

بررسی نقش فن آوری اطلاعات و ارتباطات پیرامون سبک زندگی فرهنگی روستاییان شهرستان مشکین شهر

وکیل حیدری ساربان^۱

دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری و روستایی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

میرناصر میرباقری هیر

استادیار اقتصاد، دانشکده اقتصاد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

اباذر اشتری مهرجردی

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی توسعه اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

حسین ابراهیم زاده آسمین

استادیار برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۱۱/۲۸

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۰۹/۱۹

چکیده

هدف این مقاله بررسی نقش فن آوری اطلاعات و ارتباطات پیرامون سبک زندگی فرهنگی روستاییان شهرستان مشکین شهر می‌باشد. این تحقیق از لحاظ هدف، توسعه‌ای، و از لحاظ ماهیت، توصیفی و پیمایشی و نیز از نوع تحلیلی است. جامعه آماری این پژوهش، شامل تمام روستاهای دارای دفاتر ICT روستایی شهرستان مشکین شهر است. برای برآورد حجم نمونه از روش نمونه‌گیری کوکران با سطح اطمینان ۹۵ درصد و احتمال خطای ۵ درصد استفاده شده است. در این تحقیق روش گردآوری داده‌ها برای پاسخ‌گویی به سئوالات تحقیق، به دو صورت اسنادی (داده‌های ثانویه) و پیمایشی (داده‌های اولیه) و ابزار مورد استفاده در روش پیمایشی پرسش‌نامه و مصاحبه بوده است. روایی صوری پرسش‌نامه توسط پانل متخصصان مورد تأیید قرار گرفت. مطالعه راهنما در منطقه مشابه جامعه آماری با تعداد ۳۰ پرسش‌نامه صورت گرفت و با داده‌های کسب شده و استفاده از فرمول ویژه کروناخ آلفا در نرم افزار SPSS، پایایی بخش‌های مختلف پرسش‌نامه تحقیق ۰/۷۵ الی ۰/۸۴ بدست آمد. در نهایت نتایج تحقیق نشان داد که به جز متغیرهای افزایش تفریح و احساس تعلق بین تمامی متغیرهای تحقیق و بهره‌گیری از خدمات فن آوری اطلاعات و ارتباطات رابطه معنی‌داری وجود دارد. در نهایت، با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد کاربردی ارائه شده است.

واژگان کلیدی: فن آوری اطلاعات و ارتباطات، سبک زندگی فرهنگی، سبک زندگی روستایی، توسعه روستایی، شهرستان مشکین شهر.

مقدمه

جامعه امروز به یمن صنعت هم‌زمان ارتباطات، در حال تجربه نوع تازه‌ای از شبکه‌ای شدن و شبکه‌ای بودن است. هم‌زمان با بی‌سیم‌ی فن‌آوری‌های اطلاعات و ارتباطات، نوع تازه‌ای از شبکه اجتماعی را بوجود آورده است (عاملی، ۱۳۸۸: ۵). این جامعه شبکه‌ای از منظر کاستلز (۲۰۰۷)، تمام دامنه‌های زندگی اجتماعی را در بر گرفته و در چنین جامعه‌ای، افراد همواره در حال ارتباط با یک‌دیگر هستند تا ساختار اجتماعی را بهبود بخشند. و شبکه‌ای شدن جامعه امروز، معنای همه‌چیز و هر چیزی را مورد بازاندیشی قرار داده و مفاهیم تازه‌ای را نیز ایجاد کرده است. اقتصاد، اجتماع، فرهنگ و حتی مفاهیم عام‌تری همچون مکان و زمان نیز در این فرآیند دگرگون شده یا هم‌چنان در حال دگرگونی هستند و معانی و تعاریف نو و جدیدی به خود گرفته‌اند. باز هم به باور کاستلز (۱۳۹۰)، گسترش فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، دگرگون شدن زندگی بشری به گونه‌ای است که مناطق از معنای فرهنگی، تاریخی و جغرافیایی خود تهی شده و در شبکه‌های کارکردی با کولژهای تصویری گنجانده می‌شوند.

و اکاوی اسناد و مدارک نشان می‌دهد که انسان متأثر از وسایل اطلاعاتی و ارتباطی از بسیاری جهات، با انسان پیش از پیدایی و رواج این وسایل متفاوت است. فن‌آوری‌های اطلاعات و ارتباطات، این امکان را برای انسان فراهم آورده است که با وجود جدایی‌های جسمی و جغرافیایی، با هم‌نوعان خود در سراسر جهان ارتباط برقرار کند. بنابر به تعبیر لپمن ابزار جدید ارتباطی بیش از سیاست بر فرهنگ تأثیر می‌گذارد (دادگران، ۱۳۸۸: ۱۸۳). و یکی از عرصه‌هایی که به مدد جهانی شدن و گسترش فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات بسیار مورد توجه قرار گرفته، سبک زندگی است. مفهوم سبک زندگی که امروزه یکی از مفاهیم بنیادین در تحلیل‌های اجتماعی (آزاد ارمکی، ربانی و شیرینی، ۱۳۸۸: ۲۱۰-۱۱) یکی از حوزه‌های جدید و مهم مطالعاتی محسوب می‌شود که در سال‌های اخیر توجه عده قابل توجهی از محققان اجتماعی را به خود جلب کرده است (شکوری، ۱۳۸۵). علاوه بر این، سبک‌های زندگی الگوهایی برای کنش هستند که مردم را از هم متمایز می‌کنند، بنابر این سبک‌های زندگی کمک می‌کنند تا آن چه را مردم انجام می‌دهند و چرایی آن را و معنایی را که برای آنها و دیگران دارد درک کنیم (چنی، ۱۳۸۲: ۱۱).

بررسی متون برنامه‌ریزی توسعه روستایی نشان می‌دهد که مانند مناطق روستایی دیگر کشورهای در حال توسعه، در دهه‌های اخیر، جامعه روستایی ایران دوران گذار خود را طی می‌کند. در گذشته به دلیل عدم وجود راه‌های ارتباطی روستایی، عدم وجود کانال‌های ارتباطی، فقدان وسایل ارتباط جمعی در روستا و بی‌سوادی و کم‌سوادی روستاییان، روند تغییرات اجتماعی در روستا کند بوده است؛ ولی امروزه به واسطه وجود عوامل فوق‌شاهد وقوع تغییراتی در جامعه روستایی هستیم که از روندی سریع‌تر نسبت به گذشته برخوردار شده است. نمی‌توان نگاه توسعه‌ای به روستا داشت و در عین حال چشم بر روی تحولات در حال وقوع در جوامع روستایی بست. بدون شک این تغییرات پیامدهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در جامعه روستایی دارد که بر روند توسعه آن‌ها تأثیر می‌گذارد (حیدری ساریان، ۱۳۹۴). به عبارت دیگر، روستاها آن چه تصور می‌شود اجتماعات سنتی به معنای کلاسیک نیستند. بسیاری از روستاها از ظواهر مدرنیته و کاربرد تکنولوژی‌هایی چون برق و وسایل ارتباطی مانند تلویزیون، ماهواره و با از میان برداشته شدن کد مخابراتی بین شهر و روستا-اینترنت، اتومبیل، استفاده از لوازم برقی در منزل و بسیاری از مواهب جدید دیگر بهره‌مند شده‌اند. این بهره‌مندی در واقع به معنای تغییر و دگرگونی در مصرفی

روستاهاست. به عبارت دیگر الگوی مصرفی روستاها یا «سبک زندگی» اجتماعات روستایی، فاقد ویژگی‌های یک جامعه سنتی است (ازکیا، حسینی رودبارکی، ۱۳۸۸: ۵۹).

لذا مطالعات نشان می‌دهد که بین فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و تغییر سبک زندگی اجتماعی و فرهنگی روستاییان ارتباط معناداری وجود دارد افزون بر این در این ارتباط، اطلاع از میزان تغییرات سبک زندگی فرهنگی و اجتماعی روستاییان به دلیل اثرات انکارناپذیر آن بر تغییر نمای ساختمان‌های مسکونی به الگوهای شهری، علاقه به یادگیری زبان انگلیسی در بین نوجوانان و جوانان تحصیل‌کرده روستایی، تغییر الگوی مصرف مواد غذایی، گرایش به عضویت در شبکه‌های اجتماعی بین جوانان روستایی، گرایش به لباس‌هایی با طرح‌های خارجی، گرایش به دیدن فیلم‌های خارجی، علاقمندی به انجام فعالیت‌های فردی، درون‌گرایی افراد روستا در مناسبات اجتماعی، تمایل به مهاجرت در بین روستاییان، مهم نبودن آبادانی روستا و... یکی از مهم‌ترین ابزارهای تصمیم‌گیری است که مسئولان و مدیران در مدیریت توسعه روستایی به آن باید توجه داشته باشند. هم‌چنین بررسی‌ها و مطالعات میدانی نگارنده در نواحی روستایی شهرستان مشگین‌شهر حاکی از آن است که میزان سبک زندگی فرهنگی روستاییان ساکن در مناطق روستایی شهرستان مشگین‌شهر با وجود اقدامات فرهنگی از جمله توسعه رسانه‌های محلی و غیره دچار تغییر و تحول عدیده‌ای از منظر اعتقاد به هزینه‌بر تولید نسبت به خرید، اعتقاد به افزایش تنوع در مصرف کالاهای آماده، پی‌گیری مدل‌های جدید در زمینه‌های مختلف توسط افراد روستایی به ویژه جوانان و... گشته است به این خاطر این تحقیق به دنبال آن است که این سؤال را مورد بررسی و کاوش قرار دهد: که آیا بین توسعه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و تغییر سبک زندگی روستاییان شهرستان مشگین‌شهر ارتباط معنادار وجود دارد؟ به همین خاطر ابتدا مبانی نظری سبک زندگی بررسی گردیده است و از آنجایی که در ایران تاکنون مطالعه خاصی در خصوص نقش فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات پیرامون سبک زندگی فرهنگی روستاییان شهرستان مشگین‌شهر صورت نگرفته است به همین خاطر مقاله حاضر در راستای تبیین نقش فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات بر تغییر سبک زندگی فرهنگی روستاییان شهرستان مشگین‌شهر می‌باشد.

مبانی نظری

بررسی و واکاوی اسناد نشان می‌دهد که سبک زندگی از آغاز قرن بیستم توجه اندیشمندان را به خود جلب کرد، آن‌گاه که برخی از صاحب‌نظران به این نتیجه رسیدند که ایده مارکس مبنی بر قشربندی جامعه بر اساس «طبقه» (مبتنی بر روابط اقتصادی)، قدرت توضیح کلیه تحولات اجتماعی و رفتارهای انسان‌ها را ندارد. پیدایش مفهوم «سبک زندگی» که علاوه بر طبقه اقتصادی، شاخص‌های دیگری را نیز شامل می‌شود، امکان برداشت‌های غیرمارکسیستی از فعالیت‌های مردم را برای صاحب‌نظران فراهم می‌آورد، و بر «منزلت اجتماعی» را به عنوان شاخص قشربندی جامعه، جای‌گزین طبقه معرفی کرد که مبنای مطالعات بعدی، به خصوص از سوی جامعه‌شناسان قرار گرفت. با این روال، به جای «تولید»، آن‌گونه که مارکس معتقد بود، «مصرف» مبنای شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی محسوب می‌شد. در سال‌های بعد، صاحب‌نظران استقلال مفهوم سبک زندگی را از طبقه و روابط اقتصادی زیر سؤال بردند. در حال حاضر برخی از اندیشمندان معتقدند که «در وضعیت مدرن، سبک زندگی حداقل تا حدی از طبقه اقتصادی مستقل است» (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۷-۵، مهدوی کنی، ۱۳۸۷، ۱۵ و Veal, 2000).

سبک زندگی روشی است که افراد در طول زندگی انتخاب کرده‌اند و زیربنای آن در خانواده پی‌ریزی می‌شود که در واقع متأثر از فرهنگ، نژاد، مذهب، وضعیت اقتصادی، اجتماعی و باورها می‌باشد. بر اساس تعریف سازمان بهداشت جهانی، سبک زندگی به روش زندگی مردم با بازتابی کامل از ارزش‌های اجتماعی، طرز برخورد و فعالیت‌ها اشاره دارد. هم‌چنین ترکیبی از الگوهای رفتاری در سراسر زندگی (فعالیت بدنی، تغذیه، اعتیاد به الکل، دخانیات و غیره) است که در پی فرآیند اجتماعی شدن بوجود آمده است (Estaji, 2008:26). سبک زندگی نقش مهمی در خلق هویت فردی و جمعی دارد. توالی ایده‌ها از زیمیل تا گیدنز و بقیه محققان، دال بر آن است که سبک زندگی‌ها قادرند مشخصه‌های هویتی و الگوی انتخاب‌های رفتاری افراد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۲۲)، هویت‌های سیاسی (روبرتز و فاگان، ۱۹۹۹: ۵۵)، جنبه‌هایی از حافظه تاریخی (چینی، ۲۰۰۳: ۵۵) و نگرش افراد درباره مصرف در دنیای جدید را شکل دهند (باکاک، ۱۳۸۱).

آدلر در خصوص پدید آمدن سبک زندگی بر این باور بود که انسان‌ها به نوعی احساس کهنتری مبتلا هستند که با روش خاصی در صدد برطرف کردن آن هستند، این رویه منحصر به فرد، برای جبران احساس کهنتری، سبک زندگی افراد را ایجاد می‌کند. سبک زندگی در سه دوره به کمال خود می‌رسد، دوران کودکی، زمان شکل‌گیری پنج ریشه اساسی سبک زندگی است که عبارتند از: سلامتی و ظاهر، وضعیت اقتصادی و اجتماعی، نگرش‌های والدینی، منظومه‌های خانوادگی و نقش جنسیتی؛ دومین بعد از سبک زندگی، نگرش‌ها نسبت به تکالیف زندگی می‌باشند که در دوران نوجوانی تحول می‌یابند. این نگرش‌ها عبارتند از: نگرش نسبت به خود، نگرش به سوی مشکلات، نگرش به سوی دیگران، نگرش به سوی جنس مخالف و نگرش به زندگی. سومین بعد از سبک زندگی، تکالیف زندگی است. آدلر به سه تکلیف اساسی در زندگی تاکید دارد که عبارتند از: دیگران، شغل، جنس و مسائل جنسی (Stein, 2005:124). سبک زندگی از نظر گیدنز (۱۳۸۴)، کردارهایی هستند که به جریان عادی زندگی روزمره تبدیل شده‌اند، جریان‌هایی که در لباس پوشیدن، غذا خوردن و شیوه‌های کنش و محیط دلخواه برای ملاقات کردن دیگران جلوه می‌کنند. بر اساس تعریف لسللی و دیگران (۱۹۹۴)، «رفتارهایی که با قشریندی حیثیتی و اعتباری مرتبط است، سبک زندگی نامیده می‌شوند. به عقیده لومباردی^۱ و همکارانش (۱۹۹۶)، سبک زندگی روش سازمان یافته و ثابتی برای نگاه کردن به فرد، دیگران و سازگاری به روش خود فرد است. به باور زیمیل (۱۹۹۰)، سبک زندگی، عینیت بخشی به ذهنیات در قالب اشکال شناخته شده اجتماعی است؛ نوعی بیان فردیت برتر و یکتایی در قالبی است که دیگری (یا دیگران) این یکتایی را درک کنند. ویلن (۱۹۹۹)، سبک زندگی فرد را تجلی رفتاری مکانیسم روحی، عادات فکری و معرفت او قلمداد می‌کند. به نظر چنی (۱۹۹۴)، سبک زندگی هویت اجتماعی در فرهنگ فرد است؛ روش نمایشی که فقط خودش را مشخص می‌کند. ویلیام لیزر^۲ (۱۹۶۴) در یک جا سبک زندگی را طرز مشخص یا متمایز زندگی کردن گروهی از مردم معرفی می‌کند؛ نظامی که از تأثیر فرهنگ (ارزش‌ها، منابع، نمادها و قوانین) بر نیروهای زندگی در گروه شکل می‌گیرد. او با توجه به تمرکزش بر موضوع بازاریابی در جای دیگر سبک زندگی را الگوی رفتاری گروهی می‌داند که در خریدهای مصرف‌کننده انبوه و روش‌های مصرف انعکاس یافته است

¹. Lombardi

².William Laser

(یوت، ۱۹۹۶: ۷). مفهوم سبک زندگی توسط بوردیو جهت‌گیری‌های نوینی پیدا کرده و در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی بازتحلیل شده است (ربانی و شیرانی، ۱۳۸۸: ۲۱۳).

بررسی اسناد و مدارک نشان می‌دهد که با جداسازی شاخص‌های زندگی مادی از غیر مادی دو نوع سبک زندگی به نام‌های سبک زندگی مصرفی و فرهنگی به وجود می‌آید. زمان، پول، تخصص و یا کارآیی شاخص سبک زندگی مادی و رفتارهای فراغتی شاخص‌های سبک زندگی غیر مادی هستند. و در این ارتباط سبک‌های زندگی فرهنگی نمایان‌گر و خالق نمادها و معانی نمادین هستند، همان کیفیتی که از زندگی بشر به جا می‌ماند و به نسل‌های آینده منتقل می‌شوند (Peterson, 1983). و در سبک زندگی فرهنگی باید به جای تاکید بر درآمد، شغل یا تحصیلات باید بر معیارهای فرهنگی چون الگوهای قریحه و ذوق تاکید ورزید؛ از میان ترجیحات متمایز فرهنگی، سبک زندگی فرهنگی نمایان می‌شود و شاخص‌های آن با خوشه‌بندی علائق فرهنگی به دست می‌آید و همه این شاخص‌ها چه در عرصه سبک‌های عمومی زندگی و چه در عرصه سبک‌های زندگی حاصل انتخاب است که خود این فرآیند، به باور بوردیو در مصارف فرهنگی، از میزان بهره‌مندی از سرمایه فرهنگی نشأت می‌گیرد (خادمیان، ۱۳۸۸: ۳۳). نیز، تفاوت‌ها و گوناگونی‌های سبک زندگی فرهنگی است که موجب تمایز گروه‌ها، قوم‌ها و قبیله‌ها از یکدیگر می‌شوند. سبک‌های زندگی فرهنگی می‌تواند به صورت یک گروه‌بندی عاطفی و مؤثر مثل یک قبیله یا تبار که از میان نمادها، سبک‌های رفتاری، قریحه و منش برآمده است جلوه‌گر شود (بوردیو، ۱۹۹۲: ۶۳۲). دوماتزیه (۲۰۰۰)، سبک زندگی فرهنگی و شیوه گذران اوقات و فراغت را بر شکل‌دهی به شخصیت افراد مؤثر دانسته است. از منظر سوبل (۱۹۸۱)، سبک زندگی فرهنگی مجموعه‌ای از رفتارهای مصرف و فعالیت فرهنگی است که روی هم‌رفته دارای انسجام هستند و در گروهی مشخصی از افراد قابل تشخیص دادنی است. بسته به این که مصرف مادی یا فرهنگی افراد مدنظر باشد، می‌توان از سبک زندگی مادی یا فرهنگی سخن گفت. سبک زندگی -فرهنگی یا مادی- پیامدهای گسترده‌ای برای زندگی فردی و اجتماعی دارد. سبک زندگی ممکن است عامل بهره‌برداری بهتر از انرژی یا از هم پاشیدن خانواده، تولید الگوهای مهاجرت، میزان جرم و جنایت، بهداشت و توزیع رفتارهای بهداشتی باشد. و واضح است که گسترش فن‌آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به تغییر سبک زندگی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی منجر می‌شود و ذکایی (۱۳۸۶)، پیرامون پیوند فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و سبک زندگی معتقد است که فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات می‌توانند زمینه شکل‌گیری عادت‌واره‌های جدیدی را فراهم سازند که خود به کنش و انتخاب‌های متفاوتی منتهی می‌شود. ظهور عادت‌واره‌های جدید، عادت‌واره‌های قبلی را به چالش می‌کشاند و در نتیجه در آنها جایجایی‌های صورت می‌گیرد. بدین ترتیب اگرچه فرآیند بازآفرینی باقی می‌ماند، با این حال شیوه‌های متنوعی تعریف میدان و امکان عمل فرد را فراهم می‌سازد.

گفتنی است که برخی از پژوهش‌گران، اهمیت و ضرورت فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات را با توجه به کارکردها و خدمات ارائه شده توسط آن، در نواحی روستایی تشریح کرده و مواردی همانند تغییر سبک زندگی را به عنوان کارکردهای مهم فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات روستایی بیان داشته‌اند. توسعه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات آثار مهمی در مناطق روستایی از خود به جای می‌گذارد که در زمینه سبک زندگی اقتصادی روستاییان می‌تواند به گرایش به افزایش وسایل غیر ضروری زندگی در بین روستاییان، جمع‌آوری ثروت، حساس بودن به مناسبات

مالی و گرایش به فعالیت‌های درآمدزا (آرنولد^۱ و همکاران، ۲۰۰۸: ۸۸۲-۸۶۲؛ ودکوماری^۲، ۲۰۰۵: ۴۰۸-۳۹۹) در زمینه سبک زندگی اجتماعی به گرایش به عضویت در شبکه‌های اجتماعی، علاقمندی زیاد جوانان به مدل‌های پوشش غیربومی، درون‌گرایی افراد روستا در مناسبات اجتماعی و مهاجرت روستاییان به شهر (بنسمن^۳ و همکاران، ۲۰۰۰: ۲۸۵-۲۳۸) در زمینه سبک زندگی فرهنگی به مدگرایی، تغییر زبان، مصرف‌گرایی، افزایش تفریح و احساس تعلق (کیتز و استون^۴، ۲۰۰۵: ۳۸۳-۳۸۹؛ راما و رائو^۵، ۲۰۰۵: ۲۳۵-۲۰۱) در زمینه سبک زندگی محیطی استفاده از انرژی، کاهش ملموس تعداد جانوران در محیط روستا نسبت به گذشته، استفاده از کودهای شیمیایی و آفت‌کش‌ها در کشاورزی و افزایش تغییر کاربری‌های باغی به کاربردی مسکونی (لین^۵ و همکاران، ۱۹۹۹؛ آکا و همکاران^۶، ۲۰۰۷: ۴۱۴-۴۰۳) اشاره نمود. در نهایت باید گفت که مطالعات اندکی در جهان و ایران پیرامون نقش فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در خصوص سبک زندگی فرهنگی مناطق روستایی انجام شده که در زیر به چند مورد از آنها اشاره می‌شود.

نتایج مطالعات میدانی بهاری و همکاران (۱۳۸۹)، با عنوان «بررسی نقش فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در بهبود مدیریت فرهنگی» حاکی از آن است که استفاده از فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات موجب بهبود مدیریت فرهنگی شده است. مطالعات فرجی سبکبار و همکاران (۱۳۸۸) با عنوان «ارزیابی نقش فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات» نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین فن‌آوری اطلاعات و اطلاعات و توانمندسازی زنان روستایی وجود دارد. نتایج حاصل از مطالعات مولایی هشتچین و همکاران (۱۳۹۱) با عنوان «نقش فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه پایدار روستایی» نشان داد که روستاییان از خدمات اطلاع‌رسانی و خدمات اختصاصی دفاتر نسبت به خدمات پایه، استفاده کمتری داشته‌اند. و تأثیر دفاتر فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات بر جنبه‌های مختلف در سطح روستا به صورت همه‌جانبه صورت نگرفته است. به زعم راجو^۷ (۲۰۰۵)، بین فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات با درون‌گرایی روستاییان در مناسبات اجتماعی، علاقمندی کم به مصرف غذاهای محلی، مصرف‌گرایی و انجام مسافرت‌های تفریحی سالانه خارج از روستا رابطه معناداری وجود دارد. وایت^۸ (۲۰۱۰)، تغییر ظاهر جوانان به الگوهای خارجی، کاهش تعاملات اجتماعی، استفاده از سبک‌های شهری در داخل منازل روستایی و کاهش علاقمندی جوانان به استفاده از زبان‌های محلی را ناشی از اثرات اجتماعی فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در مناطق روستایی می‌داند. ایمانوئل^۹ (۲۰۱۲) بر این باور است که بین مصرف‌گرایی، عدم تمایل به انجام فعالیت‌های جمعی و گروهی، تغییرات رفتاری و توسعه و گسترش فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در مناطق روستایی رابطه معنی‌داری وجود دارد. موسلی^{۱۰} (۲۰۰۶) اثرات گسترش و توسعه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات را در مناطق روستایی را در احساس علاقمندی کم روستاییان به

1. Arnould

2. Vedakumari

3. Bensman

4. Kates & Steven

5. Lynn

6. Rama & Rao

7. Raju

8. White

9. Emanuel

10. Mosley

زندگی در روستا، عدم علاقمندی در خصوص عمران و آبادانی روستا و پی گیری مدل های جدید در زمینه های مختلف توسط جوانان روستایی می داند.

این تحقیق از لحاظ هدف، توسعه ای، و از لحاظ ماهیت، توصیفی و پیمایشی و نیز از نوع تحلیلی است. در این تحقیق روش گردآوری داده ها برای پاسخ گویی به سئوالات تحقیق، به دو صورت اسنادی (داده های ثانویه) و پیمایشی (داده های اولیه) و ابزار مورد استفاده در روش پیمایشی پرسش نامه و مصاحبه بوده است. جامعه آماری این پژوهش، شامل تمام روستاهای دارای دفاتر ICT روستایی شهرستان مشگین شهر مشتمل بر ۴۹ روستا است و تعداد ۱۴ روستا از بین ۴۹ روستا به روش نمونه گیری تصادفی و ۱۹۵ نفر از ۱۹۱۱۹ نفر به روش نمونه گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شدند برای برآورد حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران و با سطح اطمینان ۹۵ درصد و احتمال خطای ۵ درصد استفاده شد. از سویی، برای برابری در آزمون و نتیجه، ۱۹۵ نفر از روستاییان ساکن در مناطق روستایی فاقد دفاتر ICT به عنوان گروه شاهد شهرستان انتخاب شدند. و انتخاب روستاهای نمونه تحقیق، با در نظر گرفتن تعداد کل روستاها، تعداد جمعیت، دوری و نزدیکی نسبت به شهر، شاخص وضعیت ارتفاع (کوهستانی، جلگه ای، جلگه ای - کوهستانی)، و قرارگیری روستا در کنار جاده اصلی و یا دور از جاده اصلی، تعداد روستاهای نمونه تحقیق بر اساس نمونه گیری تصادفی طبقه ای همان طوری که ذکر آن رفت ۱۴ روستا تعیین گردیدند و داده های خام برای اندازه گیری شاخص ها از طریق مصاحبه، مشاهده، پرسش نامه، اسناد و مدارک گردآوری گردید. هم چنین از طریق ابزار پرسش نامه، مؤلفه سبک زندگی فرهنگی به کمک ۱۷ سؤال بسته مورد سنجش قرار گرفت و برای امتیازدهی آن از طیف پنج قسمتی لیکرت استفاده گردید. در مرحله امتیازدهی، از آن جا که دسته ای از سئوالات در جهت منفی مطرح شده اند، با استفاده از نرم افزار SPSS، کدگذاری مجدد برای این دسته از سئوالات انجام شد. بنابراین، امتیاز پاسخ ها در سئوالات با جهت مثبت به صورت: ۵= کاملاً موافقم، ۴= موافقم، ۳= نظری ندارم، ۲= مخالفم و ۱= کاملاً مخالفم و در مورد سئوالات منفی عکس این حالت می باشد. در این پژوهش جهت دستیابی به اهداف پژوهش اقدام به شناسایی ۱۷ شاخص مرتبط با ابعاد مختلف سبک زندگی فرهنگی، شامل متغیرهای مدگرایی (۴ متغیر)، تغییر زبان ((۴ متغیر)، مصرف گرایی (۴ متغیر)، افزایش تفریح (۲ متغیر) و تغییرات رفتاری (۳ متغیر) با مطالعه مناطق روستایی شهرستان مشگین شهر به شرح جدول (۱) شده است.

جدول شماره (۱): متغیرهای تبیین کننده ظرفیت سازی اجتماعی

ردیف	مولفه ها	گروه ها
۱	مدگرایی	تغییر ظاهر جوانان به الگوهای خارجی (در مدل مو و غیره)، پی گیری مدل های جدید در زمینه های مختلف توسط جوانان، استفاده از سبک های شهری دکوراسیون در داخل منازل روستایی و تغییرات نمای ساختمان های مسکونی به الگوهای شهری
۲	تغییر زبان	کاهش علاقمندی جوانان به استفاده از زبان های محلی، میزان علاقه به استفاده از زبان فارسی در گفت و گو، به کارگیری اصطلاح های انگلیسی در صحبت ها و علاقه به یادگیری زبان انگلیسی در بین نوجوانان و جوانان تحصیل کرده روستایی
۳	مصرف گرایی	استفاده از مواد غذایی آماده و فروشگاه های در منزل، اعتقاد به هزینه بر بودن تولید نسبت به خرید، گرایش کم به تولید خانگی مواد اولیه خوراکی و اعتقاد به افزایش تنوع در مصرف کالاهای آماده
۴	افزایش تفریح	رفتن به پارک ها یا فضاهای سبز برای تفریح در روستاها و انجام مسافرت های تفریحی سالانه خارج از روستا
۵	تغییرات رفتاری	علاقه مندی به انجام فعالیت های فردی، کم بودن میزان ارتباطات خانوادگی و درون گرایی افراد در مناسبات اجتماعی

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۴

ابزار اندازه گیری پرسش نامه محقق ساخته می باشد. روایی صوری پرسش نامه توسط پانل متخصصان مورد تأیید قرار گرفت. مطالعه راهنما در منطقه مشابه جامعه آماری با تعداد ۳۰ پرسش نامه صورت گرفت و با داده های کسب شده

و استفاده از فرمول ویژه کروباخ آلفا در نرم‌افزار SPSS، پایایی بخش‌های مختلف پرسش‌نامه تحقیق ۰/۷۵ الی ۰/۸۴ بدست آمد. برای تجزیه و تحلیل از آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار و ضریب تغییرات) و آمار استنباطی شامل آزمون t استفاده شده است و کلیه محاسبات آماری این پژوهش بوسیله نرم‌افزار SPSS انجام گرفته است.

یافته‌ها توصیفی تحقیق

الف) میزان آگاهی روستاییان از دفاتر ICT

به منظور آگاهی روستاییان از دفاتر ICT نظرات روستاییان پیرامون آشنایی آنها با خدمات مختلف دفاتر ICT، میانگین رتبه‌ای نظر آنها محاسبه و اولویت بندی گردید. برای اولویت بندی از ضریب تغییرات (CV) استفاده شده است که یک شاخص نسبی است و امکان مقایسه متغیرهای مختلف را فراهم می‌آورد. همان طوری که در جدول (۲) مشاهده می‌شود میزان آشنایی روستاییان با دفاتر ICT، میزان آشنایی با خدمات مخابراتی و میزان آگاهی از امکانات و تجهیزات مورد نیاز جزو مهم‌ترین گویه‌های اولویت بندی شده است.

جدول (۲): میزان آگاهی روستاییان از دفاتر فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات

ردیف	گویه‌ها	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	اولویت
۱	میزان آشنایی روستاییان با خدمات مختلف اینترنتی	۳/۵۴	۰/۸۷	۵۲/۵	۹
۲	میزان آگاهی از طرح پیش‌خوان دولت	۳/۶۶	۰/۶۵	۵۰/۱	۸
۳	میزان رضایت روستاییان از خدمات ارائه شده	۴/۰۹	۰/۴۲	۴۵/۳	۵
۴	میزان آگاهی از امکانات و تجهیزات مورد نیاز	۴/۲۳	۱/۱۱	۴۲/۳	۳
۵	میزان استقبال مردم از ایجاد دفاتر ICT	۳/۹۸	۰/۶۱	۴۸/۸	۶
۶	میزان آشنایی با خدمات پست بانک	۴/۱۱	۰/۲۸	۴۴/۵	۴
۷	میزان آشنایی با خدمات مخابراتی	۴/۵۵	۱/۲	۴۲/۱	۲
۸	میزان آشنایی با دفاتر ICT	۴/۶۶	۰/۲۲	۴۱/۰۲	۱
۹	میزان آشنایی با خدمات پستی	۳/۸۷	۰/۶۵	۴۹/۶	۷

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

ب) میزان بهره‌گیری روستاییان از خدمات دفاتر فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات

به منظور بهره‌گیری روستاییان از خدمات مورد نیاز در دفاتر ICT نظرات روستاییان پیرامون استفاده آنها از خدمات مورد نیاز در دفاتر ICT، میانگین رتبه‌ای نظر آنها محاسبه و اولویت بندی گردید همان طوری که در جدول (۳) مشاهده می‌شود میزان استفاده از خدمات پست بانک، خدمات مخابراتی و تلفن و پرداخت قبوض آب، برق و گاز جزو مهم‌ترین گویه‌های اولویت بندی شده است.

جدول (۳): میزان بهره‌گیری روستاییان از خدمات مورد نیاز در دفاتر ICT

ردیف	گویه‌ها	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	اولویت
۱	خدمات پست بانک	۴/۱۴	۰/۶۵		۱
۲	خدمات مخابراتی و تلفن	۴/۰۱	۰/۷۶		۲
۳	پرداخت قبوض آب، برق و گاز	۳/۸۷	۰/۵۵		۳
۴	خدمات پستی	۳/۶۵	۱/۳۲		۴
۵	خدمات مختلف اینترنتی	۳/۵۴	۰/۴۹		۵
۶	خدمات ارائه شده در زمینه کسب و کار	۳/۳۷	۱/۲۴		۶
۷	خدمات ارائه شده پیرامون بهداشت الکترونیک	۳/۲۵	۰/۳۶		۷
۸	خدمات ارائه شده پیرامون تجارت الکترونیک	۳/۲۱	۰/۶۷		۸
۹	خدمات ارائه شده در زمینه دولت الکترونیک	۳/۰۸	۰/۸۲		۹

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

نتایج حاصل از یافته‌های توصیفی در جدول (۴) نشان می‌دهد وضعیت مدگرایی ۷/۲۲ پاسخ‌گویان ساکن در روستاهای برخوردار در سطح خیلی کم، ۱۰/۲۸ درصد در سطح کم، ۱۹/۳۱ در سطح متوسط، ۲۶/۵۲ در سطح زیاد و ۳۶/۴۷ در سطح خیلی زیاد برآورد گردید. در مقابل، وضعیت مدگرایی ۳۱/۸۴ پاسخ‌گویان ساکن در روستاهای نابرخوردار در سطح خیلی کم، ۲۳/۳۶ در سطح کم، ۲۰/۱۷ در سطح متوسط، ۱۳/۳۹ در سطح زیاد و ۱۱/۲۴ در سطح خیلی زیاد برآورد گردید. در مورد متغیر تغییر زبان میانگین و انحراف معیار روستاهای برخوردار به ترتیب با ۶/۴۱ و ۲/۲۷ برآورد گردید و میانگین و انحراف معیار روستاهای نابرخوردار پیرامون متغیر تغییر زبان به ترتیب ۵/۸۵ و ۳/۳۶ برآورد گردید. وضعیت مصرف گرایی ۱۶/۵۴ پاسخ‌گویان روستاهای برخوردار در سطح خیلی کم، ۹/۷۸ در سطح کم، ۲۰/۸۹ در سطح متوسط، ۲۴/۳۹ در سطح زیاد و ۲۸/۴۰ درصد در سطح خیلی زیاد برآورد گردید. و نیز، وضعیت مصرف گرایی ۳۴/۷۶ پاسخ‌گویان روستاهای نابرخوردار در سطح خیلی کم، ۲۸/۳۰ در سطح کم، ۱۷/۵۸ در سطح متوسط، ۱۱/۲۳ در سطح زیاد و ۸/۱۵ در سطح خیلی زیاد برآورد گردید. در مورد متغیر افزایش تفریح روستاهای برخوردار بیش‌ترین فراوانی با ۲۹/۶۲ در سطح خیلی زیاد و کم‌ترین فراوانی با ۱۰/۶۹ در سطح خیلی کم ارزیابی شدند. ولی در روستاهای نابرخوردار بیش‌ترین فراوانی متغیر افزایش تفریح با ۳۵/۲۷ درصد در سطح خیلی کم و کم‌ترین فراوانی با ۶/۷۶ در سطح خیلی زیاد ارزیابی شدند. وضعیت احساس تعلق ۳۳/۸۱ پاسخ‌گویان ساکن در روستاهای برخوردار در سطح خیلی کم، ۲۶/۹۴ درصد در سطح کم، ۱۴/۳۰ در سطح متوسط، ۱۲/۹۶ در سطح زیاد و ۱۱/۹۹ در سطح خیلی زیاد برآورد گردید. در مقابل، وضعیت احساس تعلق ۷/۶۶ پاسخ‌گویان ساکن در روستاهای برخوردار در سطح خیلی کم، ۲۰/۳۸ در سطح کم، ۲۲/۴۲ در سطح متوسط، ۲۵/۱۳ در سطح زیاد و ۲۴/۴۱ در سطح خیلی زیاد برآورد گردید. در مورد متغیر تغییرات رفتاری میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستاهای برخوردار به ترتیب با ۵/۶۶ و ۴/۴۱ برآورد گردید و میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستاهای نابرخوردار پیرامون متغیر تغییرات رفتاری به ترتیب ۴/۷۶ و ۲/۶۲ برآورد گردید.

جدول (۴): درصد فراوانی، میانگین و انحراف معیار متغیرهای سبک زندگی فرهنگی روستاهای برخوردار و نابرخوردار از خدمات ICT

متغیر	روستا	درصد پاسخ‌گویان (درصد)					
		\bar{x}	s^2	\bar{y}	s^2	\bar{z}	s^2
مدگرایی	برخوردار	۷/۴۲	۱۰/۲۸	۱۹/۳۱	۲۶/۵۲	۳۶/۴۷	۶/۶۴
	نابرخوردار	۳۱/۸۴	۲۳/۳۶	۲۰/۱۷	۱۳/۳۹	۱۱/۲۴	۶/۰۸
تغییر زبان	برخوردار	۱۳/۰۹	۲۴/۴۳	۱۵/۶۷	۲۰/۲۷	۲۶/۵۴	۶/۴۱
	نابرخوردار	۳۰/۷۳	۲۱/۸۹	۱۹/۴۳	۱۶/۴۲	۱۱/۵۳	۵/۸۵
مصرف گرایی	برخوردار	۱۶/۵۴	۹/۷۸	۲۰/۸۹	۲۴/۳۹	۲۸/۴۰	۳/۱۲
	نابرخوردار	۳۴/۷۶	۲۸/۳	۱۷/۵۸	۱۱/۲۳	۸/۱۵	۴/۳۲
افزایش تفریح	برخوردار	۱۰/۶۹	۱۸/۷۴	۱۶/۴۳	۲۴/۵۲	۲۹/۶۲	۴/۶۸
	نابرخوردار	۳۵/۲۷	۲۱/۵۶	۲۳/۰۸	۱۳/۳۳	۶/۷۶	۳/۹۹
احساس تعلق	برخوردار	۳۳/۸۱	۲۶/۹۴	۱۴/۳	۱۲/۹۶	۱۱/۹۹	۴/۲۳
	نابرخوردار	۷/۶۶	۲۰/۳۸	۲۲/۴۲	۲۵/۱۳	۲۴/۴۱	۴/۶۴
تغییرات رفتاری	برخوردار	۲۹/۷۵	۲۳/۱۴	۲۰/۸۱	۱۷/۵۴	۸/۷۶	۵/۶۶
	نابرخوردار	۱۰/۹۴	۱۹/۵۹	۱۶/۶۳	۲۴/۳۱	۲۸/۵۳	۴/۷۶

یافته‌های استنباطی تحقیق

در این قسمت به منظور مقایسه اختلاف بین میانگین‌های تحقیق از آزمون t استفاده گردیده است که نتایج آن در زیر ارائه می‌گردد.

الف) نتایج حاصل از آزمون t

با توجه به جدول ۵، نتایج آزمون t نشان می‌دهد که بین روستاییان برخوردار و نابرخوردار از نظر مدگرایی و تغییرات رفتاری اختلاف معنی‌داری در سطح ۱ درصد خطا وجود دارد. هم‌چنین بین روستاییان برخوردار و نابرخوردار از نظر تغییر زبان و مصرف‌گرایی اختلاف معنی‌داری در سطح ۵ درصد خطا وجود دارد و بین روستاییان برخوردار و نابرخوردار از نظر احساس تعلق و افزایش تفریح اختلاف معنی‌داری وجود ندارد. با توجه به میانگین‌های بدست آمده از دو گروه می‌توان اظهار نمود که به جز احساس تعلق و افزایش تفریح در تمام موارد ذکر شده سبک زندگی فرهنگی (از نظر شاخص‌های مدگرایی، تغییر زبان، مصرف‌گرایی و تغییرات رفتاری) روستاییان برخوردار بیش‌تر از روستاییان نابرخوردار بوده است.

جدول (۵): نتایج حاصل از آزمون t در خصوص اختلاف میانگین روستاییان برخوردار و نابرخوردار از خدمات ICT

ردیف	خصوصیات	روستاهای برخوردار		روستاهای نابرخوردار		مقدار (T)	مقدار (P)
		میانگین	SD	میانگین	SD		
۱	مدگرایی	۶/۶۴	۳/۳۲	۶/۰۸	۲/۲۲	۳/۱۲	۰/۰۰۰
۲	تغییر زبان	۶/۴۱	۲/۲۷	۵/۸۵	۳/۳۶	۳/۱۱	۰/۰۴
۳	مصرف‌گرایی	۳/۱۲	۱/۲۱	۴/۳۲	۱/۲۵	۶/۰۹	۰/۰۳
۴	افزایش تفریح	۴/۶۸	۲/۶۴	۳/۹۹	۳/۲۳	۴/۳۶	۰/۱۲۵
۵	احساس تعلق	۴/۲۳	۴/۳۲	۴/۶۴	۵/۵۲	۵/۹۶	۰/۰۹
۶	تغییرات رفتاری	۵/۶۶	۴/۴۱	۴/۷۶	۲/۶۲	۶/۶۴	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

بحث و نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات

امروزه هر گونه حرکت جهت دستیابی به توسعه بدون توجه به فن‌آوری‌های نوین و به خصوص فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات امری بیهوده و شکست خورده محسوب می‌شود. در این میان، به علت دور ماندن نواحی روستایی کشورمان از روند تحولات اقتصادی و اجتماعی، توسعه و گسترش فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در این نواحی یک ضرورت به شمار می‌رود.

و همانطور که مطرح گردید نوشتار حاضر نقش فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات را پیرامون سبک زندگی فرهنگی روستاییان شهرستان مشگین شهر مورد بررسی و تحلیل قرار داده است. تحلیل‌های آماری نشان داد گسترش فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در تغییر سبک زندگی فرهنگی مناطق روستایی شهرستان مشگین شهر تاثیرگذار بوده است. همان‌طوری که نتایج آزمون t نشان داد بین روستاییان برخوردار و نابرخوردار از نظر مدگرایی و تغییرات رفتاری اختلاف معنی‌داری در سطح ۱ درصد خطا وجود دارد. هم‌چنین بین روستاییان برخوردار و نابرخوردار از نظر تغییر زبان و مصرف‌گرایی اختلاف معنی‌داری در سطح ۵ درصد خطا وجود دارد و بین روستاییان برخوردار و نابرخوردار از نظر احساس تعلق و افزایش تفریح اختلاف معنی‌داری وجود ندارد. با توجه به میانگین‌های بدست آمده از دو گروه می‌توان اظهار نمود که به جز احساس تعلق و افزایش تفریح در تمام موارد ذکر شده سبک زندگی

فرهنگی (از نظر شاخص‌های مدگرایی، تغییر زبان، مصرف‌گرایی و تغییرات رفتاری) روستاییان نابخوردار بوده است.

از آن جایی که افراد روستایی (با توجه به استفاده از فن آوری اطلاعات و ارتباطات) در معرض تغییر و تحولات قرار گرفته و ارزش‌ها، هنجارها، ذائقه و قریحه آنها مورد تغییر و تحول قرار می‌گیرد و به تبع آن، پتانسیل لازم را به دلیل گسترش فن آوری اطلاعات و ارتباطات برای پذیرش سبک زندگی جدید دارند بنابراین این برنامه‌ریزان توسعه روستایی می‌بایست بیشتر به تغییرات در حال وقوع و پیامدهای این تغییرات (تا بررسی علل مؤثر) در جامعه روستایی توجه کنند. این بررسی در مناطق روستایی شهرستان مشگین شهر واقع در شمال غرب کشور صورت گرفته است و نمی‌توان با قطعیت نتایج آن را به کل روستاهای ایران تعمیم داد. بنابراین ضروری به نظر می‌رسد با انجام بررسی‌های دقیق علمی در مناطق روستایی مختلف کشور و با استفاده از رویکرد روش کیفی تصویری از آن چه در جامعه روستایی در حال اتفاق افتادن است به دست آورد. با مطالعه سبک زندگی فرهنگی روستایی و تغییرات در حال وقوع آن، می‌توان به شناختی از مسائل و نیازهای جامعه روستایی دست یافت. به همین دلیل بررسی زمان حال (برای یک جامعه در حال گذار) می‌تواند وسیله‌ای برای نظاره آینده باشد.

منابع

- ارمکی، تقی (۱۳۸۶)، زندگی روزمره در ایران، زندگی روزمره، قدرت و فرهنگ، تهران. جهاد دانشگاهی.
- ازکیا، مصطفی و سکینه حسینی رودبارکی (۱۳۸۹)، تغییرات نسلی سبک زندگی در جامعه روستایی، فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی، سال دهم، شماره ۳۷، صص ۲۶۴-۲۴۱.
- اباذری، یوسف و حسن چاوشیان (۱۳۸۱)، از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی رویکردهای نوین در تحلیل جامعه شناختی هویت اجتماعی، نشریه نامه علوم اجتماعی، دوره ۲۰، شماره ۱.
- باکاک، ر. (۱۳۸۱) «مصرف»، ترجمه خسرو صبری، انتشارات شیرازه.
- باینگانی، بهمن، ایران‌دوست، سیدفهم و سینا احمدی (۱۳۹۲)، سبک زندگی از منظر جامعه‌شناختی: بودریار، ژان (۱۳۸۹)، جامعه مصرفی، ترجمه پیروز ایزدی، تهران، نشر ثالث.
- پورجبلی، ربابه و حسن سرایی (۱۳۸۶)، بررسی سبک زندگی دو قوم آذری و کرد، مورد مطالعه قوم کرد و آذری شهر ارومیه، فصلنامه علمی و پژوهشی علوم اجتماعی، سال سوم، شماره سیزدهم، صص ۱۱۴-۸۶.
- خادمیان، طلیمه (۱۳۸۸) سبک زندگی و مصرف فرهنگی، چاپ دوم، تهران: نشر جهان کتاب
- حیدری ساریان، وکیل (۱۳۹۵)، بررسی نقش فن آوری اطلاعات و ارتباطات پیرامون سبک زندگی اقتصادی و اجتماعی روستاییان شهرستان مشگین شهر، فصلنامه توسعه اجتماعی.
- ذکایی، محمد سعید (۱۳۸۳)، آموزش شهروندی، رشد آموزش علوم اجتماعی، دوره جدید، شماره ۱.
- ذکایی، محمد سعید (۱۳۸۶)، جامعه شناسی جوانان ایران، تهران. نشر آگه.
- شکوری، علی (۱۳۸۶)، تمایزپذیری و هویت اجتماعی مبتنی بر مصرف، مطالعه موردی: جوانان شهر تهران، مجله جهانی رسانه، شماره ۲.
- عاملی، سید رضا (۱۳۸۷)، دو جهانی شدن و دو فضایی شدن فرهنگ، مجموعه مطالعات فرهنگی، مصرف فرهنگی و زندگی روزمره ایرانیان، تهران. انتشارات جهاد دانشگاهی.
- علیزاده، حمید (۱۳۸۲)، آدلر پیشگام روانکاوی جامعه نگر، تهران، نشر دانژه.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۰)، عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ (ظهور جامعه شبکه‌ای) مترجم: احمد علیقلیان و افشین خاکباز، چاپ هفتم، تهران. انتشارات طرح نو.

- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴)، چشم‌اندازهای جهانی، ترجمه محمد رضا جلایی پور، تهران. طرح نو.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸)؛ «تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید» ترجمه ناصر موفقیان، نشر نی.
- مقدمه‌ای بر شناخت و واکاوی مفهوم سبک زندگی، سال هشتم، شماره ۷۷، صص ۱۲۳-۱۱۰.
- مهدوی‌کنی، محمدسعید (۱۳۸۶)، مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال ۱، شماره ۱.
- Akca, Hasan & Sayili, Kemal (2007), 'Challenge of rural people to reduce digital divide in the globalized world: Theory and practice', *Government Information Quarterly*, 2(4), 404-413.
- Arnould, Eric J. and Thompson, C (2008), "Consumer culture theory (CCT): Twenty Years of Research", *Journal of Consumer Research*, 31 (March), 868-82.
- Bensman, Joseph and Arthur J. Vidich (2000), "Changes in the life-styles of American classes", in *The new middle classes: life-styles, status claims and political orientations*, Arthur J. Vidich, ed. New York: New York University Press, 238-58.
- Chaney, D. (1996) *Lifestyle*. Routledge.
- Sobel, M. (1981) »Lifestyle and Social Structure: Concepts, Definitions, and Analyses Academic Press.
- Emanuel, R. (2011). *Communication: humanities' core discipline*. *American Communication Journal*, 9(2), 25-56.
- Estagi, Z. Akbarzadeh, R. Tadayonfar, M. Rahnama, F. Zardosht, R. & Najari, L. (2007). The study of life style among Sabzevar city, *journal of medical science faculty*, vol 13, 3, 134-139.
- Kates, Steven M. (2005), "The protean quality of subcultural consumption: An ethnographic account of gay consumers", *Journal of Consumer Research*, 29 (December), 383-99.
- Lynn R. Kahle and Larry, C (1999), *Values, lifestyles, and psychographics*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Moseley, Malcolm J (2006); *Rural Development: principles and practice*; SAGE Publications, London.
- Raju, K.A. (2004), 'A case for harnessing information technology for rural development', *The International Information & Library Review* 36, pp. 233-245.
- Rama, Rao, T.P. (2004), 'ICT and e-Governance for Rural Development', *Center for Electronic Governance, Indian Institute of Rural Management, Ahmedabad. Poetics*, 3(4), 201-235.
- Roberts, K. & Fagan, Colette (1999) »Young people and their leisure in former communist countries: Four theses examined«. *Leisure Studies*, Vol. 18, 1-17.
- Vedakumari, V. (2005), 'Information and Communication Technologies (ICTs) For Rural Development', *Jornal of Rural Development*, 24(3), 399-408.
- White, R.A. (2010). 'Is empowerment the answer? Current theory and research on development communication', *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 66(1):7-24.