

چکیده

با توجه به گستردگی و پیچیدگی جامعه انسانی و همچنین با ورود فناوری اطلاعات به زندگی بشر سبک و سیاق زندگی تغییر چشمگیری داشته است و توانسته است ابعاد مختلفی از زندگی انسان را تحت تاثیر قرار دهد. این پژوهش به بررسی تاثیر یکی از زمینه های فناوری اطلاعات تحت عنوان پرتال سبک زندگی و تاثیر آن بر تغییر سبک زندگی اختصاص دارد. هدف اصلی این تحقیق مشخص کردن تاثیرگذاری طراحی مدل پرتال سبک زندگی بر تغییر سبک زندگی می باشد. بدین منظور ابتدا از مرور ادبیات به استخراج ابعاد تاثیرگذار بر سبک زندگی پرداخته سپس توسط خبرگان جامعه شناسی این ابعاد مورد تایید قرار گرفته است. با مطالعه کتابخانه ای، مصاحبه عمیق و روش دلفی توسط خبرگان فناوری اطلاعات عوامل تاثیرگذار بر طراحی پرتال سبک زندگی استخراج شده است. روش پژوهش پیمایشی می باشد. جامعه آماری تحقیق: دانشجویان دکتری مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه علامه طباطبایی، دانشگاه تهران، تربیت مدرس و دانشجویان ارشد مهندسی فناوری اطلاعات دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی و خبرگان فناوری اطلاعات در برخی از شرکت های انفورماتیک واقع در شهر تهران می باشند. از بین جامعه آماری ۱۰۰ نفر با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی نمونه گیری شده و اطلاعات مورد نیاز به کمک ابزار پرسشنامه جمع آوری شد. یافته های پژوهش تاثیر طراحی پرتال را بر تغییر سبک زندگی و عوامل موثر بر طراحی پرتال را با اطمینان ۹۹ درصد مورد تایید قرار داد.

کلید واژه:

سبک زندگی، فناوری اطلاعات، فناوری ارتباطات، پرتال

بررسی تاثیر طراحی پرتال سبک زندگی بر تغییر سبک زندگی

محمدرضا تقوا (نویسنده مسئول)

دانشیار دانشگاه علامه طباطبایی

taghva@gmail.com

کامران فیضی

استاد دانشگاه علامه طباطبایی

kamfeizi@yahoo.com

علی خاتمی

دانشیار دانشگاه طباطبایی

A.khatami@atu.ac.ir

سمیرا قندچی

دانشجوی دکتری دانشگاه علامه

طباطبایی

samiraghandchi@gmail.com

مقدمه

امروزه با گسترش فناوری اطلاعات و رشد چشمگیر بهره گیری از سیستم های نوین، حرکتی تکاملی به سوی آینده ای روشن، آغاز گردیده است. در این میان یکی از رموز موفقیت و ماندگاری در این عرصه، درک صحیحی از دارایی های اطلاعاتی می باشد. به طوریکه سبک زندگی را می توان یکی از مقولاتی دانست که امروزه ارتباط تنگاتنگی با دو مفهوم فناوری و اطلاعات دارد.

اصطلاح «سبک زندگی» از جمله واژگانی است که برای نخستین بار در فرهنگ مدرنیته مطرح شد. اگرچه سبک زندگی در آموزه های دینی و قرآنی بطور مکرر و با الفاظ و عبارات گوناگون مطرح شده است لیکن بشریت بخصوص در جامعه غربی در دوپست سال پیش موضوعی به نام سبک زندگی در محاورات روزمره خود نداشت و اساساً چنین پرسشی در آن زمان معنا نمی داد. ولی امروز این واژه نه تنها معنادار شده است بلکه بطور جدی نیز مورد توجه اندیشمندان حوزه جامعه شناسی و سایر علوم انسانی

قرار گرفته است. ضرورت پرداختن به این مقوله زمانی نمایان می شود که بدانیم سبک زندگی، یک ابزار نرم و فرهنگی برای مدیریت اجتماعی محسوب می شود و در صورتی که دانش آن به درستی تدوین گردد، بسیاری از ابزارهای سخت مدیریت اجتماعی دیگر لازم



نخواهد بود و حتی جای بسیاری از منازعات سخت را در تاریخ پر خواهد کرد. سبک زندگی راه شناخت هویت خودی از بیگانه می‌باشد. سبک زندگی هر فرد موقعیت او را در جامعه برای دیگران مشخص می‌کند. سبک زندگی صرفاً جنبه‌ی نمادی ندارد و خود نیز اصالت دارد (ابراهیم آبادی، ۱۳۹۲).

پس از گذشت سالیان دراز خیلی راحت‌تر می‌توان عوامل تاثیر گذار بر سبک زندگی انسان را شناسایی کرد. عوامل مختلفی زندگی بشر را تحت الشعاع قرار داده است که از مهمترین آنها می‌توان به تکنولوژی و فناوری اطلاعات، رسانه، طبقه اجتماعی، دین و مذهب و ارزش‌ها اشاره نمود.

یکی از اشکال فناوری اطلاعات، پرتال‌ها هستند که امروزه با تنوع بسیار در حال خدمات رسانی به افراد مختلف در جنبه‌های متفاوت زندگی مانند، آموزش، درمان و پزشکی، تفریحی - سرگرمی، کسب و کار و غیره می‌باشند. آنچه که حائز اهمیت می‌باشد این است که در طراحی پرتال، ابعاد آن چگونه باید در نظر گرفته شود که بتوان تاثیرگذاری بهتری را به ارمغان آورد. در این تحقیق سعی شده است که ابعاد تاثیر گذار بر طراحی پرتال سبک زندگی با مطالعات کتابخانه‌ای و کمک خبرگان فناوری اطلاعات استخراج شود و در نهایت میزان اهمیت هر کدام از آنها نیز بدست می‌آید.

مبانی نظری

رشد روزافزون صنایع ارتباطی، مخابراتی و انفورماتیکی، هر روز دنیا را با انقلابی جدید مواجه می‌کند. انقلاب فن آوری اطلاعات و ارتباطات در کلیه بخش‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و امنیتی کشورها تاثیراتی قابل توجه بر جای گذاشته است. با توسعه این فن آوری و تاثیر آن بر زندگی هر فرد شاهد تحول عظیمی در سبک زندگی افراد می‌باشیم. فناوری اطلاعات ابعاد مختلفی از سبک زندگی را متأثر می‌نماید.

اصطلاح «سبک زندگی» از جمله واژگانی است که برای نخستین بار در فرهنگ مدرنیته مطرح شد. اگرچه سبک زندگی در آموزه های دینی و قرآنی بطور مکرر و با الفاظ و عبارات گوناگون مطرح شده است لیکن بشریت بخصوص در جامعه غربی در دو بیست سال پیش موضوعی به نام سبک زندگی در محاورات روزمره خود نداشت و اساساً چنین پرسشی در آن زمان معنا نمی‌داد. ولی امروز این واژه نه تنها معنادار شده است بلکه بطور جدی نیز مورد توجه اندیشمندان حوزه جامعه شناسی و سایر علوم انسانی قرار گرفته است (آزادارمکی، ۱۳۸۶).

به اعتقاد اندیشمندان عرصه اجتماعی و روان‌شناسی، عوامل متعددی بر شکل‌گیری و چگونگی سبک زندگی اعضای جامعه تاثیر می‌گذارند. هر یک از عوامل، در وضعیت و موقعیت های گوناگون می‌تواند منجر به بروز و ظهور سبک های زندگی گوناگون در میان اقشار و گروه های متفاوت جامعه گردد. صاحب نظران، طبقه و عوامل اقتصادی، ارزش ها و تحول ارزشی، سرمایه اجتماعی مانند رسانه ها و سرمایه فرهنگی مانند دین و مذهب را به عنوان مهم ترین عوامل موثر بر سبک زندگی بر شمرده اند. با توجه به اهمیت هر یک از مقولات فوق، در ادامه به اختصار به آنها اشاره می‌شود (رفعت‌جاه، ۱۳۸۷).

متغیرهای پژوهش

این پژوهش از دو متغیر اصلی تشکیل شده است، یکی متغیر تغییر سبک زندگی و دیگری متغیر طراحی پرتال سبک زندگی می‌باشد که به عنوان متغیرهای مکنون پژوهش می‌باشند. متغیر سبک زندگی با شاخص‌های طبقه اجتماعی، تکنولوژی، رسانه، ارزش و دین و مذهب به عنوان متغیر وابسته و متغیر طراحی پرتال سبک زندگی با ابعاد گسترده ارائه خدمات و گستره مخاطبین به عنوان متغیر مستقل شناخته شده‌اند. عوامل تاثیرگذار بر متغیر اول شامل شاخص‌هایی می‌باشد که از ادبیات به صورت مستقیم استخراج شده است و روابط بین آنها توسط خبرگان جامعه‌شناسی مورد تایید قرار گرفته است و شامل طبقه اجتماعی، تکنولوژی، رسانه، ارزش و دین و مذهب



می‌باشد. در استخراج عوامل تاثیرگذار بر طراحی پرتال از روش مطالعه کتابخانه ای و نظر خبرگان فناوری اطلاعات توسط مصاحبه عمیق و روش دلفی استفاده شده است.

در ادامه توضیحات هر کدام از این اجزا به تفصیل بیان شده است.

عوامل تاثیرگذار بر سبک زندگی

اولین مورد، "طبقه و عوامل اقتصادی" است که از دیرباز به عنوان اصلی ترین مرز تفکیک اقشار و سطوح مختلف نظام اجتماعی قلمداد شده و به تبع آن، اشکال متعدد سبک زندگی به وجود می‌یابند. چنانچه "سوبل" معتقد است سه نوع تعیین اقتصادی، انتخاب های افراد را تحت تاثیر قرار می‌دهد: نیازهای عینی و منابع فرد، کلیت فرهنگ مادی جامعه و قواعد اقتصادی سیاسی که توزیع عناصر فرهنگی را نیز تحت کنترل دارند. غالباً از موضع شاخص سازی طبقه بر مبنای درآمد به بررسی تعیین اقتصادی سبک زندگی می‌پردازند: چنانکه "زابلکی و کانتر" معتقدند طبقه اجتماعی بهترین پیش بینی کننده سبک زندگی است (فاضلی، ۱۳۸۲).

ارزش ها و تحول ارزشی دومین عاملی است که مورد توجه پژوهشگران حوزه سبک زندگی قرار گرفته است. بسیاری از محققان، ارزش ها را اصلی ترین منبع شکل گیری سبک زندگی دانسته و تاکید دارند که شناخت ساختار ارزش های فردی، اصلی ترین وظیفه برای درک سبک زندگی افراد است. موافقان این نظر معتقدند که ارزش های فعلی فرد تعیین کننده سبک زندگی اوست. از طرف دیگر، بروز برخی سبک های زندگی نیز حاصل تحول ارزشی در جامعه و تلاش افراد برای وفق دادن خود با نظام ارزشی جدید دانسته می‌شود. در عین حال، "زابلکی و کانتر" براین باورند که به غیر از سبک زندگی کلاسیک که وجه طبقاتی غالب دارد، بقیه انواع سبک زندگی نتیجه بر هم خوردن انسجام ارزشی هستند (مهدوی کنی، ۱۳۸۶).

اهمیت و جایگاه رسانه ها در جهان امروز بر هیچ کس پوشیده نیست. نفوذ رسانه ها در زندگی بشر تا حدی بوده است که آن را کاملاً به خود وابسته کرده اند. بسیاری از مردم به وسیله رسانه ها به زندگی خویش معنی می‌بخشند. برخی صاحب نظران بر این اعتقادند که رسانه ها با تحولاتی که در شئون مختلف اجتماع به وجود آوردند، می‌توانند در ساخت فرهنگ، باورها و افکار عمومی موثر باشند. در چند سال اخیر نقش رسانه ها در آموزش، تربیت و کنترل عوام به حدی مهم بوده که برخی رسانه ها را هدایت گران اصلی جوامع ذکر کرده و افراد را در برابر خواسته های نظر سازان رسانه ای تسلیم محض دانسته اند. رسانه ها در شرایط کنونی یکی از مهم ترین دستاوردهای پیشرفت بشری و یکی از ارزش ترین ابزارهای آگاهی رسانی همگانی هستند که پیوسته و با سرعت سرسام آوری، طبق نیاز متقاضیان در حال گسترش هستند. هرگاه سخن از رسانه و تاثیر آن بر سبک زندگی به میان می‌آید، درواقع تمامی انواع آن اعم از اینترنت، تلویزیون، ماهواره و ... را شامل می‌شود (سیف پود و شهیدامنش، ۱۳۹۲).

هم زمان با رشد چشم گیر تکنولوژی، معنای زندگی مردمی که در حال دست و پنجه نرم کردن با آن هستند نیز تغییر پیدا می‌کند. تکنولوژی به مثابه یک ابزار می‌تواند از یک سو در خدمت افراد قرار گیرد و از سوی دیگر خود را بر آنها تحمیل می‌کند. صنعتی شدن، توسعه و پیشرفت از جمله مفاهیمی هستند که رشد تکنولوژی را توجیه می‌کنند. تکنولوژی هر روز بیشتر در زندگی افراد رسوخ می‌کند و زندگی آنها را تحت تاثیر قرار می‌دهد. به بیان دیگر یکی از مهمترین اثرات توسعه تکنولوژی تغییر سبک زندگی بشر بوده است که در حقیقت سلايق و زیبایی شناختی ما را بطور کامل عوض کرده است. لذا وقتی سبک زندگی را عوض می‌کند یعنی محیط را هم عوض کرده و برای توده مردم، یک نظام اخلاقی جدید که مبتنی بر عضویت در یک نظام تکنولوژیک باشد را ایجاد می‌نماید. جایگاه تکنولوژی و نحوه بهره برداری از صنعت پویا و روبه رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات در سطح جهان به جهت اهمیت اثرات آن به جامعه، اقتصاد و اشتغال و ... توجه همگان را به خود جلب کرده که کشور ما نیز از این قاعده مستثنی نیست. شناسایی دقیق عرصه تکنولوژی موجب می‌شود تا علاوه بر اخذ اطلاعات ارزشمند در این راستا بتوان از اطلاعات و فناوری در امر سیاست گذاری برای تکنولوژی ها نیز بهره



برد. روزانه تکنولوژی ابعاد مختلفی از زندگی بشر را دستخوش تغییرات قرار داده است که از جمله می توان به حوزه های اجتماعی، سلامت، انرژی، محیط های کاری، هنر و غیره را اشاره نمود که هر کدام از این موارد خود دارای زیرمجموعه هایی در حوزه خود هستند. از جمله موارد دیگری که منجر به تغییر سبک زندگی شده است دین و مذهب به عنوان باورها و اعتقادات افراد می باشد. باور یعنی آنچه ذهن می پذیرد و نسبت به آن فعالیت انجام می دهد. براساس یافته های پژوهش های مختلف، پابندی افراد جامعه به دین نقش مهمی در تحقق جامعه سالم و سلامت جسم و روان افراد جامعه دارد. واقعیت این است که در چند دهه اخیر، نقش دین و معنویت در زندگی مورد توجه روان شناسان و محققان قرار گرفته است (تنهایی و خرمی، ۱۳۸۸). پیچیدگی جامعه مدرن امروزی، مشکلات روزافزون و تغییر شیوه های زندگی باعث شده است نیاز به معنویت بیشتر شود. شکی نیست که آموزه های دینی در همه ابعاد و لایه های سبک زندگی دخالت می کنند و دین می تواند در این امور اثرگذار باشد ادیان می توانند بخشی از سبک زندگی انسان ها را از همدیگر متمایز کنند. بر این اساس یک مسلمان سبک زندگی متفاوتی از یک غیر مسلمان دارد و این به معنای آن نیست که در تمام اجزای زندگی هیچ اشتراکی بین آن ها وجود ندارد. به طور کلی تاثیر دین و باورهای دینی در سلامت فرد و جامعه بسیار پراهمیت است و نقش مهمی در تغییر سبک زندگی انسان ها ایفا می کنند (الفت و سالمی، ۱۳۹۲).

پرتال

در اکثر مواقع مفهوم پرتال با وب سایت اشتباه گرفته می شود اما باید توجه نمود که پرتال مفهومی بسیار فراتر و گسترده تر از وب سایت دارد. این سوء تعبیر بیشتر به این خاطر بوجود می آید که یک پرتال از طریق وب نیز قابلیت تعامل با کاربران و پرسنل مختلف را دارد. ولی در واقع یک پرتال، درگاه، دروازه یا مکانی است که اطلاعات، اسناد و امور مهم اعم از اطلاعات و اسناد درون سازمان و سازمانهای مرتبط را بصورت یکپارچه، سازماندهی و مدیریت می نماید و امکان ثبت و تغییر و مدیریت اطلاعات، اسناد، پرسنل و کاربران را بصورتی جامع و به روشهای مختلف تحت وب و تحت شبکه های گوناگون دیگری مانند شبکه های اینترنت و ... فراهم می نماید. به طور کلی پرتالها مجموعه ساختار یافته ای از داده ها هستند که مهم ترین هدف آن ها ارائه اطلاعات است. (Christobal and et al, ۲۰۰۷)

یکی از قابلیت های ویژه و اساسی پرتال ها، امکان ارتقاء و گسترش بر اساس نیازهای سازمان است یعنی یک پرتال این قابلیت را دارد که شبیه یک مادر بورد پیشرفته کامپیوتر عمل نماید و کلیه بخش ها و امکانات آن با توجه به نیازهای مختلف یک سازمان و یا افراد متفاوت در طول زمان قابل گسترش و ویژه سازی باشد. بطوریکه قابلیت ها و امکانات جدید بصورت برنامه های جانبی و ماژول برای سیستم ساخته شده و قابل راه اندازی بر روی آن باشند.

استفاده افراد از پرتال دلایل متفاوتی دارد. انگیزه آنها عامل تعیین کننده مهمی در میزان بکارگیری آن است. اگرچه ثابت شده است که استفاده از پرتالها یک فعالیت مهم برای بسیاری از مردم است اما هنوز در خصوص تاثیرات عوامل تعیین کننده بر میزان استفاده از پرتالها اطلاعات زیادی موجود نیست. (Yang and et al, ۲۰۰۵).

استفاده کنندگان از پرتالها در انتخاب خود از آنچه می خواهند آزاد هستند. بنابراین آن دسته از انگیزه های درونی و بیرونی برای آنها کاربرد ندارد. برای مثال؛ انگیزه های بیرونی مثل عملکرد بهتر شغلی، پیشرفت شغلی، دریافت پاداش، اضافه حقوق و یا سایر موارد مادی برای کاربران پرتال شبکه صدق نمی کند چون در این تحقیقات؛ استفاده کنندگان از پرتال ها یعنی افرادی که برای تامین نیازهای شخصی از پرتالها استفاده های شخصی می کنند.

ارزیابی وب گاه ها و پرتال ها



تعداد کاربران تخمین زده شده‌ی وب در حدود ۱/۵ بیلیون نفر است و تعداد وب گاه‌ها با نرخ نمایی در حال رشد است. در تحقیقی که در آوریل سال ۲۰۰۹ انجام شد در حدود ۲۳۱ میلیون وب‌گاه در دسترس است. وب‌گاه‌ها منابع اطلاعاتی پرباری هستند که نرخ به روز رسانی آن‌ها بالا است. انتشار اطلاعات در اینترنت آسان، ارزان و سریع است. ولی به علت طبیعت وب، اطلاعات مبهم و پرسش برانگیز به میزان زیاد مورد استفاده قرار می‌گیرد و این مساله در عین حالی است که صحت اطلاعات، مورد ارزیابی قرار نمی‌گیرند و اطلاعات خوب ممکن است در نظر گرفته نشوند. بنابراین ارزیابی وب‌گاه از اهمیت بالایی برخوردار است.

ارزیابی وب‌گاه، پردازش، تحلیل و ارزیابی کمی و کیفی داده است که بر اساس آن مشخص خواهد شد به چه اندازه پرتال و یا وب‌گاه اهدافش را برآورده می‌نماید به این صورت می‌تواند کیفیت پرتال و وب‌گاه خود را افزایش دهد. ارزیابی پرتال‌ها و وب‌گاه‌ها یا مطالعه کاربرپذیری آن از سال‌های قبل مورد توجه بوده است و مطالعات قابل توجهی پیرامون آن که چه چیزهایی می‌بایست مورد ارزیابی قرارگیرد و چگونه این ارزیابی‌ها صورت گیرد، انجام گرفته است (کاشفی و همکاران، ۱۳۸۹).

در یک دسته‌بندی کلی می‌توان معیارهای ارزیابی پرتال‌ها را به صورت ذیل در نظر گرفت (Sampson and Manouselis, ۲۰۰۵):
صحت و درستی: شامل گستردگی و دقیق و درست بودن اطلاعات است.

صلاحیت: میزان اعتبار مولف در رشته تخصصی خود

پوشش موضوعی: گستردگی و میزان پوشش موضوعاتی که مشاهده، تحلیل و گزارش شده‌اند.

تراکم- فشردگی: میزان اطلاعات مربوط و جامع که در هر صفحه از سایت و یا پرتال به نمایش گذاشته می‌شود.

تازگی: میزان به روز بودن مطالب در پرتال و یا وب‌سایت.

تعامل و ارتباط دو طرفه: ارتباط بین کاربر و مولف.

هدف: منطبق بودن محتوا با هدف ایجاد پرتال

بعد گستره مخاطبین

با توجه به روند رو به رشد توسعه‌ی زیرساخت شبکه و اینترنت طی سال‌های اخیر، تمایل افراد به استفاده از سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی روند رشدی روز افزون داشته است. بدیهی است که ادامه‌ی این روند، منجر به افزایش ضریب نفوذ این شبکه‌ها و نتیجتاً تاثیرگذاری و ایفای نقش پررنگ‌تر آن‌ها در تصمیم‌گیری‌های فردی و اجتماعی و ایجاد تغییر در سبک زندگی افراد خواهد شد.

با حرکت به سمت استفاده از امکانات و تکنولوژی‌های جدید و گسترش مدرنیته، افراد تمایل بیشتری به استفاده از بسترها و شیوه‌های نوین کسب دانش و تجربه، انتقال اطلاعات، برقراری ارتباطات، انجام وظایف روزمره و به‌نوعی استفاده از تکنولوژی در کلیه ابعاد زندگی خود داشته‌اند و بدیهیست که این روند همانطور که می‌تواند تهدیدی جدی در جوامع سنتی تلقی شود، در صورت وجود برنامه‌ریزی هدف‌مند و مدیریت صحیح و کلان‌نگر، می‌تواند فرصتی استثنایی جهت ارتقای سطح دانش و درک عموم جامعه و اصلاح و بهبود شاخصه‌های زندگی به‌شمار برود (کاشفی و همکاران، ۱۳۸۹).

در بررسی یک پرتال بدیهیست که نیاز به تعریف شاخصه‌هایی داریم که به‌واسطه‌ی آن‌ها بتوانیم آن پرتال را مورد ارزیابی قرار دهیم ولی اگر از منظر کلی و فارغ از شاخصه‌های موجود در بررسی پرتال، بخواهیم آن را از دید عموم مورد ارزیابی قرار دهیم، به نظر می‌رسد اولین شاخصه، گستره‌ی مخاطبین و ذینفعان می‌باشد که معرف میزان استفاده از آن توسط افراد و ضریب نفوذ آن بین اقشار مختلف جامعه خواهد بود. هرچه یک پرتال ضریب نفوذ بالاتری بین افراد و عموم مردم داشته باشد، با احتمال قریب به یقین می‌توان گفت که پرتال در برآورده ساختن شاخصه‌های درونی خود موفق‌تر عمل نموده است و نتیجه‌ی آن منجر به افزایش ضریب نفوذ و گسترش مخاطبین و ذینفعان در طبقه‌های مختلف جامعه شده است. بدیهیست که این شاخص در دوره‌های زمانی مختلف می‌تواند مورد



ارزیابی قرار گیرد تا بتواند مبنای تصمیم‌گیری باشد. لازم به ذکر است که استفاده از روش‌هایی جهت حفظ وفاداری مخاطبین نیز می‌تواند در بهبود این شاخص تاثیر گذار باشد (عصاره و پاپی، ۱۳۸۸).

مدیریت و ارزش‌گذاری به مخاطب از جمله فعالیت‌های بسیار مهم یک وی گاه است که در میزان مراجعات بعدی و جلب رضایت‌مندی کاربران موثر است. شاخص‌های کلی جهت ارزیابی کیفیت مدیریت مخاطبین وب‌گاه‌ها و پرتال‌ها می‌توانند در ۳ دسته کلی مورد ارزیابی قرار گیرند. (۱) تعداد مخاطبین، بدین معنی که از لحاظ تحت پوشش قرار دادن طیف گسترده از سنین مختلف، هر دو جنسیت و سطح تحصیلات متفاوت، (۲) تاثیرگذاری و میزان موفقیت یک وب‌گاه یا پرتال، (۳) ایجاد انگیزه در کاربر برای مراجعه‌ها و استفاده‌های بعدی را شامل می‌شود (حسن‌زاده و نویدی، ۱۳۸۹).

بعد گستره ارائه خدمات

یک خدمت، فعالیت یا مجموعه‌ای از فعالیت‌های کم و بیش ناملموس است که معمولاً و نه لزوماً در تعاملات بین مشتری و کارکنان خدمات و یا منابع فیزیکی و یا کالاها و یا سیستم‌های عرضه‌کننده خدمات صورت می‌گیرد و به عنوان راه حلی برای مشکلات مشتری ارائه می‌شود.

کیفیت خدمات تنها تابع خروجی فرایند نیست. مشتریان کیفیت خدمات را تنها بر اساس خروجی فرایند تولید خدمت مورد بررسی قرار نمی‌دهند. تمامی جزئیات فرایند ارائه خدمت به مشتری موثر است.

در بررسی یک پرتال از منظر عمومی، دومین شاخصه‌ای که می‌تواند حائز اهمیت باشد و به‌نوعی اثبات طراحی درست جنبه‌های داخلی پرتال باشد، بعد گستره‌ی ارائه‌ی خدمات است.

گستره و عمق خدمات ارائه شده در یک پرتال می‌تواند منجر به افزایش گستره‌ی مخاطبین و ایجاد تاثیری به‌سزا در نهادینه‌سازی و گسترش الگوهای مثبت در سبک زندگی گردد و بر همین اساس، از طریق ایجاد منافع متقابل برای مخاطبین، منجر به ایجاد فضای مناسبی جهت توسعه‌ی کسب‌وکار و بهبود ارائه‌ی خدمات و ارتقای شاخصه‌های کیفی در پرتال شود (کاشفی و همکاران، ۱۳۸۹).

هرچقدر گستره‌ی ارائه‌ی خدمات در پرتال وسیع‌تر گردد، امکان ارائه‌ی خدمات متنوع در قالب بسته یا سبد خدمات بیشتر شده و ارائه و مصرف این خدمات برای هر دو طرف مخاطبین و توسعه دهندگان خدمات در پرتال، صرفه اقتصادی بیشتری خواهد داشت. بدیهیست که استفاده‌ی بیشتر مخاطبین از خدمات ارائه شده در پرتال در طیف‌های گسترده و ارائه‌ی این خدمات در سطح کیفی مطلوب نیز می‌تواند تاثیر به‌سزایی در حفظ وفاداری مخاطبین و افزایش گستره‌ی آنان داشته باشد.

بررسی پرتال‌های موجود و ارزیابی گستره‌ی خدمات ارائه شده در آن‌ها و مقایسه آن با ضریب نفوذ این پرتال‌ها در بین اقشار مردم، این فرضیه را به‌طور نسبی اثبات می‌نماید (حسن‌زاده و نویدی، ۱۳۸۹).

شاخص‌های مهم در ارزیابی این بعد به شرح ذیل می‌باشد:

- سطح ارائه سرویس و خدمات
- ایجاد ارزش افزوده برای کاربران پرتال و صاحبان آن
- تنوع سرویس‌های ارائه شده



پیشینه تحقیق

بدلیل جدید بودن موضوع سبک زندگی خصوصا در ایران، مطالب قابل قبول بوسیله محقق یافت نشد. بنابراین برای مرور پیشینه تحقیق این پژوهش به دو قسمت تقسیم شده است. ۱- فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی پیرامون سبک زندگی و ۲- سبک زندگی و تعاریف مرتبط با آن.

حسینی (۱۳۸۹) در پژوهش خود به نام بررسی رابطه میان استفاده از رسانه‌های نوین ماهواره و اینترنت و نگرش به هویت جنسیتی‌بیان می‌دارد که بین میزان استفاده از رسانه‌های نوین و نگرش به هویت‌های جنسیتی و همچنین بین انگیزه استفاده از رسانه‌های نوین و نگرش به هویت جنسیتی رابطه معناداری وجود دارد. رحمانی (۱۳۸۷) در مقاله خود به نام نقش رسانه‌ها در شکل‌گیری فرهنگ عمومی به این مسئله پرداخته است که رسانه‌ها با تحولاتی که در جنبه‌های مختلف از بعد فناوری تجهیزاتی و حجم و روش داشته‌اند به عنوان حاملان پیام می‌توانند در ساخت فرهنگ عمومی باورها و افکار عمومی موثر باشند. رضانی (۱۳۸۸) نیز اشاره ای به تاثیرپذیر بودن فرهنگ توسط ماهواره و تلویزیون دارد. همچنین رضوی‌زاده (۱۳۸۳) در مقاله خود به نام تاثیر ارتباطات در تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی به این مهم اشاره دارد که ارتباطات منجر به تغییر شیوه و رویه زندگی روستاییان شده است. رستمی (۱۳۸۹) در مقاله بررسی مصرف رسانه‌ای و سبک زندگی بیان می‌دارد بیشتر کسانی که به تماشای برنامه شبکه‌های تلویزیونی می‌پردازند، سبک زندگی‌شان عوامانه است و بیشتر کسانی که به عنوان پر بیننده در تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای تعریف شده‌اند سبک زندگی‌شان میان مایه است. نوابخش (۱۳۹۳) نیز در تحقیق خود به این مورد اشاره دارد که با گذشت زمان میزان استفاده کاربران از اینترنت، ماهواره و تلویزیون هر روزه بیشتر از قبل می‌شود این در حالی است که میزان تاثیرپذیری افراد از این نوع رسانه‌ها بیشتر شده است. در مقاله دیگر آنچه که فتحی و مختارپور (۱۳۹۳) در زمینه سبک زندگی بیان می‌دارند این است که بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره و سبک زندگی و مولفه‌های آن مانند نگرش به ازدواج، مدگرایی و رفتار دینی رابطه‌ای وجود دارد. با توجه به اینکه ماهواره در این چند دهه اخیر وارد کشور ما شده است، بنابراین در آینده می‌تواند تاثیرات خود را بر روی سبک زندگی و مولفه‌های آن بیشتر نشان دهد که این امر باعث کم رنگ شدن و از بین رفتن سبک زندگی ایرانی - اسلامی که پیوند عمیقی با اعتقادات، ارزش‌ها و باورهای مردم ایران دارد منجر شود. بربر و اداک (۲۰۱۳) نیز همچنان به تاثیرات منفی استفاده بیش از حد از تکنولوژی و فناوری اشاره دارند. آنها در تحقیقات خود تحت عنوان رابطه بین مشکل استفاده از اینترنت و تحریف‌های شناختی فردی و رضایتمندی از زندگی در دانشجویان دانشگاه بیان می‌کنند که ارتباط مثبت برجسته‌ای بین مشکلات استفاده از اینترنت و پیچیدگی شناختی فردی وجود دارد که منجر به یک رابطه معکوس با رضایت از زندگی دانشجویان می‌شود.

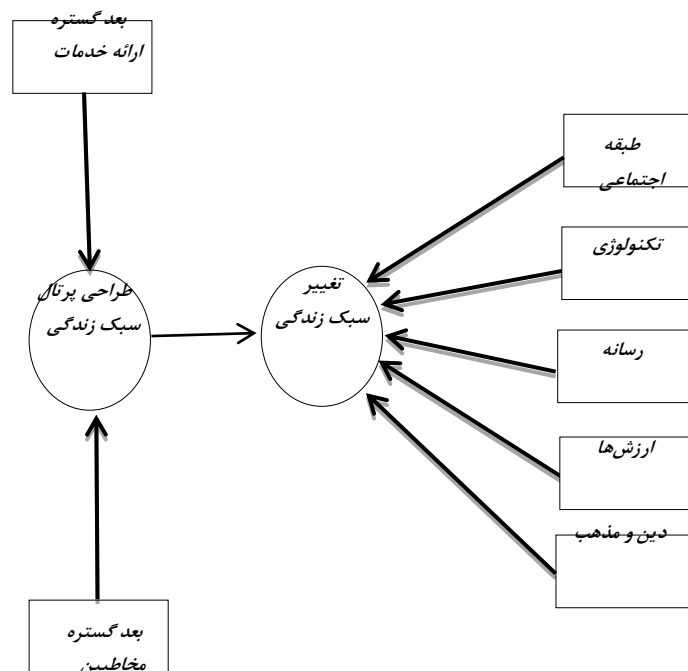
پر واضح است که فناوری و مشتقات آن تاثیرات مثبتی نیز در زندگی بشر داشته است. به طوری که میتنز (۲۰۱۳) در مقاله خود به بررسی عوامل کلیدی واسط بین استفاده از تکنولوژی‌های طراحی شده موبایل به منظور گسترش مهارت‌های اجتماعی و زندگی در کودکان مبتلا به اختلالات اوتیسم اشاره دارد. این در حالی است که پامفیلد و همکارانش (۲۰۱۴) نیز به آموزش از راه دور بعنوان راه حل جایگزین برای آموزش پایدار و مادام‌العمر اشاره می‌کنند و اینترنت را به عنوان ابزاری بسیار کاربردی و دارای اهمیت بالا در این امر معرفی می‌کنند. همچنین افراد زیادی نظیر اسمیت و راست (۲۰۱۳)، فریدبرگ و همکارانش (۲۰۱۴) به تاثیر و کاربرد پرتال‌ها در حوزه پزشکی اشاره نمودند. پرتال‌هایی که برای بیماران قلبی و دیابتی تعبیه شده است و این بیماران هر روزه به صورت آنلاین مشخصات و روند بیماری خود را از این نوع پرتال‌ها در اختیار متخصصین قرار می‌دهند و از راه دور آن‌ها کنترل می‌کنند. این امر باعث شده است که دیگر آنها نیاز به حضور فیزیکی به صورت روزانه به پزشک را نداشته باشند. در این بین پرتال‌هایی آموزشی برای

آموزش‌های دانشگاهی در حیطه‌های مختلف از راه دور از دیگر دستاوردهای فناوری اطلاعات و تاثیر آن بر سبک زندگی می‌باشد. از جمله افرادی که در این زمینه تحقیق و پژوهش کرده‌اند می‌توان به لال (۲۰۱۲)، پامفیلی (۲۰۱۲)، مسیاس و همکارانش (۲۰۱۳)، مظاهری و فدوی (۲۰۱۱) اشاره کرد که تاثیر تکنولوژی را در آموزش دراز مدت برای تمامی رده‌های سنی بررسی می‌کنند و اینکه این تکنولوژی و فناوری چه تاثیر مثبتی می‌تواند بر حوزه آموزش داشته باشد و ابزارهای کمک آموزشی چگونه باعث پیشرفت در این حوزه شده‌اند. فناوری اطلاعات راه روش کار کردن را نیز تغییر داده است. به گونه ای که تاثیرات زیادی نیز در این حوزه گذاشته است. از مواردی که می‌توان به آن اشاره نمود در زمینه حمل و نقل، طراحی محیط‌های کار، پست و سایر موارد که افرادی نظیر موناکو و بلمن (۲۰۰۴) و پنگبورنه و همکارانش (۲۰۱۰) به آن اشاره داشته‌اند. همانطور که دیده می‌شود فناوری ابعاد مختلفی از زندگی انسان و به بیان دیگر سبک زندگی را هم از جنبه مثبت و هم منفی تحت تاثیر قرار داده است. بیشترین تاثیری که فناوری تا کنون داشته است را می‌توان در حوزه سلامت و پیرامون آن در نظر گرفت. به گونه ای که تحقیقات زیادی نیز در این زمینه شده است.

روش‌شناسی تحقیق

مدل مفهومی تحقیق

مدل مفهومی بکار رفته در پژوهش از دو قسمت اصلی به عنوان متغیرهای تشکیل شده است. متغیر تغییر سبک زندگی و متغیر طراحی پرتال سبک زندگی. همانطور که در شکل مشاهده می‌شود کدام دارای شاخص‌های مربوط به خود هستند.



شکل (1) - مدل مفهومی تحقیق

فرضیه‌های پژوهش

۴،۲،۱ فرضیه اصلی پژوهش

طراحی پرتال سبک زندگی بر تغییر زندگی تاثیر دارد.

۴،۲،۲ فرضیه‌های فرعی پژوهش

فرضیه فرعی اول: بعد گستره مخاطبین بر تغییر سبک زندگی تاثیر می‌گذارد.

فرضیه فرعی دوم: بعد گستره ارائه خدمات بر تغییر سبک زندگی تاثیر می‌گذارد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی و از حیث ماهیت و روش توصیفی - پیمایشی می‌باشد. با توجه به میزان تمرکز، این پژوهش جزء پژوهش‌های ژرفانگر طبقه‌بندی می‌شوند. همچنین پژوهش مورد نظر از نظر قلمرو زمانی مقطعی می‌باشد زیرا در آن یک مقطع زمانی خاص از لحاظ پیشرفت تکنولوژی در نظر گرفته شده است.

جامعه و نمونه آماری تحقیق

جامعه آماری تحقیق شامل دانشجویان دکتری مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، تربیت مدرس و دانشجویان ارشد مهندسی فناوری اطلاعات دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی و انجمن صنفی انفورماتیک تهران به عنوان خبرگان فناوری اطلاعات می‌باشد.

کل جامعه آماری در نظر گرفته شده ۱۳۵ نفر بوده است که از بین آن ۱۰۰ نفر به عنوان نمونه آماری به منظور پاسخگویی به سوالات پرسشنامه انتخاب شده‌اند. که از این بین ۷۷ پرسشنامه مورد تایید قرار گرفت.

روایی و پایایی ابزارهای جمع آوری اطلاعات

در این پژوهش با توجه به کیفی و کمی بودن داده‌ها از روش‌های گوناگونی برای تحلیل استفاده شده است. برای تحلیل داده‌های کمی حاصل از پرسشنامه از آزمون‌های آماری استفاده شده و برای تحلیل داده‌های کیفی از روش مصاحبه عمیق، دلفی و روش کتابخانه‌ای استفاده شده است.

در روش های کمی، به جای بررسی و اعلام نظر از داده های مقداری و آمار استفاده می شود .

برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه جهت بررسی اهمیت مولفه های سبک زندگی و عوامل موثر در طراحی پرتال سبک زندگی که توسط پرسشنامه جمع‌آوری شد از نرم‌افزار SPSS^{۱۷} استفاده شد و نیز از روش مدل معادلات ساختاری^۱ و تحلیل عاملی استفاده می‌شود.

در این پژوهش، ابزار اندازه گیری پرسشنامه ای با پاسخ بسته می باشد که توسط محقق ساخته شده است. پرسشنامه مذکور شامل ۲ بخش می باشد، بخش اول قسمت ویژگی های جمعیت شناسی و بخش دوم، مربوط به عوامل تاثیر گذار بر تغییر سبک زندگی و عوامل موثر در طراحی پرتال سبک زندگی می باشد. سوالات پرسشنامه از نوع بسته بوده و از طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است.

عوامل شامل ۴۴ سوال می باشد. لازم به ذکر شاخص های جمع آوری جهت طرح پرسشنامه مورد تایید ۱۵ تن از اساتید و خبرگان فناوری اطلاعات قرار گرفته است.

یافته‌های پژوهش

در این تحقیق نیز برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع آوری شده ابتدا در سطح توصیفی با استفاده از شاخص‌های آماری به توصیف و تلخیص ویژگی‌های جمعیت شناختی افراد نمونه در تحقیق شامل جنسیت، سن، میزان تحصیلات و ... پرداخته می‌شود و سپس در سطح استنباطی برای بررسی صحت و سقم فرضیه ها و روابط بین متغیرهای تحقیق از تکنیک تحلیل مسیر با استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس^۲ نسخه ۳ استفاده شده است.

به منظور تحلیل داده های پژوهش از تحلیل های گوناگون استفاده شده است. در مرحله اول اعتبار همگرا و واگرا و ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای تحقیق مورد بررسی قرار می گیرد. در مرحله بعد با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی به بررسی روایی سازه سوالات پرسشنامه و در انتها با استفاده از روش حداقل مربعات جزئی به آزمون فرضیات تحقیق پرداخته می شود.

محاسبه اعتبار همگرا

جدول شماره (۱) - شاخص‌های روایی، پایایی

Cronbachs Alpha	CR	AVE	
۰/۹۱۰	۰/۹۲۶	۰/۵۱۹	تغییر سبک زندگی
۰/۸۱۳	۰/۸۶۷	۰/۵۳۲	طراحی پرتال سبک زندگی
۰/۷۹۶	۰/۷۵۲	۰/۵۳۹	بعد گستره ارائه خدمات
۰/۷۶۵	۰/۷۲۳	۰/۵۲۵	بعد گستره ارائه مخاطبین

جدول فوق شاخص‌های روایی، پایایی را برای تمامی متغیرهای تحقیق نشان می‌دهد. روایی تشخیصی^۳ در تحقیق حاضر نیز مورد نظر است به این معنا که نشانگرهای هر سازه در نهایت تفکیک مناسبی را به لحاظ اندازه گیری نسبت به سازه‌های دیگر مدل فراهم آورند. به عبارت ساده‌تر هر نشانگر فقط سازه خود را اندازه گیری کند و ترکیب آن‌ها به گونه‌ای باشد که تمام سازه‌های به خوبی از یکدیگر تفکیک شوند. با کمک شاخص میانگین واریانس استخراج شده مشخص شد که تمام سازه‌های مورد مطالعه دارای میانگین واریانس استخراج شده بالاتر از ۰/۵ هستند. شاخص‌های پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرونباخ جهت بررسی پایایی پرسشنامه استفاده می‌شوند و لازمه تایید پایایی بالاتر بودن این شاخص‌ها از مقدار ۰/۷ می‌باشد. تمامی این ضرایب بالاتر از ۰/۷ می‌باشند و نشان از پایا بودن ابزار اندازه گیری می‌باشند.

محاسبه اعتبار واگرا و ضریب همبستگی

جدول شماره (۳) - ضرایب همبستگی پیرسون و شاخص روایی منفک^۴

Cronbachs Alpha	CR	AVE	
۰/۹۱۰	۰/۹۲۶	۰/۵۱۹	تغییر سبک زندگی
۰/۸۱۳	۰/۸۶۷	۰/۵۳۲	طراحی پرتال سبک زندگی
۰/۷۹۶	۰/۷۵۲	۰/۵۳۹	بعد گستره ارائه خدمات
۰/۷۶۵	۰/۷۲۳	۰/۵۲۵	بعد گستره ارائه مخاطبین



**** قطر اصلی ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده (AVE) را نشان می‌دهد.**

جدول شماره ۳ به بررسی ضرایب همبستگی و روایی واگرا می‌پردازد. روی قطر اصلی این ماتریس ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده (AVE) را نشان می‌دهد. لازمه تایید روایی واگرا بیشتر بودن مقدار ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده از تمامی ضرایب همبستگی متغیر مربوطه با باقی متغیرها است. مقدار ریشه دوم شاخص میانگین واریانس تبیین شده، برای تمامی متغیرها، نشان از همبستگی آن متغیر با سایر متغیرها می‌باشد. پایین قطر اصلی ضرایب همبستگی پیرسون نشان داده شده‌اند. ضریب مثبت نشان دهنده رابطه‌ی مثبت بین دو متغیر می‌باشد. تمامی ضرایب در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنادار می‌باشد.

تحلیل مدل اندازه‌گیری

در این بخش، هدف تعیین اعتبار یا روایی و اعتماد یا پایایی اندازه‌گیری‌های مورد نظر است. در بحث اعتبار یا روایی این مسئله مطرح است که آیا شاخص‌ها یا متغیرهای آشکار همان چیز را اندازه‌گیری می‌کنند که منطبق با هدف تحقیق است یا خیر. در مقابل مسئله اعتماد یا پایایی با این موضوع سرو کار دارد که شاخص‌های مورد استفاده با چه دقتی موضوع مورد نظر را اندازه‌گیری می‌کنند (کلاتری، ۱۳۸۸).

جدول شماره (۴) - نتایج بارهای عاملی

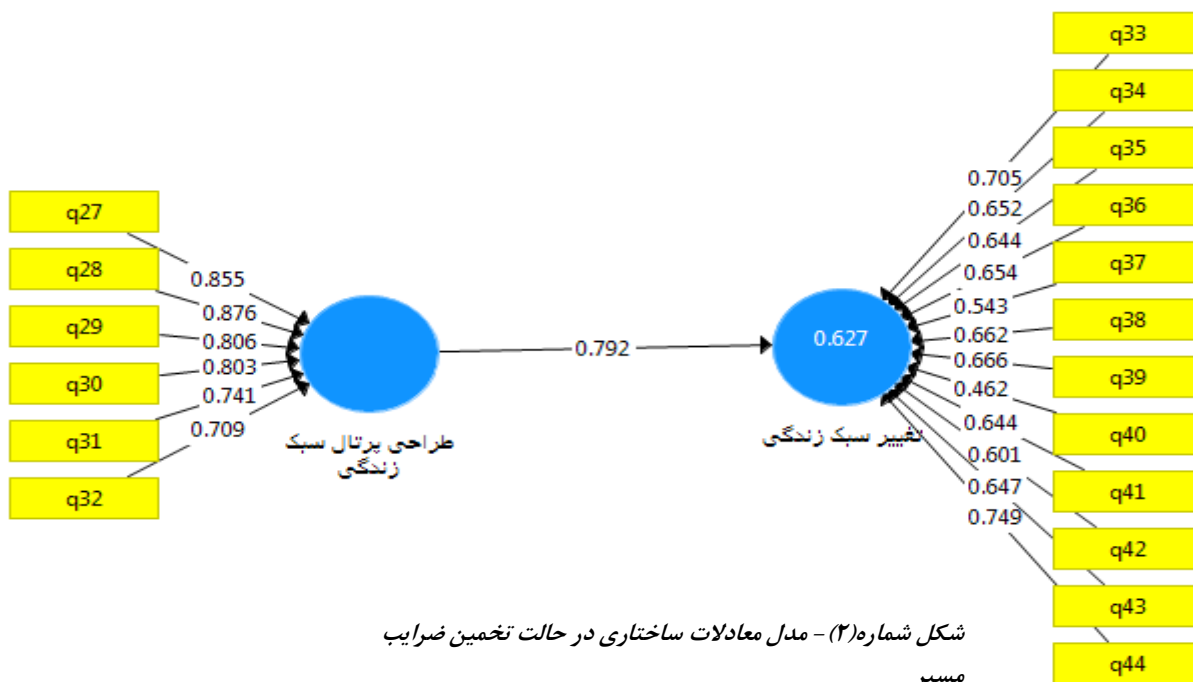
اعتبار	سطح معناداری	بار عاملی	متغیر آشکار	متغیر مکنون
Supported	< ۰,۰۱	۰/۸۸۵	Question 27	طراحی پرتال سبک زندگی
Supported	< ۰,۰۱	۰/۸۷۶	Question 28	
Supported	< ۰,۰۱	۰/۸۰۶	Question 29	
Supported	< ۰,۰۱	۰/۸۰۳	Question 30	
Supported	< ۰,۰۱	۰/۷۴۱	Question 31	
Supported	< ۰,۰۱	۰/۷۰۹	Question 32	
Supported	< ۰,۰۱	۰/۷۰۵	Question 33	تغییر سبک زندگی
Supported	< ۰,۰۱	۰/۶۵۲	Question 34	
Supported	< ۰,۰۱	۰/۶۴۴	Question 35	
Supported	< ۰,۰۱	۰/۶۵۴	Question 36	
Supported	< ۰,۰۱	۰/۵۴۳	Question 37	

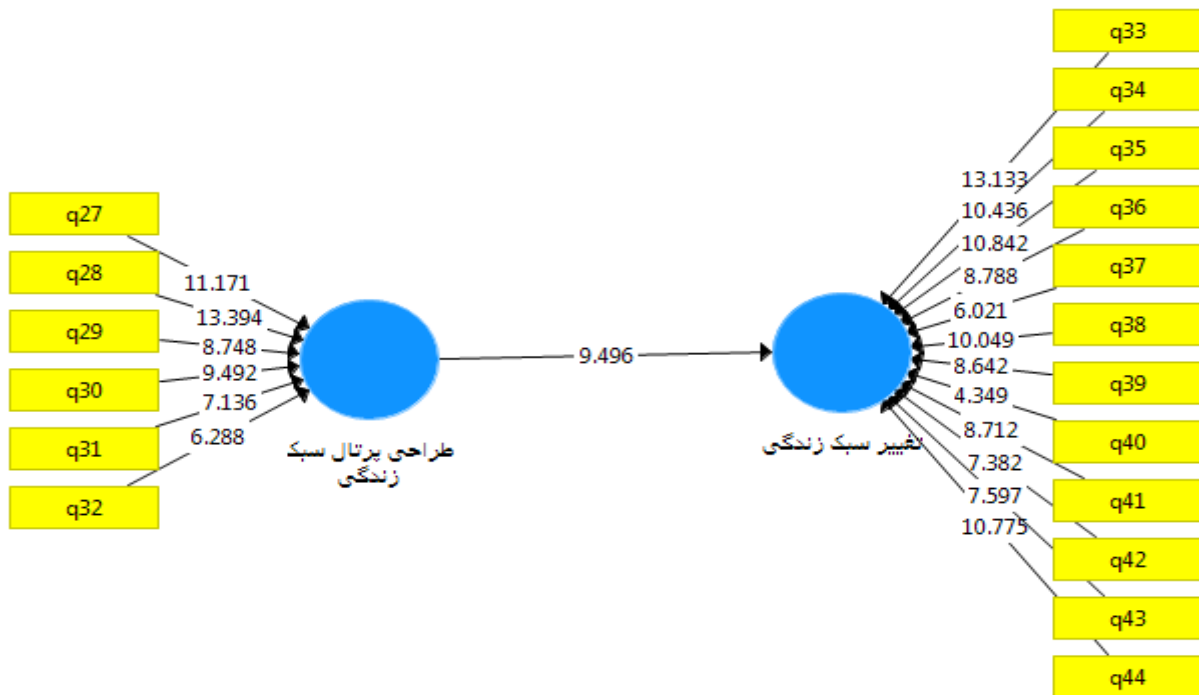


<i>Supported</i>	< ۰,۰۱	۰/۶۶۲	<i>Question 38</i>
<i>Supported</i>	< ۰,۰۱	۰/۶۶۶	<i>Question 39</i>
<i>Supported</i>	< ۰,۰۱	۰/۴۶۲	<i>Question 40</i>
<i>Supported</i>	< ۰,۰۱	۰/۶۴۴	<i>Question 41</i>
<i>Supported</i>	< ۰,۰۱	۰/۶۰۱	<i>Question 42</i>
<i>Supported</i>	< ۰,۰۱	۰/۶۴۷	<i>Question 43</i>
<i>Supported</i>	< ۰,۰۱	۰/۷۴۹	<i>Question 44</i>

به منظور تحلیل ساختار پرسشنامه و کشف عوامل تشکیل دهنده هر سازه از بارهای عاملی استفاده شده است. نتایج بارهای عاملی متغیرهای تحقیق در جدول بالا خلاصه شده‌اند. تمامی مقادیر بارهای عاملی از ۰/۴ بیشتر شده‌اند و هم چنین مقادیر محاسبه شده t برای هر یک از بارهای عاملی هر نشانگر با سازه یا متغیر پنهان خود بالای ۱/۹۶ است (سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ شده است). لذا می‌توان همسویی سوالات پرسشنامه برای اندازه‌گیری مفاهیم را در این مرحله معتبر نشان داد. (هومن ۱۳۸۸). در واقع نتایج فوق نشان می‌دهد آنچه محقق توسط سوالات پرسشنامه قصد سنجش آنها را داشته است توسط این ابزار محقق شده است. لذا روابط بین سازه‌ها یا متغیرهای پنهان قابل استناد است. شاخصی که بار عاملی بالاتری داشته باشد، دارای اهمیت بالاتری نسبت به سایر شاخص‌ها می‌باشد.

بعد از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری نوبت به برازش مدل ساختاری پژوهش می‌رسد. در این قسمت نیز معیارهای اعتبارسنجی مدل ساختاری در ادامه آورده شده است.





شکل شماره (۳) - مدل معادلات ساختاری در حالت معناداری ضرایب (t-value)

تحلیل فرضیه‌ها

فرضیه‌ها در این مقاله به دو دسته اصلی و فرعی تقسیم می‌شوند که به شرح ذیل می‌باشد.

فرضیه اصلی

طراحی پرتال سبک زندگی بر تغییر سبک زندگی تاثیر می‌گذارد.

جدول شماره (۵) - ضرایب مسیر، آماره t و ضریب تعیین (متغیر وابسته: تغییر سبک زندگی)

متغیر مستقل	ضریب مسیر (β)	آماره t	R^2
طراحی پرتال سبک زندگی	۰/۷۹۲	۹/۴۹۶***	۰/۶۲۷

**p < ۰.۰۱ * p < ۰.۰۵

با توجه به ضریب مسیر ۰/۷۹۲ و همچنین آماره t به مقدار ۹/۴۹۶ می‌توان گفت: با توجه به اینکه آماره t بیشتر از ۲/۵۷ می‌باشد، در سطح اطمینان ۹۹ درصد طراحی پرتال سبک زندگی بر تغییر سبک زندگی تاثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین فرضیه اصلی پژوهش تأیید می‌شود.



مقدار ضریب تعیین چندگانه (R^2) برابر ۰/۶۲۷ شده است. این ضریب توانایی پیش بینی متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل را بررسی می کند. بر این اساس متغیر طراحی پرتال سبک زندگی روی هم رفته توانسته است ۶۲ درصد از تغییرات متغیر تغییر سبک زندگی را پیش بینی کند.

گستره مخاطبین بر تغییر سبک زندگی تاثیر می گذارد.

گستره ارائه خدمات بر تغییر سبک زندگی تاثیر می گذارد.

جدول (۶) - ضرایب مسیر، آماره t و ضریب تعیین (متغیر وابسته: تغییر سبک زندگی)

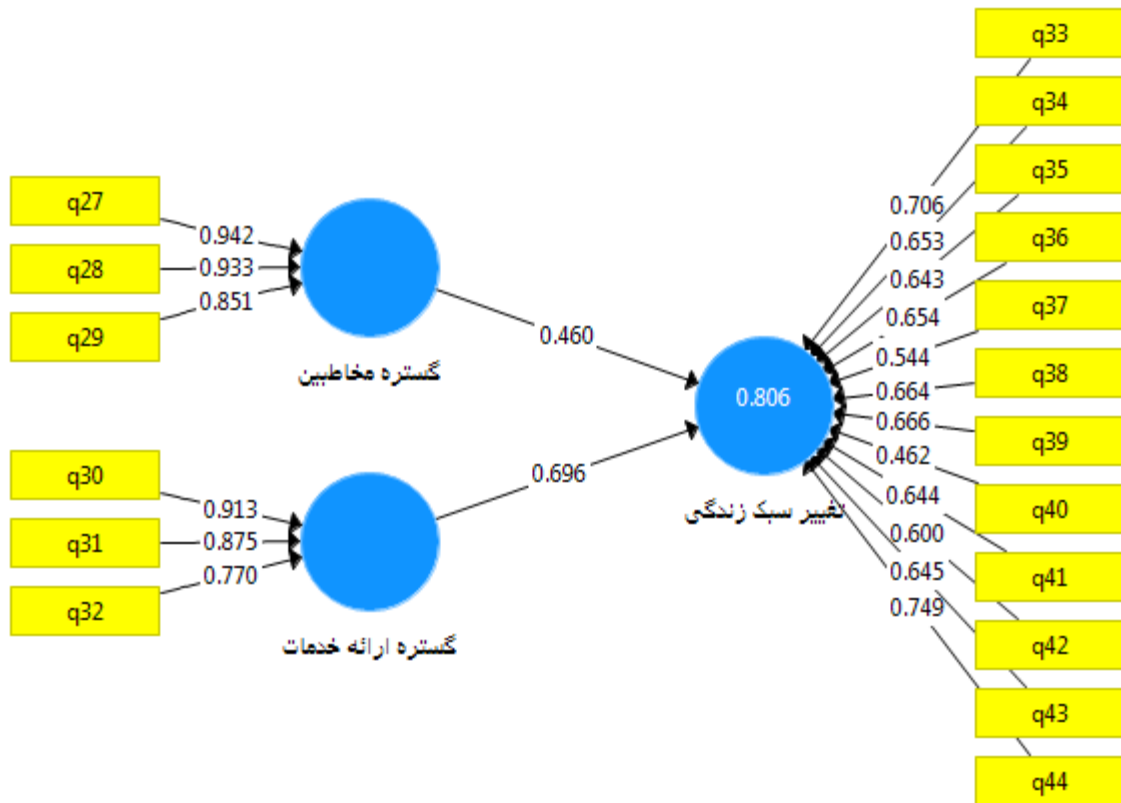
متغیر مستقل	ضریب مسیر (β)	آماره t	R^2
گستره مخاطبین	۰/۴۶۰	۴/۵۶۸**	۰/۶۲۸
گستره ارائه خدمات	۰/۶۹۶	۷/۳۹۱**	

** $p < ۰.۰۱$ * $p < ۰.۰۵$

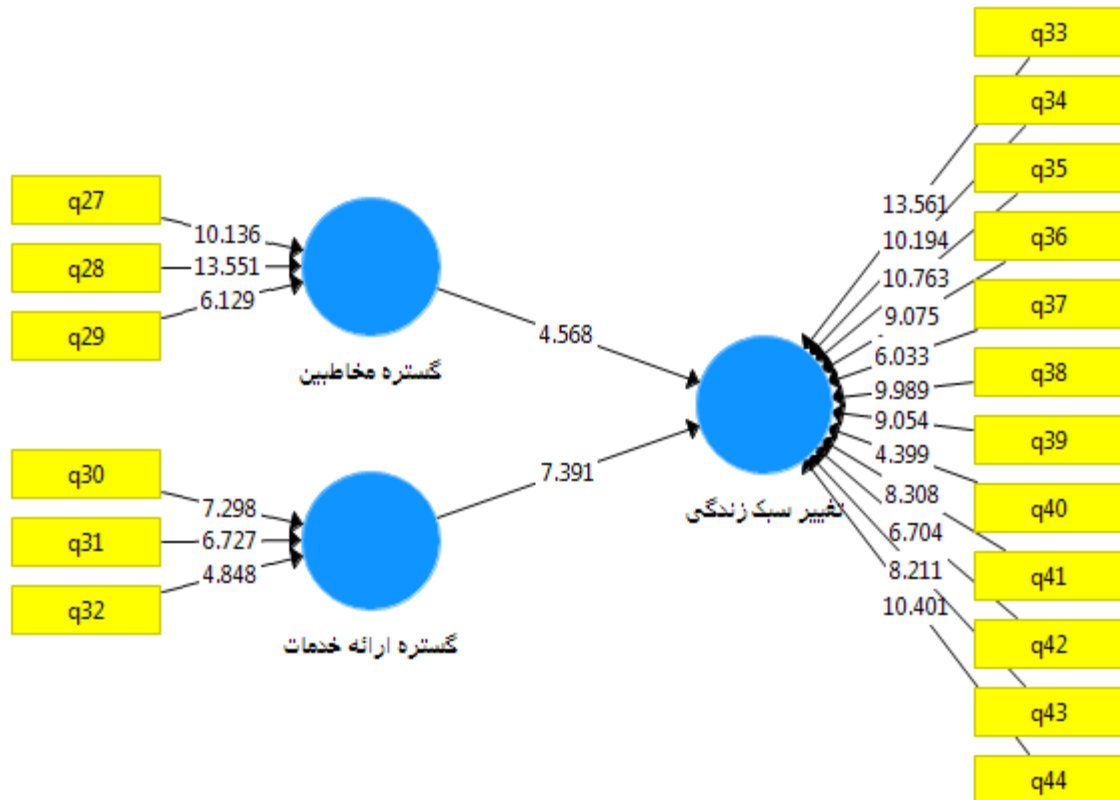
با توجه به ضریب مسیر ۰/۴۶۰ و همچنین آماره t به مقدار ۴/۵۶۸ می توان گفت: با توجه به اینکه آماره t بیشتر از ۲/۵۷ می باشد، در سطح اطمینان ۹۹ درصد گستره مخاطبین بر تغییر سبک زندگی تاثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین فرضیه فرعی اول پژوهش تأیید می شود.

با توجه به ضریب مسیر ۰/۶۹۶ و همچنین آماره t به مقدار ۷/۳۹۱ می توان گفت: با توجه به اینکه آماره t بیشتر از ۲/۵۷ می باشد، در سطح اطمینان ۹۹ درصد گستره ارائه خدمات بر تغییر سبک زندگی تاثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین فرضیه فرعی دوم پژوهش تأیید می شود.

مقدار ضریب تعیین چندگانه (R^2) برابر ۰/۶۲۸ شده است. این ضریب توانایی پیش بینی متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل را بررسی می کند. بر این اساس متغیرهای گستره مخاطبین و گستره ارائه خدمات روی هم رفته توانسته اند ۶۲ درصد از تغییرات متغیر تغییر سبک زندگی را پیش بینی کنند.



شکل شماره (۴) - مدل معادلات ساختاری فرضیات فرعی در حالت تخمین ضرایب مسیر





شکل (۵) - مدل معادلات ساختاری فرضیات فرعی در حالت معناداری ضرایب (t-value)

نتیجه‌گیری

همه ما اکنون در جهانی زندگی می‌کنیم که با سرعت بالا رو به جلو پیش می‌رود، یعنی جایی که یک بزرگراه اطلاعاتی از تلویزیون به عنوان یک ابزار فناوری اطلاعات گرفته تا اینترنت سبب افزایش ارتباط مادی و نمادی میان فرهنگ‌ها می‌شوند. به عبارت دیگر امروزه با گسترش فناوری اطلاعات و رشد سریع آن در ابعاد مختلف و تاثیرات بسزایی که این ابزار در ارزشها، رفتار، سبک زندگی و فرهنگ مخاطبان خود دارند لزوم تحقیقات وسیع و گسترده محققان در بررسی و شناخت رسانه‌های جدید همچون پرتال‌ها و شناخت تاثیرات آنها بر زندگی جامعه کنونی ایران پیش از پیش احساس می‌شود چرا که این امر می‌تواند در کنترل تاثیرات مخرب ناشی از استفاده از این ابزار و یا همچنین تاثیرات مثبتی که ممکن است در زندگی بشر داشته باشند نقش بسزایی ایفا کند. آزمون پایایی یا قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری، نتیجه آزمون نشان داد که قابلیت اعتماد پرسشنامه در حد قابل قبول می‌باشد. همانطور که پیشتر نیز ذکر شد برای آزمون فرضیات پژوهش، مدل معادلات ساختاری و ضرایب معناداری مورد بحث قرار گرفت و با استفاده از تجزیه و تحلیل داده‌ها و نتایج بدست آمده می‌توانیم به سوالات پژوهش به شرح ذیل پاسخ دهیم:

۱) آیا طراحی پرتال سبک زندگی بر تغییر سبک زندگی تاثیر دارد؟

همانطور که شکل‌های ۴ و ۳ نشان می‌دهند میزان تاثیر طراحی پرتال سبک زندگی بر تغییر سبک زندگی ۰/۷۹ و میزان معناداری آن ۹/۴۹ می‌باشد. که این میزان نشان از مقدار قابل قبول و تاثیر مثبت متغیر مستقل بر متغیر وابسته و تایید فرضیه مربوطه می‌باشد.

۲) آیا بعد گستره مخاطبین بر تغییر سبک زندگی تاثیر دارد؟

با توجه به ضریب مسیر ۰/۴۶۰ و همچنین آماره t به مقدار ۴/۵۶۸ می‌توان گفت: با توجه به اینکه آماره t بیشتر از ۲/۵۷ می‌باشد، در سطح اطمینان ۹۹ درصد گستره مخاطبین بر تغییر سبک زندگی تاثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین فرضیه فرعی اول پژوهش تأیید می‌شود.

۳) آیا بعد گستره ارائه خدمات بر تغییر سبک زندگی تاثیر دارد؟

با توجه به ضریب مسیر ۰/۶۹۶ و همچنین آماره t به مقدار ۷/۳۹۱ می‌توان گفت: با توجه به اینکه آماره t بیشتر از ۲/۵۷ می‌باشد، در سطح اطمینان ۹۹ درصد گستره ارائه خدمات بر تغییر سبک زندگی تاثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین فرضیه فرعی دوم پژوهش تأیید می‌شود.



در نتیجه مقدار ضریب تعیین چندگانه (R^2) برابر ۰/۶۲۷ شده است. این ضریب توانایی پیش بینی متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل را بررسی می کند. بر این اساس متغیر طراحی پرتال سبک زندگی روی هم رفته توانسته است ۶۲ درصد از تغییرات متغیر تغییر سبک زندگی را پیش بینی کند و همچنین مقدار ضریب تعیین چندگانه (R^2) برابر ۰/۶۲۸ شده است. این ضریب توانایی پیش بینی متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل را بررسی می کند. بر این اساس متغیرهای گستره مخاطبین و گستره ارائه خدمات روی هم رفته توانسته اند ۶۲ درصد از تغییرات متغیر تغییر سبک زندگی را پیش بینی کنند. در نهایت همانطور که دیده می شود تمامی فرضیه های مطرح شده توسط محقق مورد تایید و قابل قبول می باشد.

پیشنهاد های کاربردی برای محققان آتی

در راستای بهبود پژوهش حاضر و همچنین هر چه غنی تر کردن آن به محققان آینده موارد ذیل پیشنهاد می شود:

- طراحی مدل سبک زندگی تخصصی هر صنعت مانند سلامت، اقتصاد، فرهنگ و آموزش.
- مقایسه سبک زندگی ایرانی - اسلامی در مقابل سبک زندگی غربی و بررسی تفاوت های آن و اجرایی کردن آن به صورت پرتال تحت وب.
- استفاده از مدل سازی ریاضی جهت دستیابی به ضریب تاثیرگذاری هر کدام از شاخص ها در یک معادله و اجرایی کردن آن در بعد عملیاتی.
- استفاده از مدل های تصمیم گیری فازی چند معیاره به منظور سنجش روایی مدل.
- طراحی و بهینه سازی مدل ارائه شده در ابزارهای هوشمند همراه مبتنی بر سیستم عامل های متن باز و بسته.



منابع

۱. اباذری، یوسف و چاوشیان، حسن (۱۳۸۱). از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، رویکردهای نوین در تحلیل جامعه شناختی هویت اجتماعی. نامه علوم اجتماعی ش ۲.
۲. ابراهیم آبادی، حسین (۱۳۹۲). رویکردهای میان رشته ای بر سبک زندگی. با نگاهی به جامعه ایران. فصلنامه مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی، دوره پنجم، شماره ۴. صص ۵۳-۳۳.
۳. آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶). الگوهای سبک زندگی در ایران. انتشارات فرهنگ. صص. ۴۵.
۴. بهان، کیت؛ هولمز، دیانا (۱۳۷۷). آشنایی با تکنولوژی اطلاعات. مترجم: مجید آذرخش، جعفر مهرداد، انتشارات سمت.
۵. حسن زاده محمد، نویدی فاطمه. مقایسه کاربرد انواع روش های ارزیابی دسترس پذیری وب سایت ها. تحقیقات اطلاع رسانی و کتابخانه های عمومی. ۱۳۸۹؛ ۱۶(۲): ۲۷-۵.
۶. دکتر حسین ابوالحسنی تنهایی، شمسی خرمی (۱۳۸۸). بررسی رابطه جامعه شناختی باورهای دینی و سبک زندگی بر اساس نظریه گافمن، مطالعه موردی کرمانشاه.
۷. رحمانی فضلی، عبدالرضا (۱۳۸۷). فصلنامه تحلیلی و پژوهشی ارتباطات اجتماعی. فصلنامه علمی پژوهشی ارتباطات اجتماعی. شماره ۲۵. صص ۸۹-۶۵.
۸. رضوی زاده، سید نورالدین (۱۳۸۴). بررسی تأثیر رسانه ها بر تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی. فصلنامه علمی- ترویجی علوم اجتماعی. شماره ۳۱. صص ۱۴۴-۱۱۱.
۹. رفعت جاه، مریم (۱۳۸۷). تأثیر در وضعیت شغلی بر سبک زندگی زنان شاغل. مطالعات فرهنگی و ارتباطات. دوره ۴، شماره ۱۱. صص ۱۶۰-۱۳۹.
۱۰. فاضلی، محمد (۱۳۸۲). کتاب مصرف و سبک زندگی، چاپ اول، ناشر صبح صادق. صص: ۳۰-۲۷.
۱۱. الفت، سعیده و سالمی، آزاده (۱۳۹۱). مفهوم سبک زندگی. فصلنامه مطالعات سبک زندگی. سال اول. شماره ۱. صص ۳۶-۹.
۱۲. کاشفی، امید. زمانی فر، آزاده. نیکخواهان، بهمن. کنعانی، کامیار (۱۳۸۹). ارزیابی و رتبه بندی وبگاه ها. دبیرخانه شورای عالی اطلاع رسانی.
۱۳. کلانتری، خلیل (۱۳۸۸). مدلسازی معادلات ساختاری در تحقیقات اجتماعی- اقتصادی، تهران: انتشارات فرهنگ صبا.
۱۴. مختار پور مهدی و فتحی سروش (۱۳۹۳). بررسی نقش و تاثیر رسانه های نوین تصویری در تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه علوم). مجله مطالعات توسعه اجتماعی. شماره ۲، دوره ۶. صص ۱۱۸-۱۰۱.
۱۵. مهدوی کنی، محمدسعید (۱۳۸۶). مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. سال ۱، شماره ۱.
۱۶. نوابخش، فرزاد (۱۳۹۳). تغییرات سبک زندگی در فرآیند توسعه ابزارهای نوین فناوری. مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران. شماره دوم. جلد ششم. صص ۶۴-۴۵.

۱. Berber Çelik, Ç., Odacı, H. (2013). The relationship between problematic internet use and interpersonal cognitive distortions and life satisfaction in university students. *Children and Youth Services Review*, 35, 505-508.
۲. Chin, W.W., & Newsted, P.R. (1999). Structural equation modeling analysis with small samples using PLS, in *rick hoyle (ed), Statistical strategies for small samples research*, sage Publications: 307-341.
۳. Cook, N. F., McAloon, T., O'Neill, Ph., Beggs, R. (2012). Impact of a web based interactive simulation game (PULSE) on nursing students' experience and performance in life support training — A pilot study. *Nurse Education Today*, 32, 714-720



۴. Christobal, E. Flavian, C. and Guinaliu, M. (2007), *Perceived e-service quality: Measurement validation and effect on consumer satisfaction and website loyalty*, *Managing Service Quality*, Vol. 17, No. 3, pp. 317-340.
۵. Demiris, G., Parker Oliver, D., Wittenberg-Lyles, E. (2011). *Technology on Support End-Of-Life Care. Seminars in Oncology Nursing*, 27(3), 211-217.
۶. Friedberg, F., Williams, D., A., Collinge, W. (2012). *Lifestyle-oriented non-pharmacological treatments for fibromyalgia: a clinical overview and applications with home-based technologies*. *Journal of Pain Research* 5, 425-435.
۷. *International Organization for Standardization* (2009). *Ergonomics of human system interaction - Part ۲۱۰: Human-centered design for interactive systems (formerly known as ۱۳۴۰۷)*
۸. Junghyun Nam. (2014). *Understanding the motivation to use web portals*. *Computers in Human Behavior*. Vol.36.P:263-273.
۹. Laal, M. (2011). *Impact of Technology on lifelong learning*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 28, 439-443.
۱۰. Mazaheri, M. ad M., Fadavi, sadat, M. (2011). *The role of Educational Technology in Lifelong Learning*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 28, 842-844.
۱۱. Mintz, J., Branch, C., March, C., Lerman, S. (2012). *Key factors mediating the use of a mobile technology tool designed to develop social and life skills in children with Autistic Spectrum Disorders*. *Computers & Education*, 58, p:53-62.
۱۲. Monaco, K.A., Belman, D.L. (2004). *An Econometric Analysis Of The Impact Of Technology on The Work Lives Of Truck Drivers*. *Research on Transportation Economics*, 10(1), 57-78.
۱۳. Oyarzo Pineida, F. (2011). *Competencies for the 21st Century: Integrating ICT to Life, School and Economical Development*. *Procedia -Social and Behavioral Sciences*, 28, 54-57.
۱۴. Pamfilie, R., Onete, B., Maiorescu, I., plesea, D. (2012). *E-learning as an alternative solution for sustainable lifelong education*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 46, p:4026-4030.
۱۵. Pangbourne, K. , Aditjandra, P.T., Nelson, J.D. (2010). *New technology and quality of life for older people: exploring health and transport dimensions in the UK context*. *IET Intell. Transp. Syst.*, 4(4), ۳۱۸-۳۲۷.
۱۶. Smith, L., Rust, S. (2013). *Using Technology to Bridge Gaps in End-of-Life Care*. *Journal of Pain and Symptom Management*, Vol.45No. (2), p: 332-333.
۱۷. Sampson D., Manouselis N.. 2005, *A Flexible Evaluation Framework for Web Portals Based on Multi-criteria Analysis*. *University of Piraeus & Information and Telematics Institute, Greece*.
۱۸. Yang, Z., Cai, S., Zhou, Z., Zhou, N., (2005), *Development and Validation of instrument to measure user perceived service quality of information presenting web portal*, *Information & Management*, Vol.42, pp. 575-589.

^۱ Structural equation Model

^۲ smart pls

^۳ Discriminant Validity

^۴ Discriminant Validity

^۵ Measurement Model