

Analyzing the role and function of social networks on the digitalization of the lifestyle of young people in Tehran

Manouchehr Saber^{*}, Hassan Bashir^{}**

Omid Ali Masoudi^{*}, Nasim Majidi Ghahrodi^{****}**

Abstract

The main purpose of the study is to analyze the role and function of social networks on the digitalization of the lifestyle of young people in Tehran. In general, this study is important because it is possible to get a general idea of the lifestyle of young people in Tehran, and the role of virtual social networks and its function in the trend of digital life helps experts and cultural officials to Use the capacity of this media to publish the Iranian lifestyle with attractiveness and favorable changes and preserve the Iranian value, and also the hidden and forgotten part of the lifestyle of the youth can be represented from this space. In this study, the qualitative method of grounded theory (foundation data theory) was used, and field studies (semi-in-depth interview) and library/documentation methods were used to collect information, and the statistical population of this study was 13 professors, media experts and knowledgeable people. Were selected using the purposeful sampling method and a

* PhD student, Department of Media Management, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Iran, saber1971man@yahoo.com

** Professor, Department of Culture and Communication, Imam Sadegh University (AS), Tehran, Iran, (Corresponding Author) bashir@isu.ac.ir

*** Associate Professor, Department of Social Communication, Sourah University, Tehran, Iran, masudi@soore.ac.ir

**** Assistant Professor, Communication Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, nassim_majidi2002@yahoo.com

Date received: 09/03/2022, Date of acceptance: 04/06/2022



Copyright © 2018, This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

semi-in-depth interview was conducted with them in order to reach theoretical saturation. By using the analytical technique (Strauss and Corbin), concepts were considered as the unit of analysis at the levels of the whole text of the interview, paragraphs, phrases and sentences, and by separating the text of the interview, open codes were extracted. In the systematic design of Strauss and Corbin, open, axial and selective coding was used. In open coding, the researcher found 32 subcategories and 122 concepts, 8 categories and 47 concepts in causal conditions, 8 concepts in the central category of knowledge acquisition, 10 concepts in 5 environmental contexts, 22 concepts in 8 intervention conditions, The strategy achieved 28 concepts and 7 concepts in 2 individual and social consequences.

Keywords: digital lifestyle, youth of Tehran, ground theory, virtual network.

واکاوی نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی بر دیجیتالی شدن سبک زندگی جوانان تهران

منوچهر صابر*

حسن بشیر**، امیدعلی مسعودی***، نسیم مجیدی قهرودی****

چکیده

هدف اصلی مطالعه واکاوی نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی بر دیجیتالی شدن سبک زندگی جوانان تهرانی است. به طور کلی این مطالعه از آن جهت اهمیت می‌یابد که می‌توان به تصور کلی از سبک زندگی جوانان تهرانی دست یافت و نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی و کارکرد آن به گرایش زندگی دیجیتال به کارشناسان و مسئولان فرهنگی کمک می‌کند تا از ظرفیت این رسانه برای نشر سبک زندگی ایران با جذابیت و تغییرات مطلوب و حفظ ارزش ایرانی استفاده کنند و همچنین بخش پنهان شده و فراموش شده سبک زندگی در جوانان را می‌توان از این فضا، بازنمایی کرد. در این مطالعه از روش کیفی گراند تئوری (نظریه داده بنیاد)، و برای گردآوری اطلاعات نیز از روش مطالعات میدانی (مصاحبه نیمه عمیق) و کتابخانه‌ای/اسنادی استفاده گردید و جامعه آماری مطالعه حاضر ۱۳ نفر از اساتید و خبرگان رسانه و افراد مطلع هستند که با استفاده از روش نمونه‌گیری

* دانشجوی دکتری، گروه مدیریت رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، ایران،
saber1971man@yahoo.com

** استاد گروه مدیریت، عضو هیئت علمی دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، ایران (نویسنده مسئول)،
bashir@isu.ac.ir

*** دانشیار گروه ارتباطات اجتماعی، دانشگاه سوره، تهران، ایران، masudi@soore.ac.ir

**** استادیار گروه مدیریت رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، ایران،
nassim_majidi2002@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۱۸، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۱۴



هدفمند انتخاب و با آنها مصاحبه نیمه عمیق انجام گردید تا به اشباع نظری برسیم. با استفاده از تکنیک تحلیلی (اشتراوس و کوربین) مفاهیم به عنوان واحد تحلیل در سطوح متن کل مصاحبه، پاراگراف، عبارت و جملات مورد توجه قرار گرفتند و با تفکیک متن مصاحبه، کدهای باز استخراج شدند. در طرح نظام مند اشتراوس و کوربین از کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده گردید. در کدگذاری باز محقق به ۳۲ مقوله فرعی و ۱۲۲ مفهوم دست یافت که ۸ مقوله و ۴۷ مفهوم در شرایط علی، ۸ مفهوم در مقوله محوری کسب شناخت، در ۵ بستر محیطی به ۱۰ مفهوم، در ۸ شرایط مداخله گر به ۲۲ مفهوم، در ۸ راهبرد به ۲۸ مفهوم و در ۲ پیامد فردی و اجتماعی به ۷ مفهوم دست یافت.

کلیدواژه‌ها: سبک زندگی دیجیتال، جوانان تهران، نظریه داده بنیاد (گرند تئوری)، شبکه مجازی.

۱. مقدمه

مطالعه حاضر به واکاوی نقش و کارکرد شبکه های اجتماعی بر دیجیتالی شدن سبک زندگی جوانان تهرانی می پردازد. امروزه، تحلیل شبکه های مجازی بسیار مورد توجه قرار گرفته است. رسانه های مجازی نقش مهمی در ایجاد و گسترش روندهای مهم جامعه ایفا می کنند. اینترنت و شبکه های مجازی، به دلیل ویژگی هایی چون سرعت، فرامرزی بودن، خاصیت شبکه ای، آسان بودن استفاده و توانمندی ایجاد محتواهای گوناگون (متن، تصویر، صوت و چندرسانه ای)، سبب شده اند تا دامنه ی نفوذ و اثرگذاری این رسانه ها، گستره ای جهانی داشته باشد. با نگاهی به نقش خبرها در کنش های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی مردم و توجه به پتانسیل فزاینده ی این رسانه ها برای گسترش سریع خبر و دستیابی به مخاطب های فراتوده ای، در می یابیم که امروزه رسانه های مجازی مانند اهرم و پیشرانی هستند که به کنش های گوناگون جامعه جهت می دهند و همین سبب اهمیت یافتن پرداختن به رسانه های مجازی و تحلیل آسیب ها و فرصت های برخاسته از این رسانه های نوپدید می شود.

به زعم مختاری حضور تعیین کننده شبکه های اجتماعی مجازی در زندگی روزمره، یکی از دلیل های مهم پرداختن به این پدیده ها است. این شبکه های مجازی که به لطف دگرذیسی در فناوری های وابسته به اینترنت ایجاد شده اند، نقش مهمی در اقتصاد، فرهنگ،

سیاست و به عبارتی پایه‌های قدرت و جامعه دارند. بخش قابل توجهی از اطلاعات گوناگون کاربرها در زمینه اقتصادی، سیاسی، فرهنگی اجتماعی، بر روی بستر این شبکه‌ها تولید، پخش و پردازش می‌شود و همین فاکتور، اهمیت پرداختن به شبکه‌های مجازی را دوچندان می‌کند (مختاری، ۱۳۹۹: ۲۱).

شبکه‌های مجازی امروز در ایران و در میان کاربران ایرانی هم محبوبیت زیادی یافته و توجه انبوه مردم را به خود جلب کرده‌اند. شاید در گذشته نه چندان دور افراد شناخت کمی نسبت به ماهیت و چگونگی استفاده از این رسانه‌ها داشتند، اما این روزها در زندگی روزمره، طیف متفاوت مردم راجع به این پدیده‌ها با هم صحبت و تبادل دیدگاه می‌کنند. فرهنگ، شبکه‌ای از ارزش‌ها، نمادها، باورها، و معانی مشترک بین مردم یک جامعه است که هویت واحدی ایجاد می‌کند. سبک زندگی، مفهومی وابسته به فرهنگ و در عین حال متمایز از آن است.

شبکه‌های مجازی با توجه به قابلیت‌ها و امکانات متنوع توانسته مخاطبان خود را با هر طرز تفکر و بینش و ذائقه‌ای جذب خود کند و با نمایش سبک‌ها و الگوهای متنوع، روند نهادینه شدن ارزش‌های اجتماعی را تضعیف کنند و زمینه انتقال انگاره‌های ازهم گسیخته غیر بومی و فراملی را فراهم آورند. شبکه‌های مجازی به عنوان رسانه‌های محبوب یکی از ابزارهای مهم الگوسازی جوامع است و تاثیرگذاری آن از نظر ماهیتی گاهاً بیش از نهادهای فرهنگی در جامعه است. متأسفانه در دنیای امروزی و با توجه به شرایط و وضعیت موجود در کرونا و پیش از کرونا، استفاده از رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های مجازی امری امکان‌ناپذیر است، اما مساله مهم نوع استفاده از این فضاهاست. تبعیت کورکورانه از این فضا منجر به بی‌هویتی، جذب در هویت جهانی و یکسانی فرهنگی در سراسر جهان می‌شود و دوسویه بودن این فضا باعث شده است، که کاربران، به سربازان مجازی، در حال بازنشر الگوهای دیجیتالی و فرهنگ غربی باشند، که اصولاً با ارزش و فرهنگ ایرانی مغایر، روحیه تنوع طلب و امروزی جوانان و نوجوانان نیاز به تنوع دارد، اما پذیرش الگوی جامعه دیگر لطمه جبران‌ناپذیری می‌تواند، به فرهنگ و بنیان‌ها خانواده و سلامت فردی و اجتماعی بزند و ذائقه و سبک زندگی کاربران را متحول سازد. با توجه به رشد فزاینده استفاده از رسانه‌های دیجیتالی در بین ایرانیان و قرار گرفتن به انواع سبک‌ها و الگوهای زندگی و به ظاهر مدرن باعث می‌گردد، که تمامی جوانب زندگی خویش را

براساس چارچوب زندگی آنان بچینند و بخش قابل توجهی از زمان ارزشمندی که می‌توانست، صرف کارهای بهینه گردد، صرف یافتن الگوهای ارائه شده توسط جوامع مدرن شود و گاهی افراد کم‌کم دچار خلاء شخصیتی و بی‌هویتی گردند.

از نظر فاضلی (۱۳۹۰) ما هر روز در معرض آگاهی‌ها و شناخت‌های تازه‌ای در زمینه‌های مختلف تغذیه، بهداشت، درمان، مسکن، پرورش کودک، اشتغال، پوشش، لباس، آموزش و پرورش و دیگر موضوعات زندگی هستیم. این فرایند تدریجاً باعث تغییر سبک زندگی ما و تغییر عادات و روحیات ما می‌شود. نه تنها سبک زندگی به سبک زندگی دیجیتال در حال تغییر است، بلکه لایه‌های عمیق‌تری از فرهنگ و هویت ایران در معرض دیجیتال شدن است. طبق الگوی جدید روابط با واسطه ابزارهای رسانه‌ای و رایانه‌ای، فرد نه تنها با نزدیکان و آشنایان بلکه با هر کس در هر گوشه‌ی جهان، امکان مبادله پیام و مراد دارد. فرد قادر است، با استفاده از امتیازات فنی ارتباطات رایانه‌ای و اینترنتی، با آزادی بیشتر و به نحو سلیقه‌ای‌تری عمل کند و بسیاری از تابوهای اجتماعی و سیاسی را بشکند و روایت دلخواهانه‌تری از خویشتن خود را شکل دهد (فاضلی، ۱۳۹۰: ۳۳).

هدف اصلی مطالعه واکاوی نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی بر دیجیتالی شدن سبک زندگی جوانان تهرانی است. به طور کلی این مطالعه از آن جهت اهمیت می‌یابد که می‌توان به تصویر کلی از سبک زندگی جوانان تهرانی دست یافت و نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی و کارکرد آن به کارشناسان و مسئولان فرهنگی کمک می‌کند تا از ظرفیت این رسانه برای نشر سبک زندگی ایران با جذابیت و تغییرات مطلوب و حفظ ارزش ایرانی استفاده کنند و همچنین بخش پنهان شده و فراموش شده سبک زندگی در جوانان را می‌توان از این فضا، بازنمایی کرد. انجام این مطالعه مشکلی از جامعه را حل نمی‌کند، اما می‌تواند با بازشناسایی اثر رسانه‌های دیجیتال بر گرایش جوانان به هر بُعد سبک زندگی دیجیتال، به کارشناسان برای جهت دهی الگو و افکار عمومی و تصحیح سبک زندگی کمک نماید. با توضیحات ارائه شده، در این مطالعه سعی داریم تا با استفاده از روش گراند تئوری (داده بنیاد) به واکاوی نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی بر دیجیتالی شدن سبک زندگی جوانان تهران پردازیم و به سوال اصلی مطالعه "نقش شبکه‌های اجتماعی بر گرایش جوانان تهرانی به سبک زندگی دیجیتال چیست و نحوه اثرگذاری آن چگونه است؟"، پاسخ دهیم:

۲. چهارچوب و مبانی نظری

۱.۲ شبکه‌های مجازی

یک شبکه اجتماعی یک ساختار اجتماعی است که از گره‌هایی که عموماً فردی یا سازمانی هستند تشکیل شده است که توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی به هم متصل هستند، برای مثال، قیمت‌ها، الهامات، ایده‌ها و تبادلات مالی، دوست‌ها، خویشاوندی، تجارت، لینک‌های وب، سرایت بیماری‌ها، یا مسیرهای هواپیمایی. ساختارهای حاصل اغلب بسیار پیچیده هستند. تحلیل شبکه‌های اجتماعی، روابط اجتماعی را با اصطلاحات گره و رشته می‌نگرد. گره‌ها بازیگران فردی درون شبکه‌ها هستند و رشته‌ها روابط میان این بازیگران هستند.

به زعم ابراهیمی کیایی (۱۳۹۱) شبکه‌های مجازی ساختاری اجتماعی است که از گره‌هایی تشکیل شده است توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی به هم متصل هستند. برای مثال قیمت‌ها، الهامات، ایده‌ها و تبادلات مالی، دوست‌ها، خویشاوندی، تجارت، ارتباط‌های وب، سرایت بیماری‌ها یا مسیرهای هواپیمایی. ساختارهای حاصل اغلب بسیار پیچیده هستند. تحلیل شبکه‌های اجتماعی روابط اجتماعی را با اصطلاحات رأس و یال می‌نگرد. رأس‌ها بازیگران فردی درون شبکه‌ها، و یال‌ها روابط میان بازیگران هستند. تحقیق در تعدادی از زمینه‌های علمی نشان داده است که شبکه‌های اجتماعی در بسیاری از سطوح بکار گرفته می‌شوند، از خانواده‌ها گرفته تا ملت‌ها و نقش مهمی در تعیین راه‌حل مسئله، اداره کردن تشکیلات و میزان موفقیت افراد در رسیدن به اهدافشان ایفا می‌کند. در ساده‌ترین شکل یک شبکه اجتماعی نگاشتی از تمام یال‌های مربوط، میان رأس‌های مورد مطالعه است. شبکه اجتماعی همچنین می‌تواند برای تشخیص موقعیت اجتماعی هر یک از بازیگران مورد استفاده قرار گیرد. این مفاهیم غالباً در یک نمودار شبکه اجتماعی نشان داده می‌شوند که در آن، نقطه‌ها رأس‌ها هستند و خط‌ها نشانگر یال‌ها (ابراهیمی کیایی، ۱۳۹۱: ۹۷).

۲.۲ سبک زندگی

سبک زندگی همان اعمال و کارهایی است که به شیوه مدرن طبقه بندی شده و حاصل ادراکات خاصی هستند و تجسم یافته ترجیحات افراد به استفاده از عناصر مدرن در زندگی است که به صورت عمل درآمده و همچنین انتخاب روش‌ها، الگوها، طرز برخورد و روابط اجتماعی مبتنی بر عناصر زندگی مدرن است. سبک زندگی مدرن از تلفیق‌های فعالیت‌های فراغتی، اهمیت بدن، ترجیحات غذایی، الگوی انتخاب لباس و سبک مصرفی ساخته شده است. که سبک زندگی مدرن هم بر اساس مدیریت بدن (سبک ظاهری و تناسبی، تغذیه)، مصرف و فعالیت فراغتی نمایه می‌شود.

بنا به اظهارات گینز و و ریمر، سبک زندگی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای افراد است. سبک زندگی شیوه زندگی است و بر الگوهای فردی مطلوب از زندگی دلالت دارد که جهان بینی، نگرش‌ها، عادت‌ها و وسایل زندگی و همچنین الگوهای روابط اجتماعی، اوقات فراغت و مصرف را دربرمی‌گیرد. سبک زندگی از طریق چهره‌ها (انتخاب لباس‌ها و رفتارها)، اعمال و کردارها (انتخاب فعالیت‌های فراغتی) یا انتخاب وسایل زندگی و حتی گزینش دوستان بیان می‌شود (گینز و ریمر، ۱۳۸۱: ۱۰۴).

۳.۲ نظریه‌های اجتماعی

از نظر رنگریز در نظریه نظام اجتماعی چهار مکتب فکری بیشترین اثرات خود را در دهه‌های اولیه قرن بیستم بجا گذاشتند، این مکاتب عبارتند از: مکتب کارکردگرایی مطلق، مکتب کارکردگرایی ساختاری، مکتب کارکردگرایی معتدل. در مکتب کارکردگرایی مطلق، مالینوفسکی و رادکلیف براون، بیشترین تاثیر را داشته‌اند. مالینوفسکی ریشه فرهنگ را خانواده می‌داند که انتقال تجربیات و آموزش را ممکن کرده است. مالینوفسکی تاثیر بسزایی در این مکتب داشت و دیدگاه وی این بود که جامعه یا فرهنگ را می‌توان بصورت یک کل پیچیده در نظر گرفت و بر مبنای روابط موجود میان اجزاء مختلف آن و محیط‌های بومی آنان درک کرد. رادکلیف براون معتقد بود که جدی‌ترین مسأله در ارتباط با کارکردگرایی، گرایش به تحلیلی است که غایت‌گرا به نظر می‌رسد. رادکلیف براون تاکید کرد که برای جلوگیری از تاثیرات غایت‌گرایی چنین تحلیلی، جایگزین کردن اصطلاح "نیازها" با اصطلاح شرایط ضروری وجود لازم است. در انجام چنین چیزی او

احساس کرد مسأله ای که در آن شرایط برای بقا ضروری هستند، یک مسأله تجربی است. موضوعی که برای هر سیستم اجتماعی معینی باید تشخیص داده شود.

در مکتب کارکردگرایی ساختاری مطالعات نشان از آن دارد که تالکوت پارسونز در این مکتب بیشترین تاثیر را داشته است. تالکوت پارسونز، برای عناصر فرهنگی و اجتماعی در شکل‌گیری سیاست و اقتصاد نقش عمده ای قائل بود و در ترویج مکتب کارکردگرایی ساختاری تلاش بسیاری کرد. نظریه های کلان، بیان پیچیده، دیدگاه متعالی و تفکر نظام ساز وی، به شدت مورد ملامت و تهاجم بعضی حوزه های جامعه شناسی به خصوص دیدگاه دیالکتیکی قرار گرفته است. تئوری کارکردگرایی ساختاری از یک سو کارکردها و نتایج پدیده‌های اجتماعی را مورد توجه قرار می دهد و از سوی دیگر بر رابطه پایدار و تداوم بین عناصر جامعه و کل نظام اجتماعی ناظر است. پارسونز از معدود متفکرانی است که مرزهای تنگ جامعه شناسی را از میان برداشته و با سایر شاخه های علوم انسانی ارتباط برقرار کرده است.

در مکتب کارکردگرایی معتدل رابرت مرتون در این مکتب بیشترین تاثیر را داشته است. او به نوسازی سودمندی در رویکرد کارکردگرایی در جامعه شناسی مبادرت نمود. به نظر مرتون، جامعه شناسی باید از ساختن نظریه های جهان شمول به شیوه پارسونز بپرهیزد. او در نظریه اجتماعی و ساخت اجتماعی (۱۹۵۳) با رویکردی آشکار عمل گرایانه، جهتی را که در نظر دارد به تحقیق جامعه شناختی بدهد، اعلام می کند. مرتون در نظریه اجتماعی و ساخت اجتماعی برای نظریه هفت معنای مختلف می شمارد: (۱) روش شناسی، (۲) ایده‌های راهنما، (۳) تحلیل مفاهیم، (۴) تفسیرهای گذشته نگر، (۵) تعمیم تجربی، (۶) اشتقاق.

در نظریه کنش اجتماعی سه نفر از صاحب نظران به نام جورج زیمل، جرج هربرت مید، ماکس وبر، در این مکتب بیشترین تاثیر را داشته اند. جورج زیمل نقشی مهم در تکوین پژوهش درباره گروه های کوچک، مکتب کنش متقابل نمادین و نظریه مبادله داشته است. تاکید زیمل بر تجرید از محتواهای عینی و تمرکز بر صورت های زندگی اجتماعی، باعث شده است که رهیافت جامعه شناختی او با عنوان جامعه شناسی صوری مشخص گردد. او کوشید نشان دهد که با آنکه منافع و منظورهایی که منجر به اجتماعات خاص انسانی می شوند گوناگونند.

در نظریه کنش اجتماعی وبر، ماکس وبر درباره کنش اجتماعی اقدام به ایجاد نوعی سنخ شناسی کرد که در آن بین چهار سنخ کنش تمایز قائل شده است: (۱) کنش سنت گرایانه که اصولاً تصور می شود کنش، تحت سلطه واکنش ناشی از عادت قرار دارد. (۲) کنشی که در آن عوامل عاطفی غلبه دارد که عبارت است از حالات خودجوش احساسات. (۳) کنشی که دارای جهت گیری عقلانی به سوی بعضی از ارزش های مطلق است، یعنی کنش معقولانه معطوف به ارزش. (۴) کنشی که بصورت عقلانی در جهت رسیدن به اهداف خاصی انجام شود و در آن مزایا و معایب نسبی شیوه های مختلف برای نیل به آن اهداف نیز مد نظر قرار می گیرد.

۴.۲ مروری بر مطالعات پیشین

با توجه به مطالعات متعددی که در حوزه سبک زندگی انجام شده، اکثر مطالعات بر این باورند، که فضای مجازی چه در قالب شبکه های اجتماعی مجازی و چه در قالب اینترنت می تواند، بر تغییر شیوه زندگی (سبک تغذیه، سبک پوشش، سبک آرایش، توجه به ظاهر و اندام و سبک فراغتی تاثیرگذار است و میزان تاثیرگذاری آن بستگی به وابستگی، اعتماد و حمایت دریافتی از این فضا دارد. بوربور و تاجیک اسلامی (۱۴۰۰) با تکنیک پیمایشی به تحلیل رابطه میان میزان و نوع استفاده از شبکه های مجازی با هویت اجتماعی زنان شهر تهران پرداختند که نشان داد میزان استفاده از شبکه های مجازی با بُعد جمعیتی هویت زنان رابطه منفی داشته و آموزش های لازم برای زنان در زمینه استفاده بهینه از این شبکه ها بمنظور کاهش آسیب اجتماعی ضروری بنظر می رسد. اکبری و همکاران (۱۳۹۹) به نقش دیجیتالی شدن مصرف رسانه ای در سبک زندگی شهروندان بالای ۱۸ سال پرداختند. بطور میانگین نیمی از پاسخگویان، حداقل روزی دو ساعت از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند و وابستگی به شبکه های مجازی ۵۰ درصد تغییر گرایش شهروندان به سبک زندگی را پیش بینی می کند. یعقوبی و موسوی (۱۳۹۹) نشان داد که گرایش دختران به مد و خودآرایی وجود شبکه های اجتماعی ۱۷.۶ درصد بوده و شبکه های اجتماعی نقش مهمی در برجسته سازی کالاهای مد دارد. صبوری و رحیمی (۱۳۹۷) متاهلین در شبکه های اجتماعی موضوعات اقتصادی و سیاسی و سلامت هستند و مجردین این پیگیر موضوعات فرهنگی، هنری. سهراب زاده و

همکاران (۱۳۹۷) با مصاحبه از کارشناسان تنها به نقش اینستاگرام بر سبک مصرفی در زندگی آنلاین پرداخته است که تحلیل به طور غیر مستقیم به نقش اینستاگرام بر لذت آنی و سبک مصرفی و نمایشی کاربران در فضای مجازی اشاره می‌کند، اما در واقع در این تحلیل ما شاهد تحلیل سبک نمایشی کاربران فضای مجازی بدون اشاره بر نحوه اثرگذاری یا میزان اثر و نقش اینستاگرام بر سبک زندگی آنها هستیم. فرجی (۱۳۹۷) و ابوالقاسمی (۱۳۹۷) بر نقش اینستاگرام بر مدیریت بدن اشاره می‌کند و بررسی او نشان می‌دهد که میزان استفاده افراطی و وابستگی به این فضا و خودابرازی در فضا اینستاگرام باعث گرایش کاربران به سبک تغذیه، مدیریت ظاهری و مصرفی خاص می‌شود و ابوالقاسمی (۱۳۹۷) به نقش پذیری از گروه‌های مرجع نیز به طور ضمنی اشاره کرده است و راوودراد و گیشینز جانی (۱۳۹۶) هم با تاکید نقش اینستاگرام بر مصرف نمایشی و خودابرازی تنها به صورت اسنادی و تحلیل فردی نحوه نمایش فرد در فضای اینستاگرام بررسی شده است اما در این پژوهش هم به تمامی ابعاد سبک زندگی پرداخته نشده است. فرقانی و مهاجری (۱۳۹۶) به ارتباط شبکه‌های اجتماعی با تغییر سبک زندگی از نظر بعد مصرفی پرداخته معتقد است میزان حضور و استفاده از این فضا بر تغییر سبک زندگی تاثیرگذار است، اما سبک زندگی نیز در این پژوهش به صورت کلی ولی نداشته جهت‌گیری خاص بررسی شده است. بخشی و همکاران (۱۳۹۲) هم به صورت اسنادی به نقش کارکرد ارتباطات شبکه‌های اجتماعی بر روابط، گفتار و ایجاد تیپ شخصیتی و ظاهری (سبک نمایشی) پرداخته است. آلاوان (۲۰۲۰) به سفارش غذا در شبکه‌های اجتماعی پرداخته که با استقبال مردم از موفقیت بسیار عالی برخوردار بوده و نشان داد مردم گرایش بیشتری به سفارش غذا بصورت مجازی داشته‌اند. خوارینا و سیسپراسودجو (۲۰۱۸) به تاثیر استفاده از اینستاگرام پرداختند که نشان داد اینستاگرام هیچ تاثیری در عملکرد مالی ندارد. و داتا و چاندان (۲۰۱۷) با اشاره به فرصت‌ها و تهدیدات شبکه‌های اجتماعی به صورت اسنادی بر نقش تاییدی کاربران (حمایت عاطفی) و میزان استفاده از فضای مجازی و فعالیت در این فضا منجر به گرایش به زندگی مجازی و الگوی تبلیغاتی مانند شرکت در چالش، تغییر در ادبیات و ظاهر و تغذیه خاص اشاره می‌کند. عامدی (۲۰۱۵) با اشاره مطالعات پیشین معتقد است استفاده اعتیادوار از شبکه‌های مجازی منجر به تبعیت از الگوی تبلیغی (سبک زندگی مدرن) و اوباش‌گری می‌شود. ا

در حالت کلی می‌توان گفت پژوهش زیادی در حوزه سبک زندگی و رسانه انجام شده است، اما به ندرت پژوهشی در حوزه سبک زندگی دیجیتالی یا دیجیتالی شدن سبک زندگی انجام شده و بیشتر اسنادی بوده و یا تعریف کاملی در این حوزه ارائه نشده است. در پژوهش مورد نظر سعی بر آن است که با ارائه تعریف مشخص و کاملی از سبک زندگی دیجیتالی و پرداختن به تمامی ابعاد از نظر ارزشی و فرهنگی و سبک قالب از نظر سبک مصرفی شبکه های مجای و محتوای آن و کارکردهای اش تنها از بعد ارتباطی و حمایتی و ویژگی های اثرگذار شبکه های مجازی یعنی نمایشی و ابرازی و وابستگی و اعتماد و تعلق بر گرایش جوانان شهر تهران به سبک زندگی دیجیتالی پی برد تا مشخص شود چه کارکرد و ویژگی منجر به گرایش آنها به این سبک زندگی و با چه سازوکاری اثرگذار است و نگاه جامع تری ارائه دهد.

۳. روش تحقیق

در مطالعه حاضر از روش کیفی گرند تئوری (نظریه داده بنیاد) برای به دست آوردن شناخت بهتر عناصر واکاوی نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی بر دیجیتالی شدن سبک زندگی جوانان تهران استفاده شده است. روش گردآوری داده ها بصورت کتابخانه ای و میدانی (مصاحبه نیمه عمیق) بود و از روش نمونه گیری نیز بهره گرفته شد. بدین صورت ابتدا، با ۱۳ نفر از اساتید و کارشناسان ارتباطات و جامعه شناسی و فرهنگی که حوزه سبک زندگی و شبکه های مجازی و دیجیتالی کار کرده بودند و دارای دستاوردهای علمی (مانند کتاب، مقالات معتبر) بودند، بصورت حضوری مصاحبه گردید تا به اشباع نظر رسیدیم.

عمل کدگذاری طی سه مرحله انجام شده است: کدگذاری باز، کدگذاری محوری، کدگذاری انتخابی. در مطالعه حاضر با استفاده از تکنیک های تحلیلی اشتراوس و کوربین بعنوان واحد تحلیل در سطوح متن کل مصاحبه، کل پاراگراف و عبارات مورد توجه قرار گرفته و با تفکیک متن مصاحبه به عناصر دارای پیام در داخل خطوط یا پاراگراف تلاش شد تا کدهای باز استخراج شوند و سپس سعی شد مفاهیم اولیه در قالب دسته های بزرگ مفهومی طبقه بندی گردند. در مرحله کدگذاری محوری، ابتدا مقوله اصلی تعیین شد سپس سایر مقوله ها در قالب پنج خوشه بزرگ علی، راهبردها، عوامل زمینه ای، شرایط

محیطی و پیامدها دسته بندی شدند. در طول فرایند کدگذاری انتخابی و فرایند تلفیق، متن مصاحبه های انجام شده چندین بار مورد بررسی قرار گرفت و عبارات و ایده هایی که بیانگر روابط بین مقوله های اصلی و فرعی مورد توجه قرار گرفت. جمع بندی و بررسی گزاره ها ما را به مقوله اصلی رهنمون نمود.

۴. تجزیه و تحلیل اطلاعات

در مرحله نخست به گردآوری داده های کیفی از خلال مصاحبه های عمیق با ۱۳ نفر از مشارکت کنندگان پژوهش پرداختیم. در فرایند کد گذاری باز، مضمونهای بسیاری حاصل شد.

جدول (۴-۵) کدگذاری باز و داده های کیفی

مفهوم	مقوله	ابعاد
۱-سه قطبی شدن آموزش ۲-فضاهای آموزشی غیراخلاقی ۳-تحمیل منطق تکنولوژی ۴-سواد رسانه ای ضعیف ۵-محتویات ضعیف آموزشی شبکه های اجتماعی ۶-نارسایی زیرساختهای آموزشی و رسانه ای	مقوله آموزشی	چالش های سیاست گذاری در حوزه شبکه های اجتماعی و تأثیر آن بر دیجیتالی شدن سبک زندگی جوانان (شرایط علی)
۱-فاصله فرهنگی رسمی و غیررسمی ۲-فرهنگ فردیت ۳-فقدان راه اندازی شبکه های اجتماعی داخلی ۴-بالا بودن جایگاه اجتماعی ۵-تغییر در باورهای اجتماعی ۶-متفاوت بودن فرهنگ اعتقادات اخلاقیات	مقوله فرهنگی	
۱-غیرقابل سیاستگذاری ۲-فقدان یک الگوی راهنما در میان سیاستگذاران ۳-عدم اعتماد به سیاستهای موجود ۴-غلبه رویکرد رسانه های قدرتمند بر مخاطبان ضعیف	مقوله سیاستگذاری	

<p>۱- هویت یابی خودابرازی ۲- خودشیفتگی ۳- تحولات بزرگ شخصیتی ۴- میل به محبوبیت ۵- نمایش ثروت و تجمل گرایی ۶- هویت جعلی و ناشناخته</p>	<p>مقاله خودابرازی</p>	
<p>۱- بیکاری جوانان ۲- نوآوری بصورت بلاگر و اینفلوینسر ۳- هک کردن، تقلب و کلاهبرداری ۴- هنجارشکنی</p>	<p>مقاله خلاقیت</p>	
<p>۱- عینیت یافتن ارتباطات ۲- افشای اطلاعات ۳- ناکارآمدی ساختارهای ارتباطی ۴- اعتیاد اینترنتی ۵- نقص حریم خصوصی ۶- ضعف کاربندی اپلیکیشن داخلی</p>	<p>مقاله ارتباطات</p>	
<p>۱- عدم تعاملات میان جوانان ۲- خودانگاره بزرگ فردی ۳- جذب هدفمند و غیرهدفمند ۴- فراغتهای رسانه ای ۵- انزوا و گوشه گیری جوانان ۶- فردگرایی در همه زمینه ها ۷- منفی گرایی و ضدیت با رسانه های دیجیتال ۸- خصلت دموکراتیک و گشودگی</p>	<p>مقاله فردی</p>	
<p>۱- عدم زیرساخت اساسی ۲- به رسمیت نشناختن حوزه خصوصی ۳- نبود متولی درست در حوزه بازار دیجیتالی ۴- عدم کفایت و کارآمدی مدیران سیاستگذار ۵- فقدان قوانین حاکم بر فضای مجازی ۶- عدم ثبات مدیریت ۷- نگاه منفی مسئولین به شبکه های اجتماعی</p>	<p>مقاله مدیریتی</p>	

واکاوی نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی ... (منوچهر صابر و دیگران) ۲۲۵

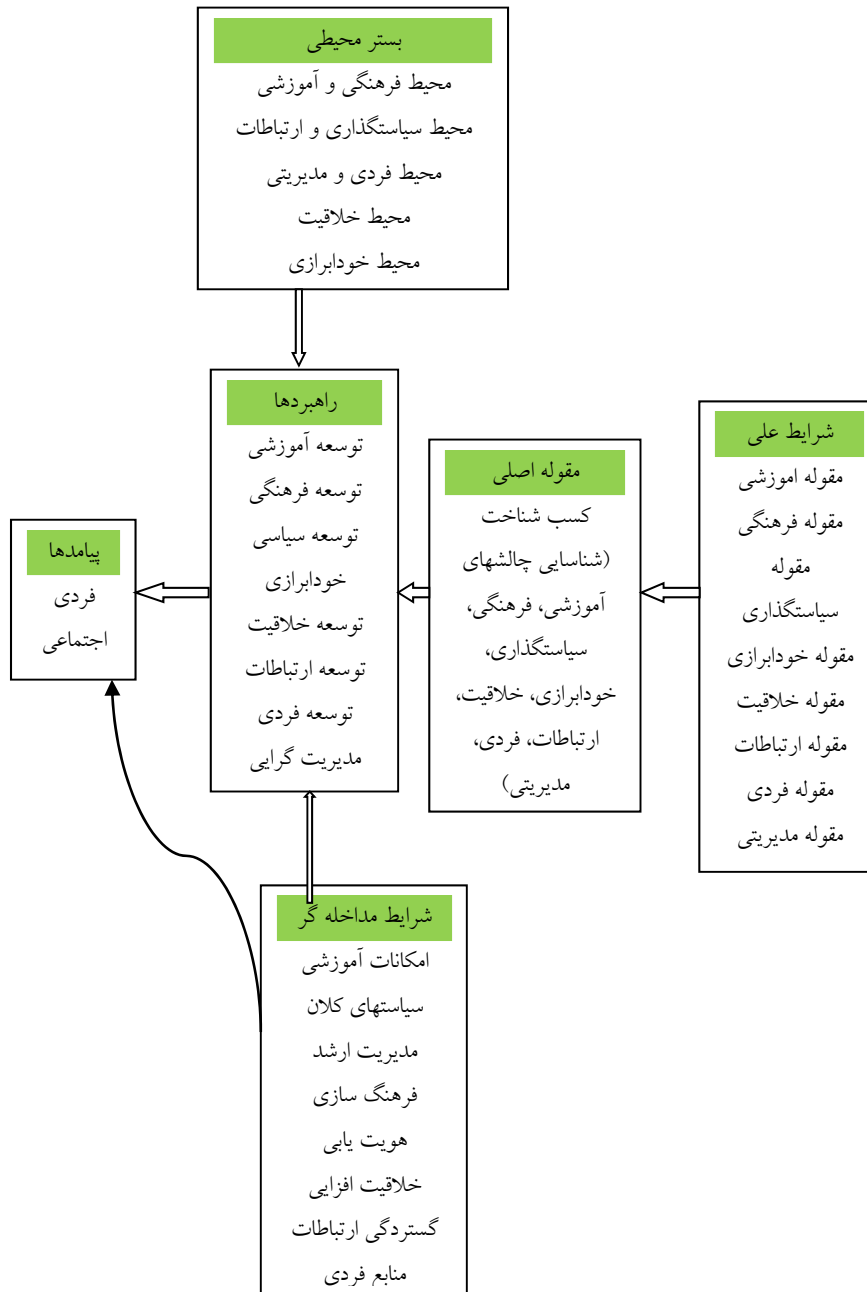
<p>۱-فقدان آموزشی استفاده از شبکه های اجتماعی در مدارس و دانشگاهها ۲-عدم فرهنگ سازی ۳-فقدان سیاست راهبردی ۴-سطحی شدن سبک زندگی ۵-هینجارشکنی ۶-افشای اطلاعات حریم خصوصی ۷-عدم تعاملات میان فردی ۸-فقدان تنظیم خوب نظارتی بر شبکه های اجتماعی</p>	<p>کسب شناخت (شناسایی) چالشهای آموزشی، فرهنگی، سیاستگذاری، خودابرازی، خلاقیت، ارتباطات، فردی، مدیریتی)</p>	<p>فکرانه محوری</p>
<p>۱-تفاوت ارزشهای فرهنگی بین کشورها ۲-توجه به کلاسهای آموزشی جهت بالا بردن سواد رسانه ای</p>	<p>محیط فرهنگی و آموزشی</p>	<p>فکرانه ارتباطی (پستول)</p>
<p>۱-استراتژی مناسب جهت تدوین یک الگوی راهنما برای استفاده از شبکه های اجتماعی در میان جوانان ۲-نقش سیاستگذاران و صاحبان قدرت در اذهان عمومی با توسعه رسانه های داخلی کشور ۳-بیاورها و اعتقادات سیاستگذاران نسبت به موفقیت رسانه‌های اجتماعی</p>	<p>محیط سیاستگذاری و ارتباطات</p>	
<p>۱-مناسب بودن زیرساختهای اساسی کشور برای تقبل برنامه‌های شبکه های اجتماعی ۲-مناسب بودن تعاملات میان جوانان جهت جذب هدفمند شبکه اجتماعی</p>	<p>محیط فردی و مدیریتی</p>	
<p>۱-مناسب بودن شرایط خلاقیت و نوآوری جهت توسعه برنامه های شبکه های اجتماعی داخلی ۲-استراتژی جهت جذب هدفمند جوانان نوآور و خلاق و تمکین مالی</p>	<p>محیط خلاقیت</p>	
<p>۱-استراتژی مناسب و هوشمندانه جهت ثبت هویت واقعی افراد در شبکه های اجتماعی و رد هویت کاذب و دروغین</p>	<p>محیط خودابرازی</p>	
<p>۱-یک قطبی شدن آموزش ۲-بالا بردن سواد رسانه ای با برگزاری مداوم کلاسهای آموزشی ۳-برخورداری از نیروهای متخصص و کارآمد با تحصیلات آکادمیک و برتر جهت تدوین استراتژی مناسب محتویات آموزشی شبکه های اجتماعی و ساختار رسانه ای آموزشی</p>	<p>امکانات آموزشی</p>	<p>فکرانه ارتباطی مدخله گر</p>
<p>۱-سیاستگذاری صحیح در رابطه با شبکه های اجتماعی ۲-بالا بردن اعتماد مردمی به سیاست موجود در رابطه با شبکه های اجتماعی</p>	<p>سیاست های کلان</p>	

<p>۱- به رسمیت شناختن حوزه خصوصی ۲- برخورداری از متولیان کارآموده و خیره در حوزه بازار دیجیتالی ۳- برخورداری از دیدگاه مثبت مسئولین به شبکه های اجتماعی</p>	<p>مدیریت ارشد</p>	
<p>۱- راه اندازی شبکه های اجتماعی داخلی فرهنگی ۲- کم کردن فاصله فرهنگی ۳- تدوین برنامه ای مدون جهت بالا بردن اعتقادات و اخلاقیات ۴- داشتن نقطه نظر و دیدگاه به فرهنگ سازی نه فرهنگ زدایی</p>	<p>فرهنگ سازی</p>	
<p>۱- مجهز به سیستم هویت یاب جهت جلوگیری از خود ابرازی های جعلی ۲- دارا بودن برنامه جامع جهت جلوگیری از تحولات شخصیتی</p>	<p>هویت یابی</p>	
<p>۱- حمایت مدیران از ابتکارات و خلاقیتها ۲- اختصاص مزایای مالی و پاداش به خلاقیتهای شبکه های سالم و تشویق جوانان به شبکه های سالم</p>	<p>خلاقیت افزایی</p>	
<p>۱- برطرف سازی ضعف کاربردی اپلیکیشن های داخلی ۲- به رسمیت شناختن حریم خصوصی ۳- تدوین برنامه ای جامع جهت حفظ اطلاعات</p>	<p>گسترده ارتباطات</p>	
<p>۱- دارا بودن برنامه ای جامع برای اجرای تحولات در شبکه های اجتماعی ۲- دارا بودن چشم انداز روشن تعاملات گروهی جوانان در همه زمینه ها ۳- برنامه ای جهت جذب هدفمند جوانان و تشویق در استفاده از شبکه های اجتماعی سالم</p>	<p>منابع فردی</p>	
<p>۱- یک قطبی شدن آموزشی ۲- بهره گیری از تکنولوژی آموزشی ۳- استفاده از نیروهای متخصص جهت بالا بردن سواد رسانه ای ۴- کنترل صحیح محتویات آموزشی</p>	<p>توسعه آموزشی</p>	<p>راهبردها</p>
<p>۱- یکسان سازی فرهنگهای رسمی و غیررسمی ۲- راه اندازی شبکه های اجتماعی داخلی مهیج و سالم ۳- فرهنگ گروهی تربیت و آموزش در باورهای اجتماعی و دینی جوانان</p>	<p>توسعه فرهنگی</p>	

واکاوی نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی ... (منوچهر صابر و دیگران) ۲۲۷

<p>۱-قابلیت سیاستگذاری صحیح با برنامه ای مدون و جامع ۲-استفاده از الگوی راهنما در میان سیاستگذاران ۳-اعتمادسازی به سیاستهای موجود شبکه های اجتماعی</p>	توسعه سیاسی	
<p>۱-شفاف بودن هویت ها و بازشناسی سریع آنها با تدوین برنامه ای نرم افزاری هوشمند ۲-استفاده از نیروهای خبره در بازشناسی بزرگ شخصیتی در شبکه های اجتماعی و اطلاع رسانی به جوانان</p>	خودابرازی	
<p>۱-حمایت از کارهای شبکه ای خلاقانه و استخدام جوانان خلاق و نوآور ۲-تخصیص اعتبار جهت حکم زدایی خودکار شبکه اجتماعی</p>	توسعه خلاقیت	
<p>۱-به رسمیت شناختن حریم خصوصی بصورت هوشمند ۲-بالا بردن قدرت کاربردی نرم افزارهای داخلی ۳-بهره گیری از نرم افزارهای هوشمند جهت جلوگیری از افشای اطلاعات</p>	توسعه ارتباطات	
<p>۱-بهره گیری از گروههای جوانان در تعامل با یکدیگر در همه زمینه ها ۲-بهره گیری از برنامه های مهیج هوشمند و سالم جهت جلوگیری از رفتن به سایتهای مخرب ۳-افزایش سرعت تصمیم گیری گروهی جوانان ۴-افزایش کارایی شبکه های اجتماعی با جذب هدفمند جوانان</p>	توسعه فردی	
<p>۱-تصویب قوانین حاکم بر فضای مجازی ۲-حمایت مدیران ارشد از مدیران پایین دستی ۳-حمایت مدیران از زیرساختهای اساسی شبکه های اجتماعی ۴-حمایت مدیران از به رسمیت شناخته شدن حوزه خصوصی ۵-برخورداري از مدیران لایق و کارآزموده در سیاستگذاری شبکه های اجتماعی ۶-چشم انداز مثبت مسئولین به شبکه های اجتماعی</p>	مدیریت گرایی	
<p>۱-افزایش کارایی فردی ۲-کاهش رضایت از شبکه های اجتماعی ۳-پیری زودرس ۴-بلوغ زودهنگام</p>	فردی	تدابیر
<p>۱-تهاجم فرهنگی ارتباطی ۲-افزایش وابستگی ۳-کاهش سلامت جسمانی</p>	اجتماعی	

ما از دل داده های کیفی، پارادایم کدگذاری محوری را تدوین کردیم که بر اساس آن، خط ارتباطی میان مقوله های مطالعه شامل شرایط علی، مقوله محوری، شرایط مداخله گر، بستر، راهبرد و پیامدها مشخص شد. نمودار (۱)، پارادایم کدگذاری محوری و بعبارت دیگر مدل فرایند کیفی پژوهش را نشان می دهد. در ادامه کدگذاری انتخابی را پی می ریزیم و به بررسی و شرح اجزای مدل مطالعه می پردازیم.



نمودار (۲) مدل تبیین کننده چالشهای سیاستگذاری در حوزه شبکه های اجتماعی و تاثیر آن بر دیجیتالی شدن سبک زندگی جوانان (کدگذاری محوری)

در کدگذاری انتخابی، می توان روابط موجود بین مقوله های چالشهای سیاستگذاری در حوزه شبکه های اجتماعی و تاثیر آن بر دیجیتال شدن سبک زندگی جوانان تهرانی را در قالب یک بیان روایتی (داستان گونه) برآمده از داده ها بیان نمود تا تفسیر مجمل و گویایی از آن بدست آید. بیان روایتی در واقع مغز اصلی کدگذاری انتخابی و تئوری محقق در تحقیق بحساب می آید: کسب شناخت تحت تاثیر مقوله آموزشی، مقوله فرهنگی، مقوله سیاست گذاری، مقوله خودابرازی، مقوله اخلاقیت، مقوله ارتباطات، مقوله فردی، مقوله مدیریتی است. کسب شناخت با تاثیر پذیری از شرایط علی، منجر به شکل گیری توسعه آموزشی، توسعه فرهنگی، توسعه سیاسی، خودابرازی، توسعه اخلاقیت، توسعه ارتباطات، توسعه فردی، مدیریت گرایی می شود. بعلاوه این کنش ها در بستر، امکانات آموزشی، سیاست های کلان، مدیریت ارشد، فرهنگ سازی، هویت یابی، اخلاقیت افزایی، گستردگی ارتباطات، منابع فردی همزمان از محیط فرهنگی و آموزشی، محیط سیاستگذاری و ارتباطات، محیط فردی و مدیریتی، محیط اخلاقیت، محیط خودابرازی تاثیر می پذیرند. نهایتا اینکه چنین کنش ها و واکنشهایی پیامدهای فردی و پیامدهای اجتماعی بهمراه آورده و انتقال و کاربرد توسعه حوزه شبکه اجتماعی در میان جوانان تهرانی را موجب می شود. و در آخر به سوالات اصلی مطالعه پاسخ دادیم.

۵. نتیجه گیری

در تحقیق حاضر با استفاده از تکنیک تحلیلی (اشتراوس و کوربین) مفاهیم به عنوان واحد تحلیل در سطوح متن کل مصاحبه، پاراگراف، عبارت و جملات مورد توجه قرار گرفتند و با تفکیک متن مصاحبه، کدهای باز استخراج شدند. در طرح نظام مند اشتراوس و کوربین از کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده گردید که نتایج این مطالعه نیز در قالب آنها تشریح می گردد:

در کدگذاری باز محقق به ۳۲ مقوله فرعی و ۱۲۲ مفهوم دست یافت که ۸ مقوله و ۴۷ مفهوم در شرایط علی، ۸ مفهوم در مقوله محوری کسب شناخت، در ۵ بستر محیطی به ۱۰ مفهوم، در ۸ شرایط مداخله گر به ۲۲ مفهوم، در ۸ راهبرد به ۲۸ مفهوم و در ۲ پیامد فردی و اجتماعی به ۷ مفهوم دست یافت. در عمده ترین بخش چالشهای سیاستگذاری در حوزه شبکه های اجتماعی و تاثیر آن بر دیجیتال شدن سبک زندگی جوانان، در

شرایط علی: به مقوله آموزشی (سه قطبی شدن آموزش، فضاهاى آموزشى غيراخلاقى، تحميل منطق تكنولوجى، سواد رسانه اى ضعيف، محتويات ضعيف آموزشى شبکه هاى اجتماعى، نارسايى زيرساخت هاى آموزشى و رسانه اى)، مقوله فرهنگى (فاصله فرهنگى رسمى و غيررسمى، فرهنگ فرديت، فقدان راه اندازى شبکه هاى اجتماعى داخلى، بالابودن جايگاه اجتماعى، تغيير در باورهاى اجتماعى، متفاوت بودن فرهنگ اعتقادات اخلاقيات)، مقوله سياستگذارى (غيرقابل سياستگذارى، فقدان يك الگوى راهنما در ميان سياست گذاران، عدم اعتماد به سياستهاى موجود، غلبه رويکرد رسانه هاى قدرتمند بر مخاطبان ضعيف)، مقوله خودابرازى (هويت يابى خودابرازى، خودشيفتگى، تحولات بزرگ شخصيتى، ميل به محبوبيت، نمايش ثروت و تجمل گرایی، هويت جعلى و ناشناخته)، مقوله خلاقيت (بيكارى جوانان، نوآورى بصورت بلاگر و اينفلوينسر، هنجارشكنى)، مقوله ارتباطات (عينيت يافتن ارتباطاته، افشای اطلاعات، ناکارآمدی ساختارهای ارتباطی، اعتیاد اینترنتی، نقص حریم خصوصی، ضعف کاربدي اپليکيشن داخلى)، مقوله فردى (عدم تعاملات ميان جوانان، خودانگاره بزرگ فردى، جذب هدفمند و غيرهدفمند، فراغتهاى رسانه اى، انزوا و گوشه گيرى جوانان، فردگرایی در همه زمينه ها، منفى گرایی و ضدیت با رسانه هاى ديجيتال، خصلت دموکراتیک و گشودگی)، مقوله مديریتی (عدم زيرساخت اساسى، به رسميت شناختن حوزه خصوصى، نبود متولى درست در حوزه بازار ديجيتالى، عدم کفایت و کارآمدی مديران سياستگذار، فقدان قوانين حاکم بر فضای مجازى، عدم ثبات مديریت، نگاه منفى به شبکه هاى اجتماعى) دست يافت. و در مقوله محورى (کسب شناخت (شناسايى چالشهاى آموزشى، فرهنگى، سياستگذارى، خودابرازى، خلاقيت، ارتباطات، فردى، مديریتی))، به فقدان آموزشى استفاده از شبکه هاى اجتماعى در مدارس و دانشگاهها، عدم فرهنگ سازى، فقدان سياست راهبردى، سطحى شدن سبک زندگى، هنجارشكنى، افشای اطلاعات حریم خصوصى، عدم تعاملات ميان فردى، فقدان تنظيم خوب نظارتى بر شبکه هاى اجتماعى) دست يافت. و در شرایط محیطى (بستر): به محیط فرهنگى آموزشى (تفاوت ارزشهاى فرهنگى بين کشورها، توجه به کلاسهاى آموزشى جهت بالا بردن سواد رسانه اى)، محیط سياستگذارى و ارتباطات (استراتژى مناسب جهت تدوين يك الگوى راهنما برای استفاده از شبکه هاى اجتماعى در ميان جوانان)، محیط فردى و مديریتی

(مناسب بودن زیرساختهای اساسی کشور برای تقبل برنامه های شبکه های اجتماعی، مناسب بودن تعاملات میان جوانان جهت جذب هدفمند شبکه اجتماعی)، **محیط خلاقیت** (مناسب بودن شرایط خلاقیت و نوآوری جهت توسعه برنامه های شبکه های اجتماعی داخلی، استراتژی جهت جذب هدفمند جوانان نوآور و خلاق و تمکین مالی)، **محیط خودابرازی** (استراتژی مناسب و هوشمندانه جهت ثبت هویت واقعی افراد در شبکه های اجتماعی و رد هویت کاذب و دروغین) دست یافت. و در **شرایط مداخله گر**: به **امکانات آموزشی** (یک قطبی شدن آموزش، بالا بردن سواد رسانه ای با برگزاری مداوم کلاس های آموزشی، برخورداری از نیروهای متخصص و کارآمد با تحصیلات آکادمیک و برتر جهت تدوین استراتژی مناسب محتویات آموزشی شبکه های اجتماعی و ساختار رسانه ای آموزشی)، **سیاست های کلان** (سیاستگذاری صحیح در رابطه با شبکه های اجتماعی، بالا بردن اعتماد مردمی به سیاست موجود در رابطه با شبکه های اجتماعی)، **مدیریت ارشد** (به رسمیت شناختن حوزه خصوصی، برخورداری از متولیان کارآموده و خبره در حوزه بازار دیجیتالی، برخورداری از دیدگاه مثبت مسئولین به شبکه های اجتماعی)، **فرهنگ سازی** (راه اندازی شبکه های اجتماعی داخلی فرهنگی، کم کردن فاصله فرهنگی، تدوین برنامه ای مدون جهت بالا بردن اعتقادات و اخلاقیات، داشتن نقطه نظر و دیدگاه به فرهنگ سازی نه فرهنگ زدایی)، **هویت یابی** (مجهز به سیستم هویت یاب جهت جلوگیری از خود ابرازی های جعلی، دارا بودن برنامه جامع جهت جلوگیری از تحولات شخصیتی)، **خلاقیت افزایی** (حمایت مدیران از ابتکارات و خلاقیت ها، اختصاص مزایای مالی و پاداش به خلاقیت های شبکه های سالم و تشویق جوانان به شبکه های سالم)، **گسترده گی ارتباطات** (برطرف سازی ضعف کاربردی اپلیکیشن های داخلی، به رسمیت شناختن حریم خصوصی، تدوین برنامه ای جامع جهت حفظ اطلاعات)، **منابع فردی** (دارا بودن برنامه ای جامع برای اجرای تحولات در شبکه های اجتماعی، دارا بودن چشم انداز روشن تعاملات گروهی جوانان در همه زمینه ها، برنامه ای جهت جذب هدفمند جوانان و تشویق در استفاده از شبکه های اجتماعی سالم) دست یافت. و در **راهبردها**: به **توسعه آموزشی** (یک قطبی شدن آموزشی، بهره گیری از تکنولوژی آموزشی، استفاده از نیروهای متخصص جهت بالا بردن سواد رسانه ای، کنترل صحیح محتویات آموزشی)، **توسعه فرهنگی** (یکسان سازی فرهنگ های رسمی و

غیررسمی، راه اندازی شبکه‌های اجتماعی داخلی مهیج و سالم، فرهنگ گروهی، تربیت و آموزش در باورهای اجتماعی و دینی جوانان)، **توسعه سیاسی** (قابلیت سیاستگذاری صحیح با برنامه‌ای مدون و جامع، استفاده از الگوی راهنما در میان سیاستگذاران، اعتمادسازی به سیاست‌های موجود شبکه‌های اجتماعی)، **خودابرازی** (شفاف بودن هویت‌ها و بازشناسی سریع آنها با تدوین برنامه‌ای نرم‌افزاری هوشمند، استفاده از نیروهای خبره در بازشناسی بزرگ‌شخصیتی در شبکه‌های اجتماعی و اطلاع‌رسانی به جوانان)، **توسعه خلاقیت** (حمایت از کارکردهای شبکه‌ای خلاقانه و استخدام جوانان خلاق و نوآور، تخصیص اعتبار جهت‌هک‌زدایی خودکار شبکه اجتماعی)، **توسعه ارتباطات** (به‌رسمیت‌شناختن حریم خصوصی بصورت هوشمند، بالا بردن قدرت کاربردی نرم‌افزارهای داخلی، بهره‌گیری از نرم‌افزارهای هوشمند جهت جلوگیری از افشای اطلاعات)، **توسعه فردی** (بهره‌گیری از گروه‌های جوانان در تعامل با یکدیگر در همه زمینه‌ها، بهره‌گیری از برنامه‌های مهیج هوشمند و سالم جهت جلوگیری از رفتن به سایت‌های مخرب، افزایش سرعت تصمیم‌گیری گروهی جوانان، افزایش کارایی شبکه‌های اجتماعی با جذب هدفمند جوانان)، **مدیریت‌گرایی** (تصویب قوانین حاکم بر فضای مجازی، حمایت مدیران ارشد از مدیران پایین‌دستی، حمایت مدیران از زیرساخت‌های اساسی شبکه‌های اجتماعی، حمایت مدیران از به‌رسمیت‌شناخته شدن حوزه خصوصی، برخورداری از مدیران لایق و کارآزموده در سیاستگذاری شبکه‌های اجتماعی، چشم‌انداز مثبت مسئولین به شبکه‌های اجتماعی) دست‌یافت. و در **پیامدهای فردی** (افزایش کارایی فردی، کاهش رضایت از شبکه‌های اجتماعی، پیری زودرس، بلوغ زود هنگام)، و **پیامدهای اجتماعی** (تهاجم فرهنگی ارتباطی، افزایش وابستگی، کاهش سلامت جسمانی) دست‌یافت. سپس به پارادایم کدگذاری محوری پرداخته شد و مدل فرایند کیفی تحقیق آورده شد. و در مرحله کدگذاری انتخابی به بیان داستان گونه‌مقوله‌ها پرداخته شد و بعد از این سه مرحله کدگذاری به سوالات تحقیق پاسخ داده شد:

اینک به سوالات اصلی در این قسمت به سوالات تحقیق پاسخ می‌گوییم:

۱. چالش‌های سیاستگذاری در حوزه شبکه‌های اجتماعی و تاثیر آن بر دیجیتالی شدن سبک زندگی جوانان تهرانی چیست؟

طبق مصاحبه با مصاحبه شونده‌گان خبره، چالش‌های سیاستگذاری در حوزه شبکه‌های اجتماعی و تاثیر آن بر دیجیتالی شدن سبک زندگی جوانان، عبارتند از: سه قطبی شدن آموزش، فضاهای آموزشی غیراخلاقی، تحمیل منطق تکنولوژی، سواد رسانه‌ای ضعیف، محتویات ضعیف آموزشی شبکه‌های اجتماعی، نارسایی زیرساخت‌های آموزشی و رسانه‌ای، فاصله فرهنگی رسمی و غیررسمی، فرهنگ فردیت، فقدان راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی داخلی، بالا بودن جایگاه اجتماعی، تغییر در باورهای اجتماعی، متفاوت بودن فرهنگ اعتقادات اخلاقیات، غیرقابل سیاستگذاری، فقدان یک الگوی راهنما در میان سیاستگذاران، عدم اعتماد به سیاست‌های موجود، غلبه رویکرد رسانه‌های قدرتمند بر مخاطبان ضعیف، هویت یابی خودابرازی، خودشیفتگی، تحولات بزرگ شخصیتی، میل به محبوبیت، نمایش ثروت و تجمل‌گرایی، هویت جعلی و ناشناخته، بیکاری جوانان، نوآوری بصورت بلاگر و اینفلوئنسر، هنجارشکنی، عینیت یافتن ارتباطات، افشای اطلاعات، ناکارآمدی ساختارهای ارتباطی، اعتیاد اینترنتی، نقص حریم خصوصی، ضعف کاربردی اپلیکیشن داخلی، عدم تعاملات میان جوانان، خودانگاره بزرگ فردی، جذب هدفمند و غیرهدفمند، فراغتهای رسانه‌ای، انزوا و گوشه‌گیری جوانان، فردگرایی در همه زمینه‌ها، منفی‌گرایی و ضدیت با رسانه‌های دیجیتالی، خصلت دموکراتیک و گشودگی، عدم‌زیرساخت اساسی، به رسمیت شناختن حوزه خصوصی، نبود متولی درست در حوزه بازار دیجیتالی، عدم کفایت و کارآمدی مدیران سیاستگذار، فقدان قوانین حاکم بر فضای مجازی، عدم ثبات مدیریت، نگاه منفی به شبکه‌های اجتماعی می‌باشد.

۲. شبکه اجتماعی در میان جوانان تهرانی کارکرد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی

و دینی دارد؟

بله. در فضای مجازی از همه نوع مطالبی که احتیاج داشته باشیم وجود دارد، لذا آن کسی که ورود پیدا می‌کند، در فضای مجازی به تبع نگاه، سبک زندگی و شرایطی که دارد، از این فضا استفاده می‌کند یعنی هر کس به اندازه ظرفیت خودش و نگاه خودش و فهم خود از فضای مجازی استفاده می‌کند.

۳. فرایند عضویت جوانان تهرانی در شبکه‌های مجازی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

فضای مجازی ابعاد گسترده‌ای در حوزه عضوپذیری دارد، از فضای تبلیغی که می‌تواند هر یک از مراجع رسانه‌ای برای خود در طیف‌های مورد هدف خودشان

لینک‌هایی را تبلیغ کنند گرفته، تا عضو گیری های تبلیغی نا خواسته ای که شما در حضور در فضای مجازی خاصی که سرک می کشید و پیگیر می شوید رو به رو می شوید. افراد براساس آن سازمانی که خودشان در نظر دارند و برای آن دنبال عضوپذیری هستند درحقیقت تبلیغ می کنند و لینک های خود را ارسال می کنند و در همان طیف و در همان رشته و تخصص افراد را جذب می کنند، کسانی که علاقمند به خواندن درس مطالب حوزه زبان انگلیسی هستند یا کسانی که در حوزه معماری می خواهند اطلاعاتی را کسب کنند، خب اینها افراد مختص خودشان را صید می کنند و تبلیغ می کنند و جذب می کنند.

۴. دلایل استفاده جوانان تهرانی از شبکه های مجازی چیست؟

دلایل می تواند متفاوت باشد اما عمده دلایلی که وجود دارد، دسترسی به اطلاعات است. پرکردن اوقات فراغت، تجارت و کسب درآمد، سرگرمی، و محورهای منفی همانند بیکاری، سرگردانی، از دلایل بارز استفاده جوانان تهرانی از شبکه های اجتماعی است.

۵. تفاوت شبکه های اجتماعی داخلی با شبکه های اجتماعی خارجی در میان جوانان

تهرانی چیست؟ و چگونه ارزیابی می کنید؟

حجم تبلیغاتی که در شبکه های اجتماعی خارجی می شود و دست به دست و تبلیغ هم می شود که مثلاً برای عضویت بیشتر افراد همدیگر و معرفی کنند، بیشتر شبکه های اجتماعی داخلی شاید این نوع معرفی را ندارد در مقابل شبکه های خارجی، چون استفاده گسترده تری دارد، حوادثی که در آن اتفاق می افتد در رسانه ها، بازتاب داده می شود.

۶. سبک زندگی جوانان تهرانی با استفاده از شبکه های مجازی چه تغییری کرده است؟

تغییر در ساعات خواب و بیداری افرادی که شبها در شبکه های اجتماعی می گردند و روزها می خوابند، تغییر در الگوی خرید و سبک رفتاری مصرف کنندگان، خرید از شبکه‌های اجتماعی اینها مواردی است که اتفاق افتاده است. تغییر عادات غذایی اینها مواردی بوده که تاثیرگذار بوده، و سهم قابل توجهی در سبک زندگی جوانان می تواند داشته باشد. از آنجا که در شبکه های اجتماعی همانند اینستاگرام افراد یک بخش کوچک یا اصطلاحاً یک اسلایس از زندگی شخصی خود را به نمایش می گذارند، که بسیاری

از حقایق زندگی، شغلی، خانوادگی پنهان و مدفون است از طرف دیگر تیپ خاصی از جوانان مرفه از این فضا برای نمایش ثروت و تجمل گرایی از این فضا بهره می برند و عده ای دیگر با مسایلی همانند حرص و طمع، حسادت، افسردگی، خودکشی و یا هنجارشکنی و جرم روی آورند. شبکه ی اجتماعی باعث شده اختلافات فرهنگی اجتماعی طبقاتی آشکار شود که این موضوع به گسترش نارضایتی در بین خانواده ها: باعث رشد و افزایش آمار طلاق، اعتیاد و جرایم دیگر گردیده است و این تغییر سبک بر تمام زوایای زندگی اثرگذار خواهد بود

۷. پیامد خودابرازی کاربران جوان تهرانی در استفاده از شبکه های مجازی چگونه است؟ تاثیری داشته است؟

این موضوع بسیار آسیب زا است به دلیل آنکه فضای مجازی محیطی است که افراد با هویت جعلی و ناشناخته و یا اشتباه می توانند ورود کنند و اگر آگاهی وجود نداشته باشد بسیار ناخوشایند و تبعات فراوانی خواهد داشت.

۸. شبکه های آموزشی در شبکه های اجتماعی، در روند بالا بردن سطح اطلاعات جوانان تهرانی تاثیر گذار بوده است؟

بسیاری از استادان دانشگاه و یا معلمان و دانشجویان و موسسات آموزشی مختلف اکانت هایی در فضای مجازی دارند که برای انتقال مطالب با کیفیت بالاتر و بهره وری بیش تر تاثیرات خوب و شایسته ای دارند که گسترش این فضا باعث کسب آگاهی و اطلاعات و بالا رفتن درک اجتماعی و اخلاقی و علمی می گردد.

۹. فعالیت جوانان تهرانی در بازار مجازی شبکه های اجتماعی، چگونه است؟

اکثر جوانان تمایل دارند که بصورت بلاگر و اینفلوینسر فعالیت کنند که برای بخشی از آنان ایجاد شهرت و درآمد از طریق تبلیغات نموده است و یک عده هم استارت آپ و فری لנסر هستند که شغلی دارند و محصولی آماده کردند و یک بیزینس جدید را شروع کرده اند اما گروه اول با اینکه درآمد دارند اما سرویس خاصی ارائه نمی دهند .

نتایج پاسخ ها حاکی از آن است که سه قطبی شدن آموزش تاثیر منفی و چالش برانگیزترین مسئله در حوزه شبکه های مجازی بوده، همچنین ورود به فضاهای غیر اخلاقی موجب پیری زودرس جوانان تهرانی می شود که اگر سواد رسانه ای را

بالا ببرند و دروغ‌های رسانه‌ای را باور نکنند قطعاً به ابتذال فرهنگی کشیده نمی‌شوند و همچنین نتایج پاسخها حاکی از آن بود که زیرساختهای آموزشی ضعیف موجبات فاصله فرهنگی و تهاجم فرهنگی بین جوانان می‌شود و فرهنگ فرد فرد را به سُخره می‌گیرد، همچنین نمایش تجملات در رسانه‌های مجازی باعث بیشتر نمود پیدا کردن فاصله فرهنگی و هنجار شکنی در بین جوانان را موجب می‌شود. باید قوانین و لایحه‌ای بر فضای مجازی حاکم شود و از متخصصین خبره در مدیریت فضای مجازی استفاده نمود تا در از دست دادن جوانان تهرانی کمک موثری شود. همچنین نتایج پاسخ سوال دوم حاکی از آن است که جوانان تهرانی در شبکه‌های مجازی در حوزه فرهنگی، اجتماعی و سیاسی و اقتصادی و دینی بنا به علاقه خود ورود پیدا می‌کنند و هر یک با توجه به کارکرد خود از آن بهره می‌برد. و نتایج سوال سوم نیز حاکی از آن است که عضوگیری در طیف‌های مورد علاقه جوانان به سهولت انجام می‌گیرد و هر جوان تهرانی بنا به علاقه‌اش در حوزه‌های آموزشی و موسیقی و زبان و براحتی عضو می‌شود. همچنین نتایج سوال چهارم حاکی از آن است که بیشترین دلیل و محکم‌ترین دلیلی که جوانان تهرانی از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند، دسترسی به اطلاعات و کنجکاوی، کسب درآمد می‌باشد؛ البته دلایل منفی نیز وجود دارد که جوانان بنا به علایق خود ورود پیدا می‌کنند و شخصیت‌هایی که سست‌عنصر هستند و براحتی تحت تاثیر قرار می‌گیرند به ابتذال فرهنگی و ... کشیده می‌شوند. همچنین نتایج سوال پنجم حاکی از آن است جوانان بیش‌تر به شبکه‌های مجازی خارجی علاقمند هستند تا شبکه‌های مجازی داخلی، اطلاعات و پیام‌های خارجی بسیار سریع بازتاب داده می‌شود و جوانان بیشتر به شبکه‌های مجازی خارجی اعتماد دارند تا به داخلی؛ و اتهام این ضعف شبکه‌های مجازی داخلی بیشتر به سمت مدیرانی که این حوزه را اداره می‌کنند و موجبات عدم اطمینان جوانان تهرانی به قوانین آنها شده‌اند، دانست. همچنین نتایج سوال ششم حاکی از آن است که سبک زندگی جوانان تهرانی با استفاده از شبکه‌های مجازی تغییرات زیادی کرده، نحوه پوشش و آرایش و زندگی زناشویی و خانوادگی و سبک رفتاری نوع مصرفی جوانان و ساعات خواب و بیداری آنها، بسیار تاثیر منفی داشته است و آمار افسردگی و خودکشی و طلاق را بالا برده است و سطح توقعات را بالا برده است و از هیجانات جوانی کاسته است. همچنین نتایج سوال هفتم حاکی از آن است افراد با هویت‌های جعلی و زندگی دروغین که در فضای مجازی به تصویر می‌کشند تا خودی نشان دهند موجبات افسردگی بسیاری

از جوانان ساده و سست‌عنصری شده است که این خود ابرازی‌ها و به‌تصویرکشیده‌شدن‌های تجملات و ... باور نموده‌اند، جوانان با دیدن این خود ابرازی‌ها بیش‌تر در خود فرو رفته و منزوی شده‌اند که اینها بیشترین دلیلش کمی سواد رسانه‌ای است. همچنین نتایج سوال هشتم حاکی از آن است که در این دوران کرونا که بیش‌تر کلاس‌های دانشگاه و مدارس و موسسات علمی تعطیل بود و کلاسها بصورت مجازی اداره می‌شد، کیفیت کلاس‌ها خوب بوده ولی در دروس کمی شواهد نشان می‌دهد که کلاس‌های مجازی کیفیت خوبی نداشته است و بسیاری در امتحانات خود از دیگران استفاده می‌کردند و خود امتحان نمی‌دادند و این بُعد باید در نظر گرفته شود. و نتایج سوال نهم حاکی از آن است که جوانان تهرانی از بازار مجازی شبکه‌های اجتماعی جهت تبلیغات و فروش محصولات خود استقبال زیادی کرده‌اند و تبلیغات در این شبکه‌ها به سهولت انجام می‌پذیرد و خیلی از جوانان استعدادهایشان در کسب درآمد بخصوص هنرهای خودشان افزایش یافته است.

همچنین تحقیق بوربور و تاجیک اسلامی (۱۴۰۰) در مقایسه با تحقیق حاضر نشان داد، آموزش‌های لازم برای زنان در زمینه استفاده بهینه از این شبکه‌ها به منظور کاهش آسیب‌ها در حوزه هویت اجتماعی ضروری به نظر می‌رسد. که نتایج آن با تحقیق حاضر بدلیل معنادار نبودن تاثیر آموزش بر سبک زندگی مغایرت دارد. و تحقیق اکبری و همکاران (۱۳۹۹) در مقایسه با تحقیق حاضر نشان داد که بین سبک زندگی و دیجیتال‌شدن مصرف رسانه‌ای، استفاده از شبکه اجتماعی مجازی، مدت عضویت و میزان وابستگی رابطه معناداری وجود دارد. که نتایج آن با تحقیق حاضر با تحلیل رگرسیون خطی چندگانه 23 Spss مغایرت دارد. و تحقیق یعقوبی و موسوی (۱۳۹۹) در مقایسه با تحقیق حاضر نشان داد که میزان مشارکت و فعالیت زنان شهر قم در شبکه‌های اجتماعی مجازی بالا بوده (۶۰/۲ درصد) و این گروه از شهروندان، در سطح بالایی از شبکه‌های مجازی به‌عنوان ابزاری برای مقایسه مسائل مرتبط با مد بهره می‌برند (۵۷/۶ درصد). به لحاظ گرایش به مد نیز اکثریت زنان جوان شهر قم گرایش روبه مضاعفی به سبک‌ها و مد‌های روز دارند (۶۰/۲ درصد گرایش متوسط و ۲۷/۱ درصد زیاد). که نتایج آن با تحقیق حاضر همراستاست. با توجه به نتایج گراند تئوری پیشنهادات کاربردی ذیل ارائه می‌شود:

۱. حمایت مدیران از زیرساختهای اساسی شبکه های مجازی
 ۲. تصویب قوانین حاکم بر فضای مجازی
 ۳. بهره گیری از برنامه های مهیج هوشمند و سالم جهت جلوگیری از رفتن به سایت‌های مخرب
 ۴. حمایت از کارهای شبکه ای خلاقانه و استخدام جوانان خلاق و نوآور
 ۵. تخصیص اعتبار جهت هک زدایی خودکار شبکه مجازی
 ۶. اعتمادسازی به سیاستهای موجود شبکه های مجازی
 ۷. راه اندازی شبکه های مجازی داخلی مهیج و سالم
 ۸. استفاده از نیروهای متخصص جهت بالا بردن سواد رسانه ای
 ۹. کنترل صحیح محتویات آموزشی
 ۱۰. تدوین برنامه ای مدون جهت بالا بردن اعتقادات و اخلاقیات
 ۱۱. برجسته نمودن کژرفتاری در شبکه های مجازی
 ۱۲. انعکاس مبارزه با جرایم در فضای مجازی
 ۱۳. کنترل فعالیت های فراغتی شبکه های مجازی
 ۱۴. حمایت از طرح صیانت در شبکه های مجازی
 ۱۵. کنترل ساعت های استفاده از شبکه های مجازی
- و محدودیت هاییکه محقق با آن مواجه بود:

۱. تحقیق حاضر در بخش کمی محدود به فرضیه برگرفته از مقوله ها بر سبک زندگی جوانان تهرانی بود و محقق نتوانست متغیر میانجی و متغیر تعدیگر را در مدل لحاظ کند.
 ۲. تحقیق حاضر صرفاً جوانان تهرانی را مورد بررسی قرار داد.
 ۳. عدم اعتمادسازی به شبکه های اجتماعی داخلی وجود دارد و محقق نتوانست در بُعد وسیعی آن را مورد بررسی قرار دهد.
 ۴. اپلیکیشن های داخلی شبکه های مجازی از محدودیت و فیلتر برخوردار است، و اعتماد سازی جوانان تهرانی به این نوع اپلیکیشن های داخلی مورد بررسی قرار نگرفت.
- به محققین آتی نیز پیشنهاد می شود:

۱. باتوجه به اینکه جامعه ما جوان می باشد و تقلید از شبکه های مجازی در میان جوانان تهرانی چه مثبت چه منفی بیشترین تاثیرات را در آینده ما می گذارد، پیشنهاد می شود دیجیتالی شدن سبک زندگی جوانان را نه فقط در سطح تهران بلکه در سطح کشور ایران مورد بررسی قرار دهند.
۲. پیشنهاد می شود متغیرهای تحقیق با استفاده از مدل آماری در سطحی وسیعتر و با ورود متغیرهای جمعیت شناختی در مدل بعنوان متغیر تعدیل گر، مورد بررسی قرار گیرند.
۳. پیشنهاد می شود نقش شبکه های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی جوانان با نقش میانجی متغیر طرح صیانت نیز مورد بررسی قرار گیرد.
۴. پیشنهاد می شود اعتماد سازی به شبکه های اجتماعی مجازی داخلی در بُعد گسترده مورد بررسی قرار گیرد.
۵. پیشنهاد می شود موانع اعتماد جوانان به شبکه های مجازی داخلی مورد بررسی وسیعی قرار بگیرد.

در آخر از همکاری صمیمانه جناب آقای دکتر بشیر و جناب آقای امید علی مسعودی و سرکار خانم نسیم مجیدی قهرودی در طول تألیف مقاله و رساله کمال سپاسگزاری را دارم.

کتابنامه

- ابراهیمی کیایی، محمدرضا (۱۳۹۱). تهاجم خاموش، انتشارات دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها، تهران.
- ابوالقاسمی، تینا (۱۳۹۷). تاثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر گرایش دختران به مدیریت بدن، چهارمین کنفرانس سراسری دانش و فناوری علوم تربیتی، مطالعات اجتماعی و روانشناسی ایران، ۱۲-۱.
- اشتراوس، آنسلمو؛ کورین، جولیت (۱۳۹۵). مبانی پژوهش کیفی فنون و مراحل تولید نظریه زمینه ای؛ ترجمه ابراهیم افشار، تهران، نی.
- اکبری، شیما؛ سلطانی فر، محمد؛ جعفری، علی (۱۳۹۹). نقش دیجیتالی شدن مصرف رسانه ای در سبک زندگی شهروندان بالای ۱۸ سال شهر تهران، مطالعات جامعه شناختی شهری، شماره ۳۶، ۵۵-۸۰.

واکاوی نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی ... (منوچهر صابر و دیگران) ۲۴۱

بخشی، بهاره، نصیری، بهاره، بختیاری، آمنه، طاهریان، مریم (۱۳۹۲). نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی (مطالعه مورد شبکه اجتماعی کفه مام، شبکه ای برای مادران و کودکان)، پژوهش نامه زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۴(۲): ۳۷-۵۹، زمستان.

بوربور، اکرم؛ تاجیک اسماعیلی، سمیه (۱۴۰۰). رابطه میان میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت اجتماعی زنان شهر تهران، پژوهش‌های روانشناسی اجتماعی، دوره یازدهم، شماره ۴۱، ۱۵۹-۱۳۷.

راودراد، اعظم، گیشنیز جانی، گلنار (۱۳۹۶). گونه شناسی الگوهای بازنمایی بدن رسانه ای کاربران ایرانی شبکه اجتماعی اینستاگرام، فصلنامه مطالعات رسانه های نوین، ۳(۱۰): ۲۵۹-۳۰۴.

رنگریز، حسن (۱۳۹۷). تحلیل فلسفی نظریه های سازمان و مدیریت. شرکت چاپ و نشر بازرگانی وابسته به موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی.

سهراب‌زاده، مهرباب، واحدیان، مرتضی، پیری، حسن (۱۳۹۷). تحلیل پدیدار شناختی نمایش مصرف و سبک زندگی در شبکه های اجتماعی آنلاین (مطالعه موردی: کاربران)، اسلام و فرهنگ مطالعات اجتماعی، ۶(۳): ۱۶۷-۱۸۹.

صبوری، حبیب و رحیمی، حمید (۱۳۹۷). بررسی کارکردهای شبکه های اجتماعی در میان شهروندان تهرانی مورد مطالعه شبکه اجتماعی تلگرام، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق. فاضلی، نعمت الله (۱۳۹۰). دیجیتالی شدن به سبک ایرانی و ایرانی شدن به سبک دیجیتال، رسانه، ۷(۳): ۲۴-۴۸.

فرجی، طوبی (۱۳۹۷). نقش شبکه اجتماعی مجازی اینستاگرام بر گرایش جوانان به مدیریت بدن، اولین همایش بین المللی روانشناسی، علوم تربیتی و مطالعات اجتماعی، ۱۹-۱.

فرقانی، محمد مهدی، مهاجری، ربابه (۱۳۹۷). رابطه بین میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان، فصلنامه مطالعات رسانه های نوین، ۴(۱۳): ۲۵۹-۲۹۲.

گیببیز، جان، ریمر، بو (۱۳۸۱). سیاست پست مدرنیته، ترجمه: منصور انصاری، تهران: گام نو. مختاری، امیر (۱۳۹۹). اثر دومینو تحلیل رسانه های اجتماعی از دیدگاه پایه های کلاسیک قدرت، انتشارات اندیشه احسان، تهران.

یعقوبی، فاطمه؛ موسوی، سیدکمال الدین (۱۳۹۹). بررسی نقش شبکه های اجتماعی مجازی در گرایش دختران به مد و خودآرایی، دانشگاه کاشان، دانشکده علوم انسانی.

Alalwan, A.A (2020). Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer e-satisfaction and continued intention to reuse, International Journal of Information Management, 28-44.

- Amedie. J. (2015).The Impact of Social Media on Society, Santa Clara University Scholar Commons, Retrieved from: <http://scholarcommons.scu.edu>.
- Dutta, P. De, Ch., Chandan, A. (2017). Impact of social media on student life: A blessings or curse, International Journal of Multidisciplinary Research and Development Online,7, 479-486.
- Khoirina, M., Mahdia, S., Nova, R. (2018). Media Social – Instagram usage and performance benefit (Case Study on Housewives Online Seller in Indonesia), International Journal of Entrepreneurship and Business Development, Volume 2, Number 1.