

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 100 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 99 درصد مورد تایید قرار داد.

کلید واژه:

سبک زندگی، فناوری اطلاعات، فناوری ارتباطات، پرتال

بررسی تاثیر طراحی پرتال سبک زندگی بر تغییر سبک زندگی

محمد رضا 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، 1392).

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 دوست 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، 1386).

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، 1387).

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 گستره 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 می یابند. چنانچه "سوبل" معتقد است سه نوع تعیین اقتصادی، انتخاب های افراد را تحت تاثیر قرار می دهد: 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 می پردازند: چنانکه "زابلی و کانتر" معتقدند طبقه اجتماعی بهترین پیش بینی کننده سبک زندگی است (فاضلی، 1382).

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 تعیید 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 می شود. در عین حال، "زابلی 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، 1386).

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 می بخشند. برخی صاحب نظران بر این اعتقادند که رسانه ها با تحولاتی که در شئون مختلف اجتماع به وجود آوردند، می توانند 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 می آید، درواقع تمامی انواع آن اعم از اینترنت، تلویزیون، ماهواره و ... را شامل می شود (سیف پود و شهیادمنش، 1392).

هم زمان با رشد چشم گیر تکنولوژی، معنای زندگی مردمی که در حال دست و پنجه نرم کردن با آن هستند نیز تغییر پیدا می کند. تکنولوژی به مثابه یک ابزار می تواند از یک سو در خدمت افراد قرار گیرد و از سوی دیگر خود را بر آنها تحمیل می کند. صنعتی شدن، توسعه و پیشرفت از جمله مفاهیمی هستند که رشد تکنولوژی را توجیه می کنند. تکنولوژی هر روز بیشتر در زندگی افراد رسوخ می کند و زندگی آنها را تحت تاثیر قرار می دهد. 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 می کند 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 می نماید. 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 مثنی نیست. شناسایی دقیق عرصه تکنولوژی موجب می شود 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، 1388). 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 (الف و سالمی، 1392).

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, 2007)

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, 2005).

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 وبگاه ها و پرتالها

تعداد کاربران تخمین زده شده ی وب در حدود 1/5 بیلیون نفر است و تعداد وب گاه ها با نرخ نمایی در حال رشد است. در تحقیقی که در آوریل سال 2009 انجام شد در حدود 231 میلیون وبگاه در دسترس است. وبگاه ها منابع اطلاعاتی پرباری هستند که نرخ به روز رسانی آن ها 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 می گیرد و این مساله در عین حالی است که صحت اطلاعات، مورد ارزیابی قرار نمی گیرند و اطلاعات خوب ممکن است در نظر گرفته نشوند. بنابراین ارزیابی وبگاه از اهمیت بالایی برخوردار است.

ارزیابی وب گاه، پردازش، تحلیل و ارزیابی کمی و کیفی داده است که بر اساس آن مشخص خواهد شد به چه اندازه پرتال و یا وب گاه اهدافش را برآورده می نماید به این صورت می تواند کیفیت پرتال و وبگاه خود را افزایش دهد. ارزیابی پرتالها و وبگاه ها یا مطالعه

کاربردپذیری آن از سال های قبل مورد توجه بوده است و مطالعات قابل توجهی پیرامون آن که چه چیزهایی می بایست مورد ارزیابی قرارگیرد و چگونه این ارزیابی ها صورت گیرد، انجام گرفته است (کاشفی و همکاران، 1389).

در یک دسته بندی کلی می توان معیارهای ارزیابی پرتال ها را به صورت ذیل در نظر گرفت (Sampson and Manouselis, 2005):
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 شده اند.

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

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

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 توسعه زیرساخت شبکه و اینترنت طی سال های اخیر، تمایل افراد به استفاده از سایت ها و شبکه های اجتماعی روند رشدی روز افزون داشته است. بدیهی است که ادامه این روند، منجر به افزایش ضریب نفوذ این شبکه ها و نتیجتاً تاثیرگذاری و ایفای نقش پررنگ تر آن ها در تصمیم گیری های فردی و اجتماعی و ایجاد تغییر در سبک زندگی افراد خواهد شد.

با حرکت به سمت استفاده از امکانات و تکنولوژی های جدید و گسترش مدرنیته، افراد تمایل بیشتری به استفاده از بسترها و شیوه های نوین کسب دانش و تجربه، انتقال اطلاعات، برقراری ارتباطات، انجام وظایف روزمره و به نوعی استفاده از تکنولوژی در کلیه ابعاد زندگی خود داشته اند و بدیهیست که این روند همانطور که می تواند تهدیدی جدی در جوامع سنتی تلقی شود، در صورت وجود برنامه ریزی هدفمند و مدیریت صحیح و کلان نگر، می تواند فرصتی استثنایی جهت ارتقای سطح دانش و درک عموم جامعه و اصلاح و بهبود شاخصه های زندگی به شمار برود (کاشفی و همکاران، 1389).

در بررسی یک پرتال بدیهیست که نیاز به تعریف شاخصه های داریم که به واسطه ی آن ها بتوانیم آن پرتال را مورد ارزیابی قرار دهیم ولی اگر از منظر کلی و فارغ از شاخصه های موجود در بررسی پرتال، بخواهیم آن را از دید عموم مورد ارزیابی قرار دهیم، به نظر می رسد اولین شاخصه، گستره مخاطبین و ذینفعان می باشد 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 می توان گفت که پرتال در برآورده ساختن شاخصه های درونی خود موفق تر عمل نموده است و نتیجه ی آن منجر به افزایش ضریب نفوذ و گسترش مخاطبین و ذینفعان در طبقه های مختلف جامعه شده است. بدیهیست که این شاخص در دوره های زمانی مختلف می تواند مورد ارزیابی قرار گیرد تا بتواند مبنای تصمیم گیری باشد. لازم به ذکر است که استفاده از روش هایی جهت حفظ وفاداری مخاطبین نیز می تواند در بهبود این شاخص تاثیر گذار باشد (عصاره و پاپی، 1388).

مدیریت و ارزش گذاری به مخاطب از جمله فعالیت های بسیار مهم یک وی گاه است که در میزان مراجعات بعدی و جلب رضایت مندی کاربران موثر است. شاخص های کلی جهت ارزیابی کیفیت مدیریت مخاطبین وبگاه ها و پرتال ها می توانند در 3 دسته کلی مورد ارزیابی قرار گیرند. (1) تعداد مخاطبین، بدین معنی که از لحاظ تحت پوشش قرار دادن طیف گسترده از سنین مختلف، هر دو جنسیت و سطح تحصیلات متفاوت، (2) تاثیرگذاری و میزان موفقیت یک وبگاه یا پرتال، (3) ایجاد انگیزه در کاربر برای مراجعه ها و استفاده های بعدی را شامل می شود (حسن زاده و نویدی، 1389).

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، 1389).

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، 1389).

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 خصوصاً در ایران، مطالب قابل قبول بوسیله محقق یافت نشد. بنابراین برای مرور پیشینه تحقیق این پژوهش به دو قسمت تقسیم شده است. 1- فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی پیرامون سبک زندگی و 2- سبک زندگی و تعاریف مرتبط با آن.

حسینی (1389) در پژوهش خود به نام بررسی رابطه میان استفاده از رسانه‌های نوین ماهواره و اینترنت و نگرش به هویت جنسیتی‌یابان 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 (1387) 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 (1388) نیز اشاره‌ای به تاثیرپذیر بودن فرهنگ توسط ماهواره و تلویزیون دارد. همچنین رضوی‌زاده (1383) 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 (1389) 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 (1393) 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 (1393) 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 (2013) 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 (2013) در مقاله خود به بررسی عوامل کلیدی واسط بین استفاده از تکنولوژی های 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 (2014) نیز به آموزش از راه دور بعنوان راه حل جایگزین برای آموزش پایدار و مادام العمر 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 (2013)، فریدبرگ و همکارانش (2014) 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 (2012)، پامفیلی (2012)، مسیاس و همکارانش (2013)، مظاهری و فدوی (2011) 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 (2004) و پنگبوره و همکارانش (2010) به آن اشاره داشته‌اند.

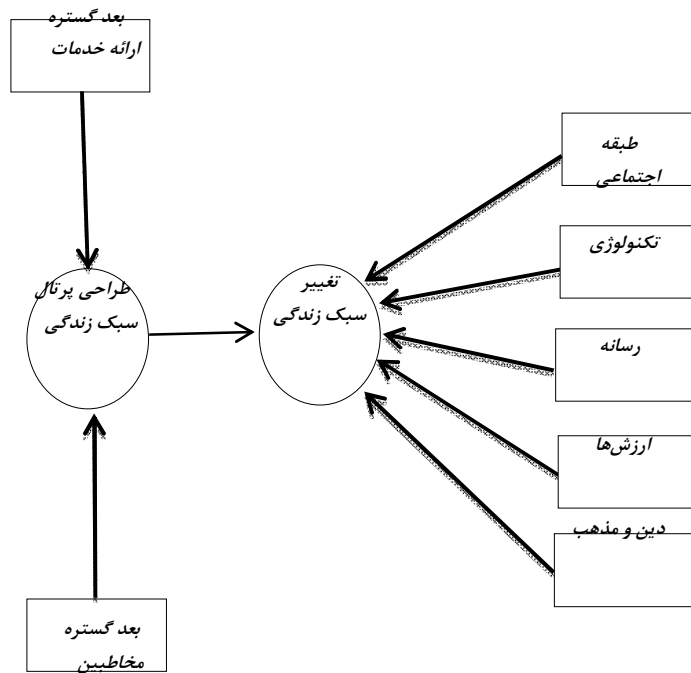
همانطور که دیده می‌شود فناوری ابعاد مختلفی از زندگی انسان و به بیان دیگر سبک زندگی را هم از جنبه مثبت و هم منفی تحت تاثیر قرار داده است. بیشترین تاثیری که فناوری تا کنون داشته است را می‌توان در حوزه سلامت و پیرامون آن در نظر گرفت. به گونه ای که تحقیقات زیادی نیز در این زمینه شده است.



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

4,2,1 فرضیه اصلی پژوهش

طراحی پرتال سبک زندگی بر تغییر زندگی تاثیر دارد.

4,2,2 فرضیه‌های فرعی پژوهش

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

فرضیه فرعی دوم: بعدگستره 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 می باشد.

کل جامعه آماری در نظر گرفته شده 135 نفر بوده است که از بین آن 100 نفر به عنوان نمونه آماری به منظور پاسخگویی به سوالات پرسشنامه انتخاب شده‌اند. که از این بین 77 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 SPSS17 استفاده شد و نیز از روش مدل معادلات ساختاری¹ 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 2 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 5 گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است. عوامل شامل 44 سوال می باشد. لازم به ذکر شاخص های جمع‌آوری جهت طرح پرسشنامه مورد تایید 15 تن از اساتید و خبرگان فناوری اطلاعات قرار گرفته است.

یافته‌های پژوهش

در این تحقیق نیز برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری 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 اس² نسخه 3 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 تائیدی 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 (1) - شاخص‌های روایی، پایایی

Cronbachs Alpha	CR	AVE	
.910	.936	.519	تغییر سبک زندگی
.813	.867	.532	طراحی پرتال سبک زندگی
.796	.752	.539	بعد گستره ارائه خدمات
.765	.723	.525	بعد گستره ارائه مخاطبین



جدول فوق شاخص‌های روایی، پایایی را برای تمامی متغیرهای تحقیق نشان می‌دهد. روایی تشخیصی³ در تحقیق حاضر نیز مورد نظر است به این معنا که نشانگرهای هر سازه در نهایت تفکیک مناسبی را به لحاظ اندازه‌گیری نسب به سازه‌های دیگر مدل فراهم آورند. به عبارت ساده‌تر هر نشانگر فقط سازه خود را اندازه‌گیری 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 0/5 هستند. شاخص‌های پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرونباخ جهت بررسی پایایی پرسشنامه استفاده می‌شوند و لازمه تایید پایایی بالاتر بودن این شاخص‌ها از مقدار 0/7 می‌باشد. تمامی این ضرایب بالاتر از 0/7 می‌باشند و نشان از پایا بودن ابزار اندازه‌گیری می‌باشند.

محاسبه اعتبار واگرا و ضریب همبستگی

جدول شماره (3) - ضرایب همبستگی پیرسون و شاخص روایی منفک⁴

Cronbachs Alpha	CR	AVE	
0/910	0/926	0/519	تغییر سبک زندگی
0/813	0/867	0/532	طراحی پرتال سبک زندگی
0/796	0/752	0/539	بعد گستره ارائه خدمات
0/765	0/723	0/525	بعد گستره ارائه مخاطبین

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

جدول شماره 3 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 0/05 معنادار می‌باشد.

تحلیل مدل اندازه‌گیری⁵

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 (کلانتری، 1388).

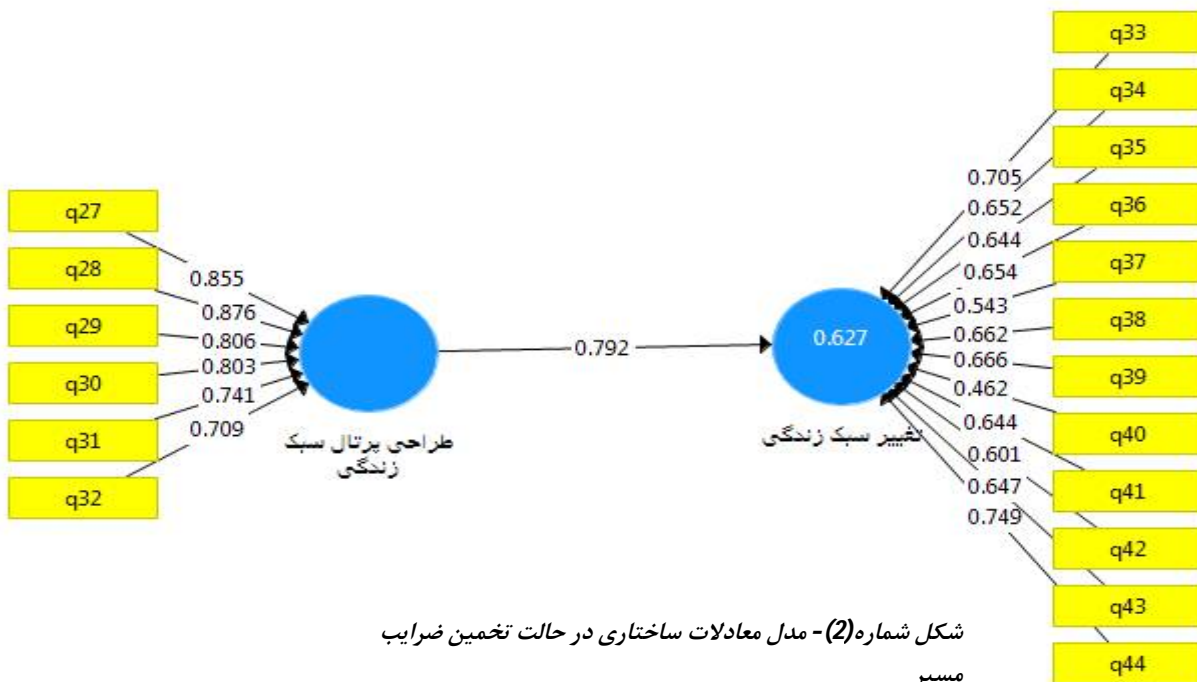


جدول شماره (4) - نتایج بارهای عاملی

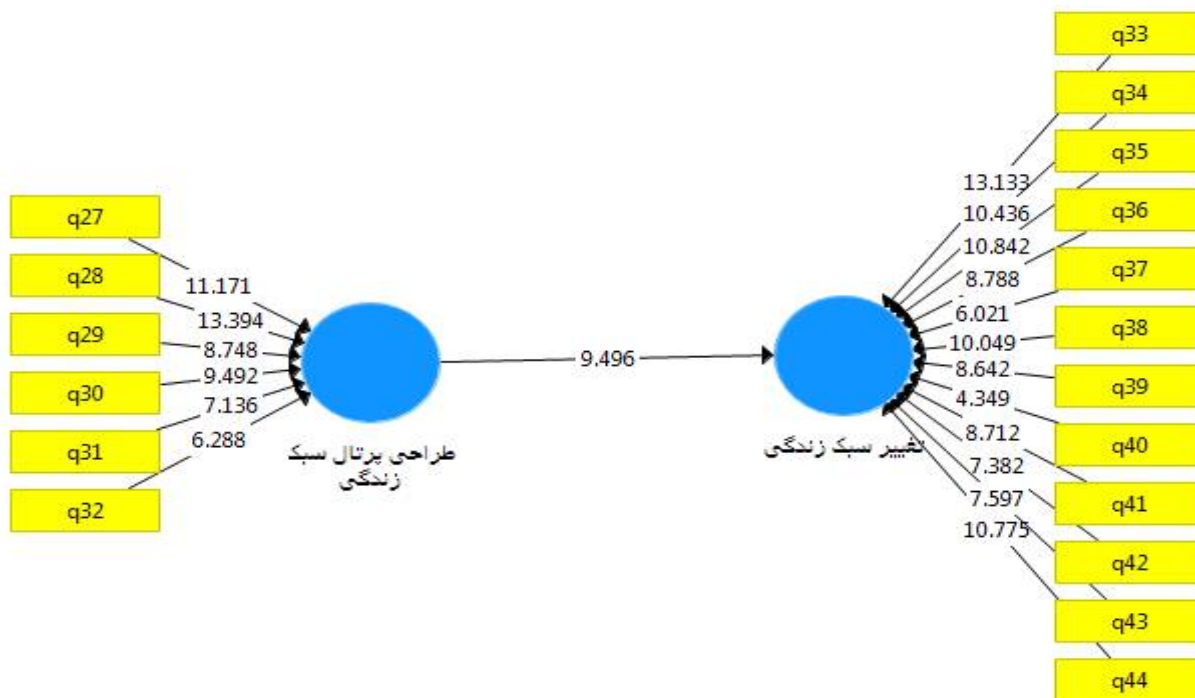
اعتبار	سطح معناداری	بار عاملی	متغیر آشکار	متغیر مکنون
Supported	<0,01	۰/۸۸۵	Question ۲۷	طراحی پرتال سبک زندگی
Supported	<0,01	۰/۸۷۶	Question ۲۸	
Supported	<0,01	۰/۸۰۶	Question ۲۹	
Supported	<0,01	۰/۸۰۳	Question ۳۰	
Supported	<0,01	۰/۷۴۱	Question ۳۱	
Supported	<0,01	۰/۷۰۹	Question ۳۲	
Supported	<0,01	۰/۷۰۵	Question ۳۳	تغییر سبک زندگی
Supported	<0,01	۰/۶۵۲	Question ۳۴	
Supported	<0,01	۰/۶۴۴	Question ۳۵	
Supported	<0,01	۰/۶۵۴	Question ۳۶	
Supported	<0,01	۰/۵۴۳	Question ۳۷	
Supported	<0,01	۰/۶۶۲	Question ۳۸	
Supported	<0,01	۰/۶۶۶	Question ۳۹	
Supported	<0,01	۰/۴۶۲	Question ۴۰	
Supported	<0,01	۰/۶۴۴	Question ۴۱	
Supported	<0,01	۰/۶۰۱	Question ۴۲	
Supported	<0,01	۰/۶۴۷	Question ۴۳	
Supported	<0,01	۰/۷۴۹	Question ۴۴	

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 0/4 بیشتر شده اند و هم چنین مقادیر محاسبه شده t برای هر یک از بارهای عاملی هر نشانگر با سازه یا متغیر پنهان خود بالای 1/96 است (سطح معناداری کمتر از 0/05 شده است). لذا می‌توان همسویی سوالات پرسشنامه برای اندازه گیری مفاهیم را در این مرحله معتبر نشان داد. (هومن 1388). 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 (2) - مدل معادلات ساختاری در حالت تخمین ضرایب مسیر



شکل شماره (3) - 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 (5) - ضرایب مسیر، آماره‌ی t و ضریب تعیین (متغیر وابسته: تغییر سبک زندگی)

متغیر مستقل	ضریب مسیر (β)	آماره t	R^2
طراحی پرتال سبک زندگی	0/792	9/496**	0/627

** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

با توجه به ضریب مسیر 0/792 و همچنین آماره t به مقدار 9/496 می‌توان گفت: با توجه به اینکه آماره t بیشتر از 2/57 می‌باشد، در سطح اطمینان 99 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 0/627 شده است. این ضریب توانایی پیش بینی متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل را بررسی می‌کند. بر این اساس متغیر طراحی پرتال سبک زندگی روی هم رفته توانسته است 62 درصد از تغییرات متغیر تغییر سبک زندگی را پیش بینی کند.

گستره مخاطبین بر تغییر سبک زندگی تاثیر می‌گذارد.

گستره ارائه خدمات بر تغییر سبک زندگی تاثیر می‌گذارد.

جدول (6) - ضرایب مسیر، آماره‌ی t و ضریب تعیین (متغیر وابسته: تغییر سبک زندگی)

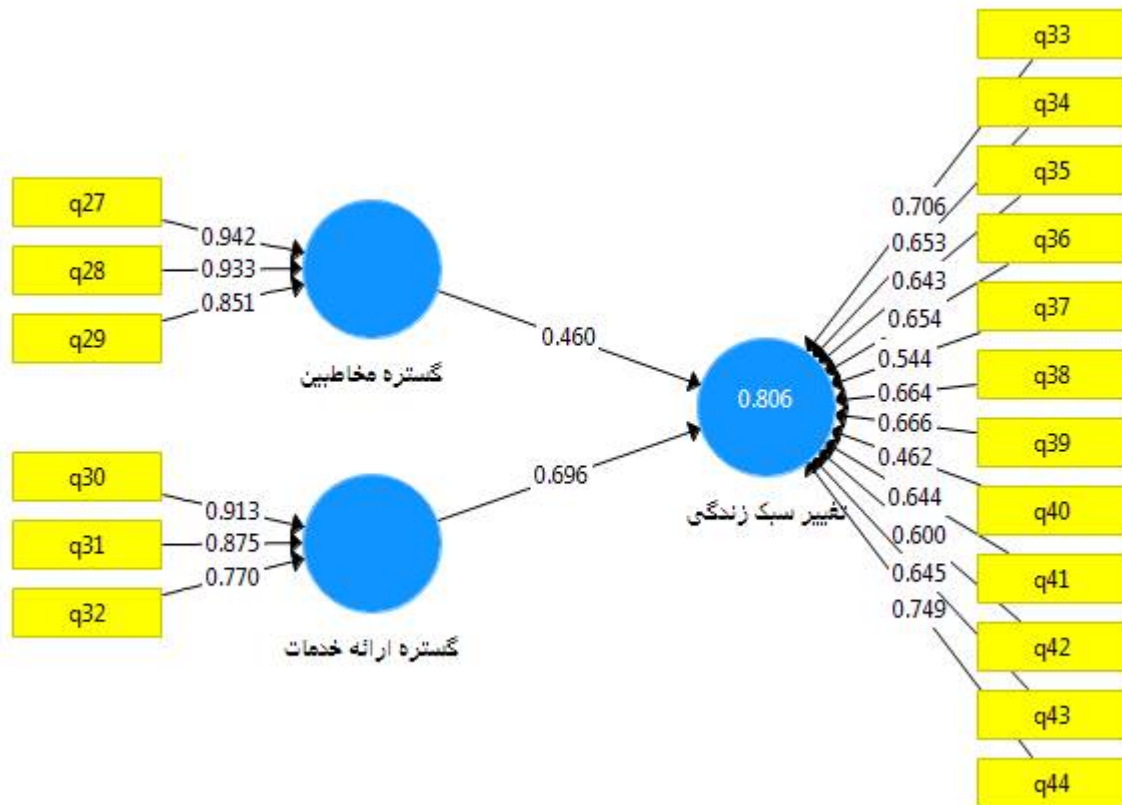
متغیر مستقل	ضریب مسیر (β)	آماره t	R^2
گستره مخاطبین	0/460	4/568**	0/628
گستره ارائه خدمات	0/696	7/391**	

** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

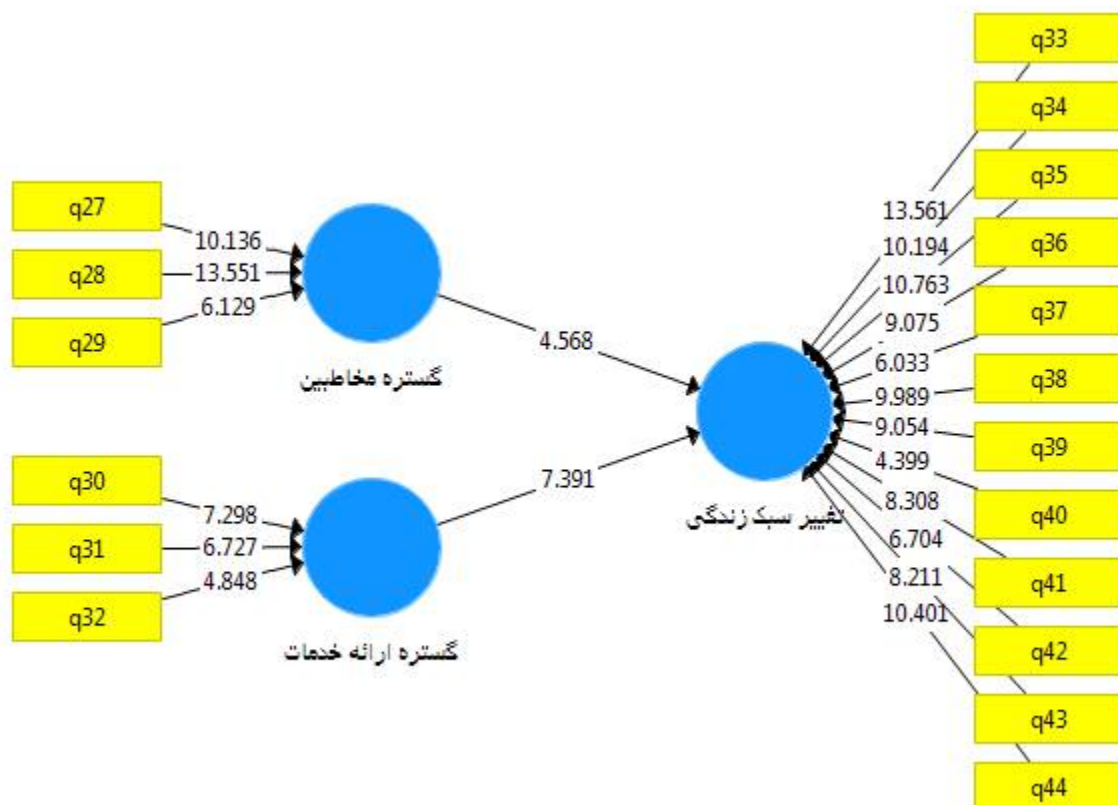
با توجه به ضریب مسیر 0/460 و همچنین آماره t به مقدار 4/568 می‌توان گفت: با توجه به اینکه آماره t بیشتر از 2/57 می‌باشد، در سطح اطمینان 99 درصد گستره مخاطبین بر تغییر سبک زندگی تاثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین فرضیه فرعی اول پژوهش تأیید می‌شود.

با توجه به ضریب مسیر 0/696 و همچنین آماره t به مقدار 7/391 می‌توان گفت: با توجه به اینکه آماره t بیشتر از 2/57 می‌باشد، در سطح اطمینان 99 درصد گستره ارائه خدمات بر تغییر سبک زندگی تاثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین فرضیه فرعی دوم پژوهش تأیید می‌شود.

مقدار ضریب تعیین چندگانه (R^2) برابر 0/628 شده است. این ضریب توانایی پیش بینی متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل را بررسی می‌کند. بر این اساس متغیرهای گستره مخاطبین و گستره ارائه خدمات روی هم رفته توانسته اند 62 درصد از تغییرات متغیر تغییر سبک زندگی را پیش بینی کنند.



شکل شماره (4) - مدل معادلات ساختاری فرضیات فرعی در حالت تخمین ضرایب مسیر



شکل (5) - مدل معادلات ساختاری فرضیات فرعی در حالت معناداری ضرایب (t-value)

نتیجه گیری

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:

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

همانطور که شکل‌های 3 و 4 نشان می‌دهند میزان تاثیر طراحی پرتال سبک زندگی بر تغییر سبک زندگی 0/79 و میزان معناداری آن 9/49 می‌باشد. که این میزان نشان از مقدار قابل قبول و تاثیر مثبت متغیر مستقل بر متغیر وابسته و تایید فرضیه مربوطه می‌باشد.

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

با توجه به ضریب مسیر 0/460 و همچنین آماره t به مقدار 4/568 می‌توان گفت: با توجه به اینکه آماره t بیشتر از 2/57 می‌باشد، در سطح اطمینان 99 درصد گستره مخاطبین بر تغییر سبک زندگی تاثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین فرضیه فرعی اول پژوهش تأیید می‌شود.

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

با توجه به ضریب مسیر 0/696 و همچنین آماره t به مقدار 7/391 می‌توان گفت: با توجه به اینکه آماره t بیشتر از 2/57 می‌باشد، در سطح اطمینان 99 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 0/627 شده است. این ضریب توانایی پیش بینی متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل را بررسی می‌کند. بر این اساس متغیر طراحی پرتال سبک زندگی روی هم رفته توانسته است 62 درصد از تغییرات متغیر تغییر سبک زندگی را پیش بینی کند و همچنین مقدار ضریب تعیین چندگانه (R^2) برابر 0/628 شده است. این ضریب توانایی پیش بینی متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل را بررسی می‌کند. بر این اساس متغیرهای گستره مخاطبین و گستره ارائه خدمات روی هم رفته توانسته اند 62 درصد از تغییرات متغیر تغییر سبک زندگی را پیش بینی کنند. در نهایت همانطور که دیده می‌شود تمامی فرضیه‌های مطرح شده توسط محقق مورد تایید و قابل قبول می‌باشد.

پیشنهادهای کاربردی برای محققان آتی

در راستای بهبود پژوهش حاضر و همچنین هر چه غنی‌تر کردن آن به محققان آینده موارد ذیل پیشنهاد می‌شود:

- 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 مدل‌سازی 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

1. اباذری، یوسف و چاوشیان، حسن (1381). از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، رویکردهای نوین در تحلیل جامعه شناختی هویت اجتماعی. نامه علوم اجتماعی ش 2.
 2. ابراهیم آبادی، حسین (1392). رویکردهای میان رشته ای بر سبک زندگی. با نگاهی به جامعه ایران. فصلنامه مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی، دوره پنجم شماره 4. صص 33-53.
 3. آزاد ارمکی، تقی، (1386). الگوهای سبک زندگی در ایران. انتشارات فرهنگ. صص. 45.
 4. بهان، کیت؛ هولمز، دیانا. (1377)، آشنایی با تکنولوژی اطلاعات. مترجم: مجید آذرخش، جعفر مهرداد، انتشارات سمت.
 5. حسن زاده محمد، نویدی فاطمه. مقایسه کاربرد انواع روش‌های ارزیابی دسترس پذیری وب سایت‌ها. تحقیقات اطلاع رسانی و کتابخانه‌های عمومی. 1389:16(2): 5-27.
 6. دکتر حسین ابوالحسنی تنهایی، شمسی خرمی (1388). بررسی رابطه جامعه شناختی باورهای دینی و سبک زندگی بر اساس نظریه گافمن، مطالعه موردی کرمانشاه.
 7. رحمانی فضلی، عبدالرضا. (1387)، فصلنامه تحلیلی و پژوهشی ارتباطات اجتماعی. فصلنامه علمی پژوهشی ارتباطات اجتماعی. شماره 25. صص 65-89.
 8. رضوی زاده، سید نورالدین. (1384)، بررسی تأثیر رسانه ها بر تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی. فصلنامه علمی- ترویجی علوم اجتماعی. شماره 31. صص 111-144.
 9. رفعت جاهد، مریم. (1387). تاثیر در وضعیت شغلی بر سبک زندگی زنان شاغل. مطالعات فرهنگی و ارتباطات. دوره 4، شماره 11. صص 139-160.
 10. فاضلی، محمد (1382) کتاب مصرف و سبک زندگی، چاپ اول، ناشر صبح صادق. صص: 27-30.
 11. الفت، سعیده و سالمی، آزاده (1391). مفهوم سبک زندگی. فصلنامه مطالعات سبک زندگی. سال اول. شماره 1. صص 9-36.
 12. کاشفی، امید. زمانی فر، آزاده. نیکخواهان، بهمن. کنعانی، کامیار (1389). ارزیابی و رتبه بندی وبگاه ها. دبیرخانه شورای عالی اطلاع رسانی.
 13. کلانتری، خلیل (1388)، مدلسازی معادلات ساختاری در تحقیقات اجتماعی - اقتصادی، تهران: انتشارات فرهنگ صبا.
 14. مختار پور مهدی و فتحی سروش. (1393). بررسی نقش و تاثیر رسانه‌های نوین تصویری در تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه علوم). مجله مطالعات توسعه اجتماعی. شماره 2، دوره 6. صص 101-118
 15. مهدوی کنی، محمدسعید (1386) مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. سال 1، شماره 1.
 16. نوابخش، فرزاد. (1393). تغییرات سبک زندگی در فرآیند توسعه ابزارهای نوین فناوری. مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران. شماره دوم. جلد ششم. صص 45-64.
1. Berber Çelik, Ç., Odacı, H. (۲۰۱۳). The relationship between problematic internet use and interpersonal cognitive distortions and life satisfaction in university students. *Children and Youth Services Review*, ۳۵, ۵۰۵-۵۰۸.
 2. 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. (۲۰۱۲). 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*, ۳۲, ۷۱۴-۷۲۰.
 ۴. Christobal, E. Flavian, C. and Guinaliu, M. (۲۰۰۷), Perceived e-service quality: Measurement validation and effect on consumer satisfaction and website loyalty, *Managing Service Quality*, Vol. ۱۷, No. ۳, pp. ۳۱۷-۳۴۰.



۵. Demiris, G., Parker Oliver, D., Wittenberg-Lyles, E. (۲۰۱۱). *Technology on Support End-Of-Life Care. Seminars in Oncology Nursing*, ۲۷(۳), ۲۱۱-۲۱۷.
۶. Friedberg, F., Williams, D., A., Collinge, W. (۲۰۱۲). *Lifestyle-oriented non-pharmacological treatments for fibromyalgia: a clinical overview and applications with home-based technologies. Journal of Pain Research* ۵, ۴۲۵-۴۳۵.
۷. *International Organization for Standardization* (۲۰۰۹). *Ergonomics of human system interaction - Part ۲۱۰: Human-centered design for interactive systems (formerly known as ۱۳۴۰۷)*
۸. Junghyun Nam. (۲۰۱۴). *Understanding the motivation to use web portals. Computers in Human Behavior. Vol. ۳۶, P: ۲۶۳-۲۷۳.*
۹. Laal, M. (۲۰۱۱). *Impact of Technology on lifelong learning. Procedia - Social and Behavioral Sciences*, ۲۸, ۴۳۹-۴۴۳.
۱۰. Mazaheri, M., ad M., Fadavi, sadat, M. (۲۰۱۱). *The role of Educational Technology in Lifelong Learning. Procedia - Social and Behavioral Sciences* ۲۸, ۸۴۲-۸۴۴.
۱۱. Mintz, J., Branch, C., March, C., Lerman, S. (۲۰۱۲). *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*, ۵۸, p: ۵۳-۶۲.
۱۲. Monaco, K.A., Belman, D.L. (۲۰۰۴). *An Econometric Analysis Of The Impact Of Technology on The Work Lives Of Truck Drivers. Research on Transportation Economics*, ۱۰(۱), ۵۷-۷۸.
۱۳. Oyarzo Pineida, F. (۲۰۱۱). *Competencies for the ۲۱st Century: Integrating ICT to Life, School and Economical Development. Procedia -Social and Behavioral Sciences*, ۲۸, ۵۴-۵۷.
۱۴. Pamfilie, R., Onete, B., Maiorescu, I., plesea, D. (۲۰۱۲). *E-learning as an alternative solution for sustainable lifelong education. Procedia - Social and Behavioral Sciences*, ۴۶, p: ۴۰۲۶-۴۰۳۰.
۱۵. Pangbourne, K., Aditjandra, P.T., Nelson, J.D. (۲۰۱۰). *New technology and quality of life for older people: exploring health and transport dimensions in the UK context. IET Intell. Transp. Syst.*, ۴(۴), ۳۱۸-۳۲۷.
۱۶. Smith, L., Rust, S. (۲۰۱۳). *Using Technology to Bridge Gaps in End-of-Life Care. Journal of Pain and Symptom Management*, Vol. ۴۵ No. (۲), p: ۳۳۲-۳۳۳.
۱۷. Sampson D., Manouselis N.. ۲۰۰۵, *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., (۲۰۰۵), *Development and Validation of instrument to measure user perceived service quality of information presenting web portal, Information & Management*, Vol. ۴۲, pp. ۵۷۵-۵۸۹.

پی نوشت

^۱ *Structural equation Model*

^۲ *smart pls*

^۳ *Discriminant Validity*

^۴ *Discriminant Validity*

^۵ *Measurement Model*