

بسمه تعالی

نقش شبکه‌های اجتماعی در تغییر سبک زندگی

استاد راهنما:

نجیبه خاتون کرمی

دبیر:

محبوبه ملااحمدی

نویسندگان:

محبوبه ملااحمدی

زهرا جوزقکار

سیده رقیه موسوی

سمیه اسماعیلی

موسسه آموزش عالی - حوزوی ریحانه الرسول سلام الله علیها

استان مرکزی

شهرستان ساوه

چکیده

شبکه‌های اجتماعی به مجموعه‌ای از پلتفرم‌ها و اپلیکیشن‌های آنلاین گفته می‌شود که به کاربران امکان برقراری ارتباط، اشتراک‌گذاری محتوا و تعامل با یکدیگر را می‌دهند. این شبکه‌ها می‌توانند شامل انواع مختلفی باشند که هر کدام ویژگی‌ها و کاربردهای خاص خود را دارند که نمونه مشهور آنها: فیس بوک، اینستاگرام، توییتر و ... می‌باشند. شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزارهای ارتباطی دیجیتال، توانسته‌اند نحوه تعاملات انسانی را به‌طور چشمگیری تغییر دهند. آنها به عنوان پدیده‌ای جهانی، تأثیرات چشمگیری بر سبک زندگی افراد در جوامع مختلف گذاشته‌اند. این پلتفرم‌ها نه تنها نحوه ارتباطات اجتماعی و تعاملات فردی را دگرگون کرده‌اند، بلکه بر هویت فردی، انتخاب‌های مصرفی و الگوهای تفریحی نیز تأثیرگذار بوده‌اند. این مقاله با روش توصیفی و گردآوری اطلاعات از منابع کتابخانه‌ای و سایت‌های اینترنتی، به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در تغییرات سبک زندگی می‌پردازد و به تحلیل جنبه‌های مختلف این تأثیرات در ابعاد مختلف اجتماعی، دینی و فرهنگی می‌پردازد.

کلید واژه: رسانه، سبک زندگی، شبکه‌های اجتماعی

مقدمه

از آنجا که سبک زندگی، یک شیوه مشخص و قابل مشاهده از زیستن است، این شیوه زندگی در کالاهایی که می‌خریم، در خدماتی که استفاده می‌کنیم، در عادات‌های رفتاری ما و سایر مشخصه‌هایی که «قابل مشاهده هستند» ظهور پیدا می‌کند. در دنیای مدرن و عصر اطلاعات، رسانه‌ها به یکی از تأثیرگذارترین عوامل در شکل‌دهی به نگرش‌ها، رفتارها و سبک‌های زندگی افراد تبدیل شده‌اند. با گسترش سریع فناوری‌های ارتباطی و دسترسی گسترده به اطلاعات، رسانه‌ها نقش حیاتی در انتقال فرهنگ‌ها، ایده‌ها و ارزش‌ها ایفا می‌کنند. در این فرآیند، رسانه‌ها نه تنها به ابزارهایی برای اطلاع‌رسانی و سرگرمی تبدیل شده‌اند، بلکه به عوامل تعیین‌کننده در ساخت هویت فردی و جمعی نیز تبدیل شده‌اند.

رسانه‌های جمعی در شکل‌دهی به هویت فرهنگی، دینی و اجتماعی افراد نقشی بی‌بدیل دارند. آن‌ها با ارائه الگوهای رفتاری جدید، می‌توانند به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم بر ارزش‌ها و باورهای جوامع تأثیر بگذارند. از سوی دیگر، در دنیای جهانی‌شده و تحت تأثیر رسانه‌ها، بحران‌های هویتی و فرهنگی گاه در پی پذیرش سبک‌های زندگی بیگانه به‌وجود می‌آید. رسانه‌ها همچنین به عنوان ابزارهای جنگ‌های فرهنگی و روانی، در جهت ترویج ایده‌ها و ارزش‌های خاصی به کار گرفته می‌شوند. بنابراین، تأثیرات رسانه‌ها بر سبک زندگی و هویت فرهنگی، از مسائل پیچیده و چالش‌برانگیزی است که نیازمند تحلیل دقیق و نگاه نقادانه است. در این مقاله، به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در تغییر و شکل‌دهی سبک‌های زندگی، تأثیر آن‌ها بر هویت فرهنگی و دینی، و چالش‌های ناشی از جهانی‌شدن و بحران‌های هویتی خواهیم پرداخت. هدف اصلی این است که نشان دهیم چگونه رسانه‌ها می‌توانند به ایجاد

تغییرات عمیق در زندگی فردی و اجتماعی منجر شوند و چه نقشی در حفظ یا دگرگونی باورهای دینی دارند.

سئوالات پژوهش:

۱. شبکه های اجتماعی چه تاثیراتی بر سبک زندگی دارند؟
۲. نقش شبکه های اجتماعی در تغییرات فرهنگی و اجتماعی چیست؟
۳. نقش شبکه های اجتماعی در گسترش و انتقال ارزش های دینی چیست؟
۴. نقش شبکه های اجتماعی در جنگ های فرهنگی و روانی چیست؟

پیشینه تحقیق

مقاله «مروری بر تاثیرات شبکه های اجتماعی بر تغییر سبک زندگی مردم»، نوشته: نویسندگان: مجید کرامتی مقدم؛ محسن کرامتی مقدم؛ لیلا حیدریانی؛ که این مقاله، نیز همانند مقاله حاضر به نقش شبکه های اجتماعی در تغییر سبک زندگی اشاره کرده اند؛ اما هر یک ابعاد و زاویه متفاوتی در رابطه به این موضوع، مورد بررسی قرار داده اند.

و همچنین مقاله «بررسی تاثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی جوانان» نوشته زهرا حمیسی، که در این مقاله تنها به بررسی تغییرات سبک زندگی در سنین نوجوانی پرداخته شده است.

۱- نقش شبکه‌های اجتماعی در تغییرات فرهنگی و اجتماعی

الف) تأثیر در شکل‌دهی نگرش‌ها

شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزارهای قدرتمند ارتباطی، نقش برجسته‌ای در شکل‌دهی به نگرش‌ها و دیدگاه‌های فردی و اجتماعی دارند. با ارائه اطلاعات و الگوهای خاص، رسانه‌ها می‌توانند افکار عمومی را هدایت کرده و نگرش‌های جدیدی را در افراد ایجاد کنند یا نگرش‌های موجود را تغییر دهند، به‌ویژه در زمینه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی. اطلاع‌رسانی یعنی رساندن خبر و پیام‌های مورد نظر و همچنین گزارش رویدادهای جامعه و جهان به مخاطبان. در اطلاع‌رسانی، ممکن است اطلاعاتی که انتقال می‌یابد، درست و بنا بر واقعیت باشد یا برعکس اطلاعاتی وارونه، غیر واقعی، دست‌کاری شده و در جهت منحرف کردن اذهان مردم باشد، ولی در آگاهی بخشی، تحلیل، تبیین و دسته‌بندی مطالب و اطلاعات مورد نظر است.

در آگاهی بخشی، اطلاعات باید با واقعیت‌ها و شناخت و آگاهی مخاطبان منطبق باشد. از این رو، اطلاع‌رسانی، هم ممکن است در جهت پایین بردن سطح آگاهی مردم باشد و هم در جهت رشد و بالندگی فکری و آگاهی آنان. بدین ترتیب، منظور از آگاهی بخشی، آن نوع از اطلاع‌رسانی است که منجر به شناخت و معرفت و آگاهی مخاطبان از وقایع و حقایق می‌شود. راجرز معتقد است که رسانه‌ها نقش اساسی خود را در مرحله نخست (اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی) ایفا می‌کنند. بعد از این مرحله، تماس‌های میان فردی نظیر مشورت با متخصصان و استفاده از تجربه واقعی آنان در فرآیند تثبیت، نقش اساسی را بر عهده می‌گیرند. بیشترین نقش رسانه‌ها در مرحله نخست است و در فرآیند پذیرش، منابع فردی در مرحله تحول، مؤثرتر هستند. (نک: جان سرواس، ۱۳۸۴، ص ۸۴).

قابل پیش بینی مربوط می‌شود، محتمل است که این هیئت جدید با نظام‌های سنتی سخن، تصویر پراکنی هم زیستی کرده و گستره پیوسته رو به افزایشی از کانال‌ها را برای افرادی که همچنان به دریافت بخش مهمی از مواد مورد تماشای خود از طریق شبکه‌های سنتی ادامه می‌دهند، فراهم سازد. در دراز مدت، ترکیب نوظهور نظام‌های کابلی و ماهواره ای می‌تواند، تأثیر مخربی بر سازمان صنایع رسانه داشته باشد. (ب تامپسون، ۱۳۷۸، ص ۲۶۹).

چنان چه رسانه نتواند خود را با شرایط روز سازوار کند، از چند زاویه اشکال‌های اساسی برای آن پیش خواهد آورد. نخست اینکه جایگاه خود را به عنوان رسانه برتر از دست خواهد داد و هرگز نخواهد توانست آن را بازیابد. دیگر آنکه میان نسل ها، شکاف فرهنگی ایجاد خواهد کرد؛ یعنی در حوزه فرهنگ نسلی که با زبان رسانه انطباق و هم سازی دارد، از نسلی که به زبان دیگری سخن می‌گوید، جدا خواهد شد. سوم آنکه رسانه‌های جانبی هم چون مطبوعات و کتاب‌ها که بتوانند خود را به زبان روز نزدیک تر کنند، از او پیشی خواهند گرفت. چهارم آنکه در عرصه فن آوری دچار عقب افتادگی خواهد گردید.

نتیجه‌گیری

در دنیای مدرن، شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزارهای تأثیرگذار بر افکار عمومی، نحوه زندگی، نگرش‌ها و هویت فردی و جمعی جوامع تأثیرات عمیقی گذاشته‌اند. رسانه‌های جمعی با ابزارهایی مانند تلویزیون، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به شکل‌دهی سبک‌های جدید زندگی پرداخته و در فرآیند جهانی‌شدن نقش مهمی ایفا می‌کنند.

یکی از اثرات برجسته شبکه‌های اجتماعی، شکل‌دهی نگرش‌ها و تحولات فرهنگی و اجتماعی است. رسانه‌ها با معرفی الگوهای رفتاری جدید، تأثیر زیادی بر ارزش‌ها و رفتارهای اجتماعی می‌گذارند. این تغییرات به ویژه در زمینه سبک‌های زندگی و هویت فرهنگی مشهود است. بسیاری از افراد سبک‌های زندگی خود را از رسانه‌ها می‌گیرند که می‌تواند منجر به بحران هویت و چندگانگی فرهنگی شود.

رسانه‌ها ابزارهایی برای انتقال و ترویج ارزش‌های دینی و فرهنگی هستند. رسانه‌های غربی تلاش دارند مفاهیمی مانند دموکراسی و آزادی را ترویج کنند، ولی اغلب ارزش‌های دینی جوامع مختلف را تحریف می‌کنند. در این زمینه، رسانه‌های اسلامی باید از فرهنگ‌های خود دفاع کنند و از گسترش سبک‌های زندگی ناسازگار با اصول اخلاقی و دینی جلوگیری کنند. رسانه‌ها در جنگ‌های فرهنگی و روانی نقش مؤثری دارند. با استفاده از تکنیک‌های روان‌شناسی می‌توانند افکار عمومی را به سمت خاصی هدایت کنند و در شکل‌دهی روندهای فرهنگی تأثیرگذار باشند. زبان رسانه‌ای باید به گونه‌ای باشد که در عین حفظ اصالت‌های فرهنگی، به ترویج آگاهی و همبستگی بپردازد.

فهرست منابع

قران کریم

نهج البلاغه

- (۱) ابن اثیر، علی بن محمد، الکامل فی التاریخ، ج ۳، بیروت: دارالصادر، ۱۳۸۵ش
- (۲) استوارت، هوور، دین در عصر رسانه، ترجمه علی عامری مهابادی، فتاح محمدی، اسماعیل اسفندیاری، قم، دفتر عقل، ۱۳۸۸.
- (۳) ایلخانی پور، علی، عبدالهی، امید، درآمدی بر جنگ رسانه ای: ابزارها و راهکارهای مقابله با آن، قم: دفتر عقل، ۱۳۸۶.
- (۴) ب تامپسون، جان، ایدئولوژی و فرهنگ مدرن، ترجمه: مسعود اوحدی، بی جا، آگاه، ۱۳۷۸.
- (۵) باکاک، رابرت، مصرف، ترجمه: خسرو صبری، تهران: انتشارات آگاه، ۱۳۹۸
- (۶) دعوتی، ابوالفتح، نفوذ صهیونیسم در مطبوعات، بیجا، ایام، ۱۳۷۶.
- (۷) رضایی، مریم، فروست: غرب از رؤیا تا واقعیت، سلطه رسانه: تبلیغات رسانه‌ها در خدمت سیاست آمریکا، قم: صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهشهای اسلامی، ۱۳۸۹.
- (۸) ساجدی، اکبر، رسانه، آینه اسوه ها، قم: چاپخانه زیتون، نوبت چاپ: اول، اردیبهشت ۱۳۸۱.
- (۹) شرف الدین، حسین، اهداف اطلاع رسانی از دیدگاه قرآن کریم (با تأکید بر رسانه ملی)، نشریه: بازتاب اندیشه، ۱۳۹۲
- (۱۰) شهیدی، جعفر، خلاصه زندگانی علی بن الحسین، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۶۷،

۱۱) فاضل قانع، حمید، سبک زندگی بر اساس آموزه‌های اسلامی (با رویکرد رسانه ای)،

قم: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی، ۱۳۹۲.

۱۲) گیدنز آنتونی، جامعه شناسی، منوچهر صبوری، تهران: نی، ۱۴۰۰

۱۳) لوط بن یحیی بن سعید ابو مخنف، مقتل ابی مخنف (نخستین گزارش مستند از

تحقیق عاشورا)، ترجمه: جواد سلیمانی، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

(ره)، ۱۳۸۰.

۱۴) مانوئل کستلز، عصر اطلاعات، ج ۲، تهران: انتشارات آگاه، ۱۳۹۰.

۱۵) محمدی، محسن، علل نمازگریزی و نقش رسانه در گسترش نماز، قم: مرکز

پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۳.

۱۶) نجمی، محمدصادق، سخنان امام حسین از مدینه تا کربلا، قم: بوستان کتاب، ۱۳۸۱

۱۷) نوری مطلق، علی، نقش رسانه در تبیین دفاع و هجوم فرهنگی، کننده مرکز

پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، قم: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز

پژوهش‌های اسلامی، ۱۳۸۳.

۱۸) واعظی، حسن، استعمار فرانو (جهانی سازی و انقلاب اسلامی)، قم: مؤسسه آموزشی

و پژوهشی امام خمینی، ۱۳۸۸

فهرست مقالات

۱۹) امیری، مهدی، ابعاد و پی آمدهای جهانی شدن فرهنگ، کیهان فرهنگی اسفند

۱۳۷۹، شماره ۱۷۳

۲۰) جان سرواس، «دگرگونی در نظریه‌های ارتباطات و توسعه و پی آمدهای آن در

سیاست گذاری و برنامه ریزی ارتباطی»، مترجم: حسینی پاکدهی، علی رضا ؛ فصل

نامه رسانه، ۱۳۸۴، ش ۴،

۲۱) شکرخواه، یونس، «جنگ روانی رسانه ای»، فصلنامه عملیات روانی، ش ۱، تابستان

۱۳۸۲، شماره ۱

۲۲) فکوهی، ناصر، افشای فرآیندهای فسادانگیز و...، اطلاعات (حکمت و معرفت ۲).

اطلاعات حکمت و معرفت تیر ۱۳۸۶ شماره ۴ (پیاپی ۱۶)

۲۳) کدخدائی، عباس علی ؛ ساعد، نادر ؛ «جنگ نرم و نظام حقوق بین المللی»، در: جنگ

نرم در عرصه دفاع ملی (ابعاد نظری و کاربردی)، راهبرد فرهنگ زمستان ۱۳۹۰ ،

شماره ۱۶

۲۴) لایت، جولی، «یهود و آمریکا»، ماهنامه سیاحت غرب، ۱۳۸۵، ش ۳۸.