۵	۰/۴۰۰	سبک زندگی ورزشی	
۰/۰۰۰	۸/۱۱۷	-۰/۱۳۴	سبک زندگی سنتی	تلگرام
۰/۰۰۰	۱۱/۲۱۵	۰/۲۶۷	سبک زندگی معنوی	
۰/۰۰۰	۴/۳۵۱	۰/۱۴۷	سبک زندگی زناشویی	

همچنین جدول فوق نشان می‌دهد که

۱. رسانه جمعی فیس‌بوک

- بر سبک زندگی مدرن تأثیر مثبت داشته و توانسته ۰/۱۴۷ از آن را تبیین کند.
- بر سبک زندگی ورزشی تأثیر مثبت داشته و توانسته ۰/۲۹۴ از آن را تبیین کند.
- بر سبک زندگی معنوی تأثیر منفی داشته و توانسته ۰/۳۹۱- از آن را تبیین کند.

۲. رسانه جمعی واتساپ

- بر سبک زندگی ورزشی تأثیر مثبت داشته و توانسته ۰/۱۵۴ از آن را تبیین کند.
- بر سبک زندگی متظاهرانه تأثیر مثبت داشته و توانسته ۰/۲۰۴ از آن را تبیین کند.
- بر سبک زندگی زناشویی تأثیر منفی داشته و توانسته ۰/۱۱۹- از آن را تبیین کند.
- بر سبک‌های فراغتی تأثیر منفی داشته و توانسته ۰/۴۱۲- از آن را تبیین کند.

۳. رسانه جمعی اینستاگرام

- بر سبک زندگی متظاهرانه تأثیر مثبت داشته و توانسته ۰/۲۶۶ از آن را تبیین کند.
- بر سبک زندگی معنوی تأثیر منفی داشته و توانسته ۰/۳۰۶- از آن را تبیین کند.
- بر سواد رسانه‌ای تأثیر مثبتی داشته و توانسته ۰/۶۵۲ از آن را تبیین کند.

۴. رسانه جمعی تلویزیون

- بر سبک زندگی سلامت محور تأثیر مثبت داشته و توانسته ۰/۲۰۳٪ از آن را تبیین کند.
- بر سبک زندگی زناشویی تأثیر مثبت داشته و توانسته ۰/۱۵۹٪ از آن را تبیین کند.
- بر سبک زندگی پرخطر تأثیر منفی داشته و توانسته ۰/۱۸۰٪ از آن را تبیین کند.

۴. رسانه جمعی ماهواره

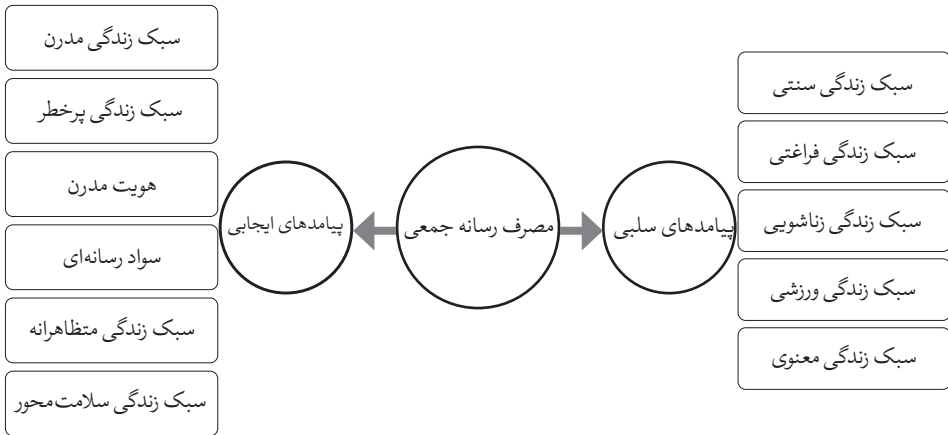
- بر سبک زندگی معنوی تأثیر منفی داشته و توانسته ۰/۳۹۲٪ از آن را تبیین کند.
- بر سبک زندگی پرخطر تأثیر مثبت داشته و توانسته ۰/۲۴۲٪ از آن را تبیین کند.
- بر سواد رسانه‌ای تأثیر مثبت داشته و توانسته ۰/۳۶۹٪ از آن را تبیین کند.
- بر سبک زندگی ورزشی تأثیر مثبت داشته و توانسته ۰/۴۰۰٪ از آن را تبیین کند.

۵. رسانه جمعی تلگرام

- بر سبک زندگی سنتی تأثیر منفی داشته و توانسته ۰/۱۳۴٪ از آن را تبیین کند.
- بر سبک زندگی معنوی تأثیر مثبت داشته و توانسته ۰/۲۶۷٪ از آن را تبیین کند.
- بر سبک زندگی زناشویی تأثیر مثبت داشته و توانسته ۰/۱۴۷٪ از آن را تبیین کند.

نتیجه

امروزه رسانه‌های جمعی جزئی از زندگی عموم مردم شده و تأثیر فراوانی بر روح، روان، جسم، باور، هویت، تعامل، روابط و سبک زندگی مردم گذاشته‌اند. عضویت در شبکه‌های اجتماعی و استفاده از رسانه جمعی سبک جدیدی از زندگی را رقم زده که در فعالیت‌های روزمره دخیل شده، در سبک زندگی و فرهنگ اجتماعی تغییرات بنیادین ایجاد کرده و باورها و ارزش‌های نسلی را تغییر داده است. نتایج نشان می‌دهند که رسانه‌های جمعی تأثیری دوگانه و دووجهی (سلبی و ایجابی) بر ساحت سبک زندگی خانواده‌های ایرانی داشته و به لحاظ تطبیقی، آثار سلبی آن بیشتر از ابعاد ایجابی‌اش بوده است. در شکل زیر نتایج کلی پژوهش نمایش داده شده است.



شکل شماره ۱. پیامدهای سلبی و ایجابی رسانه‌های جمعی بر سبک زندگی

به این ترتیب نتایج جزئی پژوهش به شرح زیر است:

الف) پیامدهای سلبی رسانه‌های جمعی بر سبک زندگی

- با تأثیر منفی بر سبک زندگی سنتی، باعث کاهش سبک زندگی سنتی گردیده است. این متغیر ۴۰ درصد از تغییرات سبک زندگی سنتی را پیش‌بینی کرده است.
- با تأثیر منفی بر سبک زندگی زناشویی، منجر به کاهش کیفیت زندگی زناشویی، افزایش اختلافات و بحران کانون زناشویی شده است. این متغیر ۱۸ درصد از تغییرات سبک زندگی زناشویی را پیش‌بینی کرده است.
- با تأثیر منفی بر سبک زندگی ورزشی، به دلیل سرگرمی‌های مختلف و پر کردن اوقات فراغت، باعث کم‌تحرکی، چاقی و بی‌تمایلی به ورزش شده است. این متغیر ۳۸ درصد از تغییرات سبک زندگی ورزشی را پیش‌بینی کرده است.
- با تأثیر منفی بر سبک زندگی معنوی، به دلیل تبلیغ علیه باورهای دینی و افزایش فردگرایی و کاهش مشارکت فرد در مسائل دینی از دینداری افراد کاسته است. این متغیر ۵۲ درصد از تغییرات سبک زندگی معنوی را پیش‌بینی کرده است.
- با تأثیر منفی بر سبک‌های فراغتی، باعث ترویج سبک زیست فراغتی منفی، ناپه‌نجان و زهرآگین در فضای مجازی شده است. این متغیر ۲۰ درصد از تغییرات سبک زندگی فراغتی را پیش‌بینی کرده است.

بر این اساس، رسانه‌های جمعی دارای تأثیر سلبی و کاهنده بر ساختار و کیفیت سبک زندگی شهروندان ایرانی بوده‌اند. این یافته با نتایج پژوهشی حسنی (۱۳۹۵)، دانش و همکاران

(۱۳۹۵)، افشار کهن و شرفی (۱۳۹۵)، یعقوبی دوست و همکاران (۱۳۹۴)، موسوی و راد (۱۳۹۴)، ترزهی نژاد و سفیدگر (۱۳۹۴)، رسول زاده اقدم و همکاران (۱۳۹۴)، امام جمعه زاده و همکاران (۱۳۹۳)، شریفی و رادمنش (۱۳۹۳)، فتحی و مختارپور (۱۳۹۳)، شاد و همکاران (۱۴۰۱)، دستیار و همکاران (۱۴۰۱)، آقاییاری و داداشی (۱۴۰۱)، امیرپور و طالب دوست (۱۴۰۱)، حیدرنیا (۱۴۰۱)، توکلی و رسولی (۱۴۰۱)، قاسمی شال و همکاران (۱۴۰۰)، جهانگیری و همکاران (۱۴۰۰)، فتحی و همکاران (۱۴۰۰) و حائری زاده (۱۴۰۰) همسو است و آنها را تأیید می کند.

ب) پیامدهای ایجابی رسانه های جمعی بر سبک زندگی

- با تأثیر مثبت بر سبک زندگی سلامت محور، منجر به ارتقای سطح سلامت اجتماعی، روانی و جسمانی شهروندان شده و میزان اضطراب، افسردگی و فشارهای روانی آن را کاسته است. این متغیر ۲۱ درصد از تغییرات سبک زندگی سلامت محور را پیش بینی کرده است.
- با تأثیر مثبت بر سبک زندگی مدرن، باعث گرایش فرد به سبک زندگی مدرن شده است. این متغیر ۲۹ درصد از تغییرات سبک زندگی مدرن را پیش بینی کرده است.
- با تأثیر مثبت بر سبک زندگی پرخطر، به دلیل رواج هرج و مرج، بی اخلاقی و ناهنجاری های اخلاقی، سبک زندگی پرخطر را تقویت کرده است. این متغیر ۱۰ درصد از تغییرات سبک زندگی پرخطر را پیش بینی کرده است.
- با تأثیر مثبت بر سواد رسانه ای، منجر به ارتقای سواد رسانه ای و آگاهی و دانش فردی و تسلط و مهارت فناوریانه شده است. این متغیر ۳۶ درصد از تغییرات سواد رسانه ای را پیش بینی کرده است.
- با تأثیر مثبت بر سبک زندگی متظاهرانه، باعث تقویت چشم و همچشمی، سبک زندگی مصرفی و تن پرورانه شده است. این متغیر ۶۲ درصد از تغییرات سبک زندگی متظاهرانه را پیش بینی کرده است.

طبق نتایج فوق، رسانه های جمعی پیامدهایی ایجابی در برخی از ابعاد سبک زندگی داشته اند. این یافته با نتایج پژوهشی کوهی و همکاران (۱۳۹۳)، صنعت خواه (۱۴۰۲)، رحمانی و همکاران (۱۴۰۲)، تقی اکبری و همکاران (۱۳۹۹)، عباسی و جعفری (۱۳۹۹)، شیما اکبری و همکاران (۱۳۹۹)، گنجی و همکاران (۱۳۹۸)، قلی کیانی (۱۳۹۷)، فرقانی و مهاجری (۱۳۹۷)، رضاییان و ادریسی (۱۳۹۷)، کهنگی و قادیان (۱۳۹۷)، مهدی زاده و خاشعی (۱۳۹۷)، عیدی زاده و بلوطلکی (۱۳۹۶)، مظفری نیا و قاسمی پور (۱۳۹۶)، فتحی و جعفری (۱۳۹۶)، توکلی و شاهزایی (۱۳۹۶)، بیات و رمضانی (۱۳۹۵)، شیخ زاده (۱۳۹۵)، سلطانی (۱۳۹۵)، بادسار و همکاران (۱۳۹۵)، یاوری فرد (۱۳۹۵)، عدلی پور و همکاران (۱۳۹۳)، خواجه نوری و

سروش (۱۳۹۳)، بختیاری و عزیزخانی (۱۳۹۲)، شاهنوشی و تاجی (۱۳۹۱)، بحرانی و همکاران (۱۳۹۰)، علیخواه و رستمی (۱۳۹۰)، احمدی (۱۳۸۹)، خرم‌جاه (۱۳۸۷) و رضوی‌زاده (۱۳۸۴) همسو است و آنها را تأیید می‌کند.

به طور کلی، رسانه‌های جمعی جزئی جدایی‌ناپذیر از زندگی امروز ایرانیان شده‌اند و شرط ضروری زندگی تلقی می‌شوند. با توجه به نتایج فراتحلیل پنجاه سند علمی در ایران، این رسانه‌ها دارای تأثیری دوگانه و متضاد (مثبت و منفی) هستند. فضای مجازی و رسانه‌های جمعی نوظهور، به دلیل مدیریت نشدن و ورود بی‌امان به زندگی خصوصی و عرصه خانوادگی ایرانیان، آسیب‌های اجتماعی زیادی را با خود آورده و معایب، خطرات و آثار زیانبارشان بر سبک زندگی ایرانیان بیشتر از نتایج مفید و مثبتشان بوده است. نمی‌توان آنها را از سبک زندگی ایرانیان به کلی حذف کرد، ولی به سیاست‌گذاری فرهنگی و رسانه‌ای و استفاده مفید و تنظیم آن برای خدمات‌رسانی به خانواده‌های ایرانی نیاز است. سبک زندگی ایرانیان، که پایه و اساس آن حفظ سنت و ارزش‌های اسلامی و ایرانی است، در اثر سوء مدیریت و ناتوانی مردم ایران در مواجهه با آن دچار فرسایش شده و جامعه ایرانی شاهد گونه‌هایی از سبک زندگی نوظهور است که با فرهنگ خانواده‌های ایرانی سازگاری و انطباق ندارند. این امر در صورت تداوم می‌تواند سبک زیستی نسل‌های آینده را با خطرهای و مسائل اجتماعی منفی مواجه کند و جامعه را با افزایش طلاق، خشونت خانگی، کلاه‌برداری، سبک‌زناسویی غیر صمیمانه و غیر متعهدانه، شکاف نسلی، کاهش کیفیت آموزش و تخصص در نیروهای انسانی، افزایش بیکاران به دلیل افت تحصیلی و در نتیجه عقب‌ماندگی از فرایند توسعه و پیشرفت روبه‌رو کند.

محدودیت‌های پژوهش:

- نداشتن دسترسی دقیق و کامل به نتایج آماری و تحلیلی پژوهش‌ها؛
- تداخل و گاهی تضاد مفهومی در طبقه‌بندی متغیرهای مستقل و وابسته؛
- وجود اریب و سوگیری در کلان داده‌های فراتحلیل در هنگام پردازش؛
- وجود سوگیری در تعمیم و پوشش جامعه آماری آن به دلیل تمایز و اختلاف در محل نمونه‌گیری، تفاوت جغرافیا و شیوه‌های اندازه‌گیری؛
- نداشتن ارتباط با نویسندگان مقالات پژوهشی جهت ایجاد اجماع نظری - تجربی درباره یافته‌های تجربی.

پیشنهاد‌های پژوهش:

- آموزش و ساماندهی فضای مجازی و رسانه‌های جمعی و کاهش آسیب‌زایی و خطرات

اجتماعی آن؛

- ایجاد پلتفرم‌ها و مدیریت و نظارت دقیق محتوا و اسناد اطلاعاتی آن در جامعه؛
- تقویت سواد رسانه‌ای و افزایش آگاهی از مزایا و معایب رسانه‌های جمعی در زندگی؛
- کاهش رفتارهای مخاطره‌آمیز فضای مجازی در حوزه نظام خانواده از طریق ایجاد کنترل درون خانوادگی؛
- جهت دادن به فضای مجازی و رسانه‌های جمعی در مسیر تقویت الگوهای دینی، ارتقای زیست معنوی و ارتباط آن با فعالیت‌های مثبت روزمره ایرانیان.

کتاب‌نامه

۱. احمدی، ادریس (۱۳۸۹)، «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر (طبقه، دین و رسانه) بر سبک زندگی (مطالعه موردی شهر سنندج)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بوعلی سینا، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی.
۲. افشارکهن، جواد؛ شرفی، برومند (۱۳۹۵)، «وسایل ارتباط جمعی، موقعیت اجتماعی - اقتصادی مخاطبان و برجسته‌سازی دانش مرتبط با سبک زندگی سلامت محور»، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۱، ص ۷۷-۹۴.
۳. اکبری، تقی؛ هاشمی، جواد؛ کاظمی، سلیم؛ جاویدپور، مرتضی؛ متولی، مریم (۱۳۹۹)، «تبیین تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی جوانان (مورد مطالعه: جوانان شهر اردبیل)»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۱۰۳، ص ۵۹-۸۱.
۴. اکبری، شیماء؛ جعفری، علی؛ سلطانی‌فر، محمد (۱۳۹۹)، «نقش دیجیتال شدن مصرف رسانه‌ای در سبک زندگی شهروندان بالای ۱۸ سال شهر تهران»، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی شهری، شماره ۳۶، ص ۱۵۹-۱۸۲.
۵. امام‌جمعه‌زاده، سیدجواد؛ ابراهیمی‌پور، حوا؛ ملکان، مجید؛ محموداوغلی، رضا (۱۳۹۳)، «بررسی رابطه مصرف اینترنتی و سبک زندگی دانشجویان (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان)»، فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۵۵، ص ۲۹۱-۳۱۴.
۶. امیرپور، مهناز؛ طالب‌دوست، مریم (۱۴۰۱)، «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی و سبک زندگی دانشجویان دانشگاه فرهنگیان مشهد»، نشریه مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۳۲، ص ۳۲۵-۳۵۵.
۷. آقاییاری، توکل؛ داداشی، رؤیا (۱۴۰۱)، «بررسی تأثیر الگوی استفاده از رسانه‌های جمعی بر سبک زندگی سالم»، فصلنامه رسانه، شماره ۴، ص ۸۹-۱۱۱.
۸. بادسار، محمد؛ فتحی، سهیلا؛ رضایی، روح‌الله؛ شعبانعلی، حسین (۱۳۹۵)، «نقش رسانه‌ها در تحولات سبک زندگی روستاییان (مورد مطالعه: شهرستان زنجان)»، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، شماره ۲۴، ص ۱۵۳-۱۶۶.
۹. بحرانی، شعله؛ سروش، مریم؛ حسینی، مریم (۱۳۹۰)، «مقایسه جنسیتی رابطه رسانه‌ها، هویت و سبک زندگی در بین جوانان شیراز»، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۳، ص ۱۰۳-۱۱۰.
۱۰. بختیاری، بهراد؛ عزیزخانی، اقبال (۱۳۹۲)، «بررسی جامعه‌شناختی گرایش به ارزش‌های غربی با تکیه بر میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی (مطالعه موردی: جوانان شهر خلخال)»، مجله مطالعات جامعه‌شناسی، شماره ۲، ص ۱۲۷-۱۴۵.
۱۱. بیات، بهرام؛ رمضان‌نای، اکرم (۱۳۹۵)، «تبیین تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر سبک زندگی در حوزه امنیت اجتماعی (مطالعه موردی: شهر اسفراین)»، فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، شماره ۲، ص ۱۱۵-۱۵۱.
۱۲. ترزمنی‌نژاد، وحیده؛ سفیدگر، راضیه (۱۳۹۴)، «مطالعه رابطه بین نوع و میزان تماشای سریال‌های ترکی زبان اصلی و سبک زندگی بین دانشجویان دختر مجرد ۲۰ الی ۲۵ سال (دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه)»، نشریه مطالعات رسانه‌ای، شماره ۳۱، ص ۷۱-۸۶.

۱۳. توکلی، مرتضی؛ رسولی، محمدرضا (۱۴۰۱)، «بررسی نقش الگوی مصرف رسانه‌ای بر سبک زندگی خانواده ایرانی (با تأکید بر شهروندان تهرانی)»، نشریه جامعه‌شناسی سیاسی ایران، شماره ۳، ص ۱۴-۳۰.
۱۴. توکلی، مرتضی؛ شاهزایی، عبدالمجید (۱۳۹۶)، «تحلیل تأثیر قدرت رسانه‌ها بر سبک زندگی (روستاییان مرزنشین زهک) سیستان»، نشریه مطالعات قدرت نرم، شماره ۱۶، ص ۲۰۸-۲۲۸.
۱۵. جهانگیری، علیرضا؛ قدیمی، بهرام؛ نوابخش، مهرداد؛ ظهرايي، چنور؛ عبدی، سهیلا (۱۴۰۰)، «ارائه مدل ساختاری تأثیر تبلیغات رسانه‌ای بر سبک زندگی ورزش محور با تبیین نقش میانجی‌گری باز هویت مدیریت بدن از دیدگاه کارکنان نیروی انتظامی (شهر تهران)»، فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، شماره ۵۲، ص ۹-۲۷.
۱۶. حائری‌زاده، محمدمحسن (۱۴۰۰)، «نقش فضای سایبری بر تغییرات سبک زندگی با تأکید بر جوانان شهر یزد»، فصلنامه فرهنگ یزد، شماره ۹، ص ۸۱-۱۰۰.
۱۷. حسینی، محمدحسین (۱۳۹۵)، «شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی فرهنگی جوانان (مطالعه دانشجویان دانشگاه تهران)»، رساله دکتری. دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی.
۱۸. حیدرنیا، اسماعیل (۱۴۰۱)، «بررسی رابطه بین مصرف رسانه‌ای و نوع سبک زندگی در بین شهروندان تهرانی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه خوارزمی، دانشکده علوم اجتماعی.
۱۹. خرم‌جاه، مرجانه (۱۳۸۷)، «بررسی ارتباط بین رسانه و سبک زندگی مطالعه موردی شهر تهران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء، دانشکده اقتصاد و حسابداری.
۲۰. خواجه‌نوری، بیژن؛ سروش، مریم (۱۳۹۳)، «استفاده از رسانه‌ها، سبک زندگی و کیفیت زندگی جوانان شیراز»، نشریه علوم اجتماعی، شماره ۲، ص ۲۵-۴۹.
۲۱. دانش، پروانه؛ ملکی، امیر؛ حسین‌زاده‌راد، اعظم (۱۳۹۵)، «بررسی رابطه استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام بر سبک زندگی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه پیام نور واحد تهران غرب)»، نشریه جامعه‌شناسی ورزش، شماره ۸، ص ۲۷-۸۲.
۲۲. دستیار، وحید؛ جعفری، راضیه؛ سبحانی، فاطمه (۱۴۰۱)، «تأثیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مؤلفه‌های سبک زندگی دانش‌آموزان دختر و پسر متوسطه اول و دوم یاسوج»، فصلنامه مطالعات آموزشی و آموزشگاهی، شماره ۳۳، ص ۱۵۳-۱۷۹.
۲۳. رحمانی، الهه؛ نقیب‌السادات، سیدرضا؛ تقی‌آبادی، مسعود (۱۴۰۲)، «نقش رسانه‌های نوین در سبک زندگی سلامت محور (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی)»، نشریه مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۳۳، ص ۸۱-۱۲۱.
۲۴. رسول‌زاده‌اقدام، صمد؛ عدلی‌پور، صمد؛ میرمحمدتبار، سیدمحمد؛ افشار، سیمین (۱۳۹۴)، «تحلیل نقش رسانه‌های اجتماعی در گرایش به سبک زندگی نوین در بین جوانان ایرانی»، نشریه پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، شماره ۶، ص ۳۳-۶۰.
۲۵. رضاییان، عالییه؛ ادیسی، افسانه (۱۳۹۷)، «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی نسل چهارم»، فصلنامه مطالعات میان فرهنگی، شماره ۳۴، ص ۹-۳۶.

۲۶. رضوی زاده، سید نورالدین (۱۳۸۴)، «بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی»، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۳، ص ۱۱۱-۱۱۴.
۲۷. سلطانی، اختر (۱۳۹۵)، «بررسی رابطه میان تماشای برنامه‌های تلویزیونی و سبک زندگی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان رشته مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام)»، نشریه دانش انتظامی ایلام، شماره ۱۷، ص ۵۳-۶۶.
۲۸. شاد، فاطمه؛ اسماعیلی، علیرضا؛ حسن زاده، عیسی (۱۴۰۱)، «تأثیر گرافیک و جذابیت‌های بصری رسانه‌های محلی بجنورد بر سبک زندگی»، نشریه مطالعات هنر اسلامی، شماره ۴۵، ص ۳۷۹-۳۹۳.
۲۹. شاهنوشی، مجتبی؛ تاجی، محمدرضا (۱۳۹۱)، «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان در شهرستان شهرکرد»، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۳، ص ۹۱-۱۱۲.
۳۰. شریفی، سید مهدی؛ رادمنش، بهاره (۱۳۹۳)، «بررسی تأثیر برنامه استعدادیابی شبکه تلویزیونی "من و تو یک" بر سبک زندگی دانشجویان، مطالعه موردی دانشگاه تهران»، فصلنامه فرهنگ در دانشگاه اسلامی، شماره ۲، ص ۲۲۵-۲۴۴.
۳۱. شیخ‌زاده، ابراهیم (۱۳۹۵)، «بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی با مؤلفه‌های سبک زندگی»، مجله پژوهش‌های جامعه‌شناختی، شماره ۱، ص ۱۲۵-۱۵۰.
۳۲. صنعت‌خواه، علیرضا (۱۴۰۲)، «بررسی رابطه استفاده از رسانه‌ها با هویت اجتماعی و سبک زندگی زنان (مورد مطالعه: کارمندان زن شهرستان جیرفت)»، فصلنامه رسانه، شماره ۱، ص ۱۶۷-۱۸۸.
۳۳. عباسی، عاطفه؛ جعفری، علی (۱۳۹۹)، «تأثیر کنش‌های اینستاگرامی سلبریتی‌ها بر سبک زندگی کاربران ایرانی»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۱۰۱، ص ۳۳-۵۴.
۳۴. عدلی‌پور، صمد؛ سلیمانی، حمید؛ مفاخری، اقبال (۱۳۹۳)، «رابطه مصرف رسانه‌ای با هویت اجتماعی و کسب زندگی نوین در بین جوانان شهر تبریز»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۷۹، ص ۱۲۱-۱۴۶.
۳۵. عشایری، طاه؛ عباسی، الهام؛ جهان‌پرور، طاهره (۱۴۰۱)، «تأثیر بازی‌های رایانه‌ای بر رفتار کودکان فراتحلیل پژوهش‌های بازه زمانی ۱۳۸۱-۱۳۹۹»، فصلنامه میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، شماره ۵ (۳)، ص ۳۳-۷۰.
۳۶. عشایری، طاه؛ قنبری، علی؛ نامیان، فاطمه؛ مهتری، محمد (۱۴۰۰)، «بررسی تأثیر مصرف رسانه‌های جمعی بر امنیت اجتماعی شهروندان»، فصلنامه امنیت ملی، شماره ۱۱ (۳۹)، ص ۳۲۱-۳۳۴.
۳۷. علیخواه، فردین؛ رستمی، الناز (۱۳۹۰)، «مصرف رسانه‌ای و سبک زندگی مطالعه‌ای در بین شهروندان شهر تنکابن»، نشریه تغییرات اجتماعی-فرهنگی، شماره ۱، ص ۲-۱۹.
۳۸. عیدی‌زاده، رضا؛ احمدی بلوطکی، حاجی محمد (۱۳۹۶)، «مطالعه رابطه فناوری ارتباطی با سبک زندگی دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران»، نشریه مطالعات جامعه‌شناسی، شماره ۲، ص ۱۲۵-۱۳۹.
۳۹. فتحی، حبیب‌الله؛ جعفری، علی (۱۳۹۶)، «رابطه مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی؛ مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی»، نشریه مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۹، ص ۲۲۱-۲۵۵.

۴۰. فتحی، سروش؛ مختاریپور، مهدی (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، شماره ۲، ص ۱۰۱-۱۱۸.
۴۱. فتحی، سروش؛ وثوقی، منصور؛ سلیمانی، گودرز (۱۳۹۳)، «بررسی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی جوانان؛ مورد مطالعه: جوانان شهر خلخال»، مجله مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، شماره ۱۳، ص ۶۹-۸۸.
۴۲. فتحی، سهیلا؛ بادسار، محمد؛ شعبانعلی، حسین؛ رضایی، روح‌الله (۱۴۰۰)، «بررسی نقش میانجی محیط اقتصادی و خانوادگی در تحلیل اثر رسانه بر سبک زندگی روستاییان شهرستان زنجان»، فصلنامه تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، شماره ۱، ص ۸۱-۹۲.
۴۳. فدایی، مهدی؛ مهدی‌آسا، محمدجواد (۱۴۰۱)، «آسیب‌شناسی فردی مصرف کاربران حوزوی در شبکه‌های اجتماعی»، دوفصلنامه پژوهشنامه سبک زندگی، شماره ۸ (۱۴)، ص ۱۱۷-۱۴۶.
۴۴. فرقانی، محمد مهدی؛ مهاجری، ربابه (۱۳۹۷)، «رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان»، نشریه مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۱۳، ص ۲۵۹-۲۹۲.
۴۵. فعالی، محمدتقی (۱۳۹۷)، سبک زندگی و سیره: تمایزات و اشتراکات، پژوهشنامه سبک زندگی، شماره ۴ (۶)، ص ۸۹-۱۰۴.
۴۶. قاسمی‌شال، منا؛ رادفر، مجید؛ محسنی، رضا علی (۱۴۰۰)، «تحلیل و تبیین جامعه‌شناختی تأثیر استفاده از فضای مجازی تلگرام و اینستاگرام بر گرایش به سبک زندگی مدرن دختران شهرستان شهریار»، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی ایران، شماره ۱، ص ۵۱-۶۸.
۴۷. قلی‌کیانی، پروین (۱۳۹۷)، «بررسی استفاده شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر سبک زندگی جوانان ۱۹ تا ۲۹ سال شهرستان اندیمشک»، نشریه آفاق علوم انسانی، شماره ۱۶، ص ۱-۲۰.
۴۸. کاویانی‌آرانی، محمد (۱۴۰۳)، سبک زندگی اسلامی و ابزار سنجش آن، تهران: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۴۹. کوهی، کمال؛ عباس‌زاده، محمد؛ بی‌شک، علی‌خواجه (۱۳۹۳)، «بررسی تأثیر رسانه‌های داخلی و خارجی بر میزان پایبندی به سبک زندگی دینی در بین شهروندان ۱۵-۶۵ ساله شهر تبریز»، مجله پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران، شماره ۱، ص ۷۹-۹۴.
۵۰. کیوان‌آرا، محمود (۱۳۸۶)، اصول و مبانی جامعه‌شناسی پزشکی، اصفهان: دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی اصفهان.
۵۱. گنجی، محمد؛ نیازی، محسن؛ مهربان، زهرا (۱۳۹۸)، «گونه‌شناسی سبک زندگی با تأکید بر نقش رسانه در میان زنان شهر شیراز»، نشریه پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، شماره ۱۴، ص ۱۵۵-۱۸۹.
۵۲. لعلی، محسن؛ عابدی، احمد؛ کجباف، محمدباقر (۱۳۹۱)، «ساخت و اعتباریابی پرسشنامه سبک زندگی»، پژوهش‌های روان‌شناختی، شماره ۱۵ (۱)، ص ۶۴-۸۰.
۵۳. مظفری‌نیا، سهراب؛ قاسمی‌پور، مریم (۱۳۹۶)، «بررسی رابطه بین سبک زندگی متأثر از فضای مجازی و طلاق عاطفی در شهر ایلام»، نشریه فرهنگ ایلام، شماره ۵۶-۵۷، ص ۱۷۱-۱۹۱.
۵۴. ملان‌زاده‌نوران، افسون؛ شعاع‌کاظمی، مهرانگیز (۱۴۰۱)، «رابطه سبک زندگی با صبر در جوانان»،

- دوفصلنامه پژوهشنامه سبک زندگی، شماره ۸ (۱۵)، ص ۹-۲۸.
۵۵. موسوی، سمیرا؛ راد، فیروز (۱۳۹۴)، «بررسی رابطه میزان و نحوه استفاده از رسانه‌های جمعی با سبک زندگی شهروندان شهر تبریز»، نشریه مطالعات جامعه‌شناسی، شماره ۳، ص ۲۵-۳۹.
۵۶. مهدوی کنی، محمدسعید (۱۳۸۶)، «مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۱ (۱)، ص ۱۹۹-۲۳۰.
۵۷. مهدی‌زاده، سیدمحمد؛ خاشعی، رضا (۱۳۹۷)، «نقش رسانه‌ها در انتخاب سبک‌های زندگی سلامت محور با تأکید بر مصرف رسانه‌ای شهروندان شهر تهران»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۹۴، ص ۵۱-۷۸.
۵۸. یاورى فرد، ایرج (۱۳۹۵)، «نقش شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی مردم تهران شبکه‌های اجتماعی موبایلی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.
۵۹. یعقوبی دوست، محمود؛ شاهون‌وند، بهروز؛ جولا، غلامرضا؛ مرادی، عزیزعلی (۱۳۹۴)، «بررسی رابطه رسانه‌های دیداری و سبک زندگی؛ مورد مطالعه: جوانان شهر اهواز»، مجله مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، شماره ۱۸، ص ۱۶۷-۱۹۸.
60. Ajjjola, S. (2023), "A Review on the Impact of Social Media on Societal Development", INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH AND INNOVATION IN SOCIAL SCIENCE (IJRISS), Vol. VII, Issue IV.
61. Balaban, D; Mustătea, M. (2019), "Users' perspective on the credibility of social media influencers in Romania and Germany", Romanian Journal of Communication and Public Relations, vol. 21 (1), pp.31-46.
62. Banerjee, P.; Das, S. (2023), "Effect of Social Media on Lifestyle", International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT), vol. 11.
63. BinDhim, N.F.; Althumiri, N.A.; Al-Duraihem, R.A.; Alasmay, S.; Alkhamaali, Z.; Alhabeeb, A.A. (2023), "Association between daily use of social media and behavioral lifestyles in the Saudi community: a cross-sectional study", Front. Public Health.
64. Ige, T.; Adewale, S. (2022), "AI powered anti-cyber bullying system using machine learning algorithm of multinomial naïve Bayes and optimized linear support vector machine", International Journal of Advanced Computer Science and Applications, vol. 13 (5), pp. 5-9.
65. Matyjas, Božena (2014), "Mass media and children. Globality in everyday life", Procedia. Social and Behavioral Sciences, vol. 174, pp. 2898-2904.
66. Novichikhina, E.V.; Romanova, E.V. (2019), "Attracting the Youth to a Healthy Lifestyle through Mass Media", Advances in Social Science, Education and Humanities Research, pp. 416-418.
67. Patchin, J.W.; Hinduja, S. (2006), "Bullies move beyond the school yard: a preliminary look at cyber-bullying", Youth Violence Juv Justice, vol. 4 (2), pp. 148-169.
68. Paul, S.& Seema, U. (2017), "Media and Lifestyle: A Study of Media influence on the Dressing Style", Journal of Content, Community & Communication Amity School of Communication, vol. 6 (3).
69. Ramlan, A.F.; Ridzuan, A.R.; Ilyas, I.Y. (2023), "Impact of Social Media Influencers to promote

- Healthy Lifestyle behaviour: A Review from the Self-Determination Approach”, *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, vol. 9 (1), pp. 1-10.
70. Seifert, C.M.; Chapman, L.S.; Hart, J.K.; Perez, P. (2012), “Enhancing intrinsic motivation in health promotion and wellness”, *American Journal of Health Promotion*, vol. 26 (3), pp. 1-13.
 71. Taillon, B.J.; Mueller, S.M.; Kowalczyk, C.M.; Jones, D.N. (2020), “Understanding the relationships between social media influencers and their followers: the moderating role of closeness”, *Journal of Product and Brand Management*, vol. 29 (6), pp. 767-782.
 72. Verhaeghe, N.; Maeseneer, J.; De, Maes, L.; Heeringen, C.; Van, Bogaert, V.; Clays, E.; De, Bacquer, D.; Annemans, L. (2012), “Health promotion intervention in mental health care: design and baseline findings of a cluster preference randomized controlled trial?”, *BMC Public Health*, vol. 12 (1), pp. 1-11.
 73. Yan, Q.; Tang, Y.; Yan, D.; Wang, J.; Yang, L.; Yang, X.; Tang, S. (2020), “Impact of media reports on the early spread of COVID-19 epidemic”, *Journal of Theoretical Biology*, vol 502, pp. 1-13.

العواقب السلبية والإيجابية لاستخدام وسائل الإعلام على تغييرات نمط حياة الإيرانيين:

نظرة عامة على الدراسات الشاملة الوطنية

طاها عشایری^۱

امراه كشاورز^۲

محمد نوری^۳

طاهره جهان پرور^۴

المستخلص

اليوم، أصبحت وسائل الإعلام جزءاً من حياة الأُسَر الإيرانية، وبعد ظهورها، شهد نمط الحياة تغييرات جوهرية (أبعاد إيجابية وسلبية). وبناءً على ذلك، يهدف البحث إلى دراسة الآثار السلبية والإيجابية لاستهلاك وسائل الإعلام على تغييرات نمط حياة الإيرانيين. طريقة البحث هي التحليل التلوي الكمي والمراجعة المنهجية بناءً على المصادر والوثائق العلمية المنشورة من Iran Doc و Iran Mag و Normagz في الفترة من 1384-1403. من السكان الإحصائيين 98 دراسة؛ من خلال مراقبة خطوات الفحص ومعايير الدخول (المسح والكمي، وجود حجم العينة ومعامل ارتباط بيرسون وسيرمان، ومستوى الأهمية والصلاحية العلمية)؛ 50 وثيقة بطريقة العينات غير الاحتمالية (متعمدة ويمكن الوصول إليها)؛ لقد تم اختياره وإدخاله في برنامج CMA2. الاختبارات المستخدمة هي اختبارات Fisher's f و Cohen's d و Q. وأخيراً، يوضح معامل حجم التأثير أن استهلاك وسائل الإعلام له تأثير كبير على نمط حياة الإيرانيين ويتوقع 28% منه. وأخيراً، تشمل العواقب السلبية لاستخدام وسائل الإعلام ما يلي: نمط الحياة التقليدي (40 في المائة)؛ نمط الحياة الزوجي (18 بالمائة)؛ نمط الحياة الرياضي (38 بالمائة)؛ نمط الحياة الروحي (52 بالمائة) وأساليب الترفيه (20 بالمائة) وتشمل النتائج الإيجابية لوسائل الإعلام ما يلي: أسلوب حياة يركز على الصحة (21 في المائة)؛ نمط الحياة الحديث (22 بالمائة)؛ نمط حياة عالي الخطورة (10 بالمائة)؛ الثقافة الإعلامية (36%) وأسلوب الحياة المتفاخر (62%) الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام، نمط الحياة، الاستهلاك المتفاخر، السلوكيات المحفوفة بالمخاطر، الثقافة الإعلامية.

۱- الأستاذ المساعد في قسم التاريخ و علم الاجتماع، جامعة محقق أردبيلي، أردبيل، إيران. (الكاتب المسؤول)

۲- الأستاذ المساعد في قسم العلوم الاجتماعية في جامعة پیام نور، تهران، إيران.

۳- دكتور في علم الاجتماع السياسي، جامعة آزاد الإسلامية، وحدة قم، قم، إيران.

۴- دارس في درجة الدكتوراة في علم الاجتماع الثقافي، جامعة آزاد الإسلامية، وحدة تهران المركزية، تهران، إيران.

The Negative and Positive Consequences of Mass Media Use on Lifestyle Changes in Iranians: An Overview of National Macro Studies

Taha Ashayeri¹

Emrallah Keshavarz²

Mohammad Nouri³

Tahereh Jahanparvar⁴

Abstract

Mass media has become an integral part of Iranian families' lives today, and since its emergence, it has led to fundamental changes in lifestyle (both positive and negative aspects). Accordingly, the aim of this research is to study the negative and positive consequences of mass media consumption on lifestyle changes in Iranians. The research method is quantitative meta-analysis and systematic review, based on scientific sources and documents published from Normagz, Iran Mag, and Iran Doc during the period of 1384-1403. From a statistical population of 98 studies, and after observing the screening steps and inclusion criteria (quantitative surveys, sample size, Pearson and Spearman correlation coefficients, significance level, and scientific validity), 50 documents were selected using non-probability sampling (deliberate and accessible) and entered into the CMA2 software. The tests used include Cohen's d, Fisher's f, and Q tests. Ultimately, the effect size coefficient shows that mass media consumption has a significant impact on the lifestyle of Iranians, predicting 28% of lifestyle changes. Finally, the negative consequences of mass media use include: traditional lifestyle (40%), marital lifestyle (18%), sports lifestyle (38%), spiritual lifestyle (52%), and leisure styles (20%), while the positive consequences include: health-oriented lifestyle (21%), modern lifestyle (22%), high-risk lifestyle (10%), media literacy (36%), and ostentatious lifestyle (62%).

Keywords: Mass media, lifestyle, ostentatious consumption, risky behaviors, media literacy

1. Assistant Professor, Department of History and Sociology, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran. (Corresponding Author)

2. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Payame Noor University, Tehran, Iran.

3. PhD in Political Sociology, Islamic Azad University, Qom Branch, Qom, Iran.

4. PhD Candidate in Cultural Sociology, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran.