



بررسی نقش فناوری اطلاعات بر سبک زندگی مردم شهر ایزه

حسین ملتفت*^{ID}، فرود مرادی سرغولی**

* استادیار جامعه شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران. (نویسنده ی مسئول)

ایمیل: (moltafet_h@scu.ac.ir)

ارکید: (۸۶۰۰-۱۷۶۱-۰۰۰۳-۰۰۰۰)

آدرس پستی: ایران، خوزستان، اهواز، گلستان، دانشگاه شهید چمران اهواز، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی

** دانشجوی دکترای جامعه شناسی، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

ایمیل: (forudmoradi1395@gmail.com)

اطلاعات مقاله	واژگان کلیدی
تاریخ دریافت: ۴ مرداد ۱۴۰۱	اینترنت
تاریخ بازنگری: ۱۲ اسفند ۱۴۰۱	سبک زندگی
انتشار آنلاین: خرداد ۱۴۰۳	فناوری ارتباطات و اطلاعا
	مصرف رسانه‌ای

اطلاعات تکمیلی:

قدردانی: از تمامی افراد و مؤسساتی که در انجام این تحقیق مؤلف را مساعدت نمودند، قدردانی می‌شود.

تضاد منافع: نویسنده مقاله اعلام می‌کند که در انتشار مقاله ارائه شده تضاد منافی وجود ندارد.

منابع مالی: نویسنده (ها) هیچگونه حمایت مالی برای تحقیق، تألیف و انتشار این مقاله دریافت نکرده اند.



ارجاع به مقاله:

ملفت، حسین؛ مرادی سرغولی، فرود (۱۴۰۳). بررسی نقش فناوری اطلاعات بر سبک زندگی مردم شهر ایزده. توسعه اجتماعی، (۳)۱۸، ۲۲۰-۱۹۵.



10.22055/QJSD.2023.28005.1818

چکیده گسترده**معرفی:**

با ظهور مدرنیته و پیامدهای حاصل از آن مثل شهرنشینی، صنعتی شدن و گسترش ارتباطات، آداب و رسوم در شیوه زندگی سنتی افراد تغییرات اساسی بوجود آمده است و با افزایش آگاهی و ایجاد فرصت برای ساختن و تداوم ساخت تاریخ زندگی سنتی مبدل به زندگی نوین می‌شود، گرچه سنت، انسان را به سوی مسیر خاص هدایت کرده و می‌کند. می‌توان اذعان داشت که یکی از پیامدهای مدرنیته، ترویج نوعی روحیه مصرف‌گرایی بین افراد جوامع است که سبب شده دامنه اختیارات افراد، با توجه به تنوع چشمگیر مصرف کالاهای فرهنگی مادی افزایش یابد و شیوه جدید از زندگی را تجربه کنند. سبک زندگی به عنوان ملموس‌ترین سطح از زندگی و فرهنگ، متأثر از سرعت تحولات اجتماعی و گستره رقابت در عرضه محصولات به واسطه رسانه‌های متنوع، به سرعت تغییر می‌کند. در جامعه امروزی، تکنولوژی نوین ارتباطی نه تنها زندگی مادی و اقتصادی مردم، بلکه چارچوب‌های نمادین آنها را نیز دگرگون می‌سازد. انقلاب ارتباطات در عصر حاضر تأثیرات شگرفی را در ابعاد مختلف زندگی انسان‌ها گذاشته است که از مهم‌ترین آنها می‌توان به تأثیر فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی بر سبک زندگی اشاره کرد. هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش فناوری اطلاعات بر سبک زندگی مردم شهر ایزده است چارچوب نظری تحقیق بر اساس نظریات سبک زندگی بوردیو، آدلر، زیمل، وبر و ... و نظریه تغییرات اجتماعی است.

متدولوژی:

در این پژوهش از روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه جهت گردآوری داده‌ها استفاده شده است. جامعه آماری در این پژوهش کلیه شهروندان ۱۸ تا ۶۰ ساله شهر ایزده با حجم نمونه برآورد شده به کمک فرمول کوکران ۳۸۴ نفر است و جهت دستیابی به نمونه پژوهشی از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده متناسب استفاده شده است. به این صورت که ابتدا متناسب با جمعیت خانوارهای هر منطقه از شهر سهمیه‌ای به هر منطقه اختصاص داده شد و سپس در درون هر منطقه به شکل تصادفی افراد نمونه

توسط پژوهشگران انتخاب شدند. برای تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره استفاده شد.

یافته‌ها:

یافته‌های توصیفی مربوط به شاخص‌های سبک زندگی نشان می‌دهد که سبک زندگی فراغتی دارای بیشترین میانگین (۳۶/۴۲) از ۵۶ و سبک زندگی بهداشتی - درمانی دارای کمترین میانگین (۱۹/۷۲) از ۸۸ است. بطور کلی میانگین بدست آمده از شاخص‌های سبک زندگی نشان می‌دهد که همه گرایش‌ها در حد متوسط رو به بالا قرار دارند. همچنین میانگین بدست آمده از متغیر مصرف رسانه‌ای، اینترنت (۲۸/۸۱) از ۳۵ شده است که نشان می‌دهد که گرایش در حد بالا است. تحلیل داده‌های آماری نشان داد که بین مصرف رسانه‌ای (استفاده از اینترنت) و انواع سبک زندگی (فراغتی، مصرفی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، بهداشتی و مدرن) مردم شهر ایزه رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد؛ اما بین مصرف رسانه‌ای و سبک زندگی سنتی مردم شهر ایزه رابطه معناداری وجود ندارد.

نتیجه:

از یافته‌های تحقیق چنین می‌توان نتیجه گرفت که یکی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر سبک زندگی شهروندان ایزه‌ای استفاده از اینترنت و ارتباط با دنیای اطراف است و این ارتباط شیوه زندگی سنتی را دگرگون و سبک‌های جدید را جایگزین آن می‌کند. بنابراین می‌توان بیان کرد در عصر دیجیتال تمام ابعاد زندگی شهروندان تحت تأثیر مدرنیته و جهانی‌شدن قرار گرفته و رسانه‌ها به‌عنوان یک ابزار در این زمینه نقش خود را ایفا می‌کند.

منابع:

Abazari, Y.; Chavashian, H. (2002). "From Social to Lifestyle: New Approaches to Sociological Analysis", *Social Sciences Letter*, No. 20, pp. 3-27. (Persian).

Stefan Little, J. (2005). *Communication Theories*, Translation; Seyedakbar Mirhosseini, Morteza Nourbakhsh, Forest Publishing, Tehran.

Bourdieu, P. (2001). *Theory of action, practical reasons and rational choice*. Translated by Morteza Mardiha, Tehran: Role and Journal.

Bourdieu, P. (2001). *Theory of action, practical reasons and rational choice*. Translated by Morteza Mardiha, Tehran: Role and Journal.

- Tene, A. (2009). *Theories and Researches in Connection, Translation: Naeem Badii, Tehran: Hammshahri Publishing.*
- Jafari, A.; Fathi, H. (2017). "The Relationship between Media Consumption and Lifestyle Change (Case Study: Islamic Azad University Students)", *New Media Studies, Spring 2012 - No. 9 (From 221 to 255). (Persian).*
- Hamidi, A. (2008). *Providing reference services in the electronic environment, Tehran: Quarterly Journal of Book 65. (Persian).*
- Dindar Farokosh, F.; Sadriinia, H. (2009). *Public Relations and Media, Sade-e-Rosh Publications, Tehran.*
- Zokaei, M. S. (2002). "Subculture, Lifestyle and Identity", *Quarterly journal of social science education. No. 20-21, pp. 20-27. (Persian).*
- Rabbani, R.; Rastegar, Y. (2008). "Young, Lifestyle and Consumer Culture", *Tehran: Cultural Engineering Monthly, Third Year, No. 23 & 24. (Persian).*
- Rabiei A., Shah Ghasemi, A. (2008). "The Role of Communications in Crisis Management", *Journal of Cultural and Cultural Studies, 7, 61 - 81. (Persian).*
- Rabiei A., Shah Ghasemi, A. (2009). "I do not trust anyone: an investigation into the consequences of the Internet effect on the behavior of Iranian users", *World Media Magazine No. 7. (Persian).*
- Rasouli, M. R. (2003). "Study the components of lifestyle in commercial TV commercials", *Tehran: The Allameh Tabatabai University, No. 23. (Persian).*
- Zohri, M. (2010). *Comparative Study of Factors Related to the Lifestyle of Industrial Workers and Employers in Iran (Case Study: Aran & Bidgol County Carpet Industry). Master's thesis in Social Sciences Sociology, Faculty of Economics, Management and Social Sciences, Shiraz University. (Persian).*
- Shalchi, V. (2003). "Lifestyle Youth Cafe", *Tehran: Cultural Research Quarterly, Year 1, No. 1, pp. 93-115. (Persian).*
- Shaft Abadi, A.; Naseri, Gh. (1992). *Theories of counseling and psychotherapy. Tehran University Publication Center. (Persian).*
- Fazeli, M. (2003). *Consumption and Lifestyle. Qom: Saryah Sadiq. (Persian).*
- Federstone, M. (2001). "Aestheticizing Daily Life", *Translation by Mahsa Karampoor; Organon Magazine No. 19, pp. 187-228.*
- Fayyaz, A. (2011). *The Functioning and Influence of the Media on Some Social Crises in Media and Public Culture, Tehran: Research, Culture, Arts and Communication. (Persian).*
- Giddens, A. (2001). *Consequences of Modernity, translation by Mohsen Solati. Tehran: Publishing Center, Second Edition.*
- Giddens, A. (2002). *Modernity and Individuality: A Society and Personal Identity in a New Age, Translated by Naser Mofeghian, Tehran: Nayer Rey.*
- Giddens, A. (2002). *Modernity and Individuality: A Society and Personal Identity in a New Age, Translated by Naser Mofeghian, Tehran: Nay Rey.*
- Giddens, A. (2003). *Sociology. Translated by Manouchehr Sabouri, Tehran Noisheh Publishing.*
- Giddens, A. (2009). *Modernity and Individuality; Society and Personal Identity in the New Age. Translation: Nasser Sadiyan. Tehran: Nay.*

Moghaddas, A. A.; Lalsayizadeh, A.; Ghaffari Nasab, E. (2008). "The Influence of Communication and Information Technologies on Lifestyle: A Case Study of the Immigrants and Indigenous Peoples of Fars", *World Media Magazine*. Spring 2008, No. 5. (Persian).

Mahdi Khani, M. S. (2007). "The concept of lifestyle and its scope in the social sciences", *Tehran: Quarterly Journal of Cultural Research*, Vol. 1, No. 1, Autumn 2007, pp. 199-230. [Persian]

Hendry, L. B. & et. al, (2004). *Leisure time and youth lifestyles*. Translated by Faramarz Kakoli Dezfuli and Morteza Melanazar, National Youth Organization, Tehran: Third Generation.

Shah Mohammadi, A. (2006). *Persuasion and propaganda: Sociology and Techniques*, Zarbaf Asl Publishing, Tehran. (Persian).

Nabakh, F. (2017). "Lifestyle changes in the development process of new technology tools", *Social Development Studies of Iran*, Spring 2014, Year 6 No.2 (Page 45 to 63). (Persian).

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgments of taste*, London: R.K.P

Chaney, D. (2001). "From Ways of Life to Lifestyle: Rethinking Culture as Ideology and Sensibility, in J.Lull (ed)", *Culture in the Communication Age*, cited In Taylor. Lisa. Pp. 75-88.

Chaney, D. (1996). *Lifestyle*, London, Routledge.

Evanse, D. & T. Jackson (2007). *Towards a Sociology of Sustainable Lifestyles*. University of Surrey.

Shah Dhavan, V. & Douglas M. McLeod & Eunkyung Kim & Sun Young Lee & Melissa R. Gotlieb & Shirley S. Ho and Hilde Breivik (2007). "Political Consumerism: How Communication and Consumption Orientations Drive Lifestyle Politics", *the Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2007; 611; 217-235.

Thyra C. Uth (1996). *Definition of Lifestyle and its Application to travel behavior*. PhD student. Department at the Aarhus school of Business. Aalborg, Denmark.