

Investigating The Mediating Role of Economic And Family Environment in Analyzing The Effect of Media on The Lifestyle of Rural People in Zanjan County

SOHEILA FATHI¹, MOHAMMAD BADSAR^{2*}, HOSSEIN SHABANALI FAMI³, AND ROHOLLAH REZAEI⁴

1, MSc Student in Rural Development, Department of Extension, Communication and Rural Development, Faculty of Agriculture, University of Zanjan, Zanjan, Iran

2, Assistant Professors, Department of Extension, Communication and Rural Development, Faculty of Agriculture, University of Zanjan, Zanjan, Iran

3, Professors, Department of Agricultural Development & Management, Faculty of Agricultural Economics & Development, University of Tehran, Karaj, Iran

4, Associate Professors, Department of Agricultural Extension, Communication and Rural Development, Faculty of Agriculture, University of Zanjan, Iran

(Received: May. 6, 2019- Accepted: Dec. 19, 2020)

ABSTRACT

Development of new technology not only has been facilitated the rural people access to services but also has been provided the bases for transmission patterns of urban life into the rural communities through the growth of media. Then all communities in recent decades have been changed under the influence of the media on the various aspects of social, psychological, economic and physical. Therefore, this study aims to investigate the mediating role of economic and family environment in analyzing the effect of media on the lifestyle of the rural people in Zanjan County by applying a survey method. The population of this study consisted of all rural residents in Zanjan county that through using multi-stage cluster sampling 250 respondents were selected. Questionnaires were used to collect the data. Questionnaire in addition to the individual characteristics including the main variables consisted of lifestyle (with components of social, psychological, spiritual and physical health) and environmental factors (including media, family and economic environment), which all were measured using five level Likert scale (1 = very low to 5 = very high). Data analysis was performed using SPSS₂₀ and AMOS₂₀ softwares. The results showed that the direct effect of media on lifestyle was negative and significant. Also the result based on bootstrap method showed that the indirect effect of media on lifestyle via the economic and family environment was significant.

Keywords: Lifestyle, Media, Family Environment, Economic Environment, Psychological Health, Zanjan County

Extended Abstract

Introduction

Iranian society has undergone transformations in various aspects of life. Lifestyle changes in today's world are affected by structural, economic, social, cultural factors and the development of information and communication technologies. These changes have led to generational gap and changing values in the family and societies. These variations are not limited to urban communities, and even traditional functions of rural communities have changed under the influence of media such as television, satellite, mobile phones and the Internet. Nowadays, due to the development of new information and communication technologies, people are aware of the cultural habits and behaviors of other societies and adopt in different degrees some of the behaviors of others and replace or combine them in their lifestyle. In this study, the lifestyle of the rural people in Zanjan County was investigated from four aspects (including physical, psychological, social and spiritual dimensions) and the direct and indirect effects (through the mediating role of economic and family environment) of the media environment on lifestyle were examined.

Methods

The target population of this study was comprised of all rural residents in Zanjan County that through using multi-stage cluster sampling 250 respondents were selected. An in-depth review of literature was conducted to develop the questionnaire for data collection. The face and content validity of the questionnaire was confirmed by the comments from panel of experts including faculty members before the pre-test. Questionnaire in addition to the individual characteristics including the main variables consist of lifestyle (with components of social, psychological, spiritual and physical health) and environmental factors (including media, family and economic environment), which all were measured using five level Likert scale (1 = very low to 5 = very high). The data was analyzed based on structural equation modeling (SEM) approach. Data analysis was performed using SPSS₂₀ and AMOS₂₀ softwares. In order to test the indirect effect of media on lifestyle through two mediating variables of economic and family environment, Bootstrap multi-purpose method was used.

Results

Descriptive results showed that 38% of the respondents were women and 62% were men. 70.8% of the respondents are married and in terms of education level 24.8% of the respondents are illiterate and only 8% had a bachelor's degree or higher. The average age of the respondents was 37.7 years, indicating that the respondents were young. Based on the structural model results, the direct impact of the media on lifestyle was negative and significant. The results showed that the effect of family and economic environment on the lifestyle of the rural people in Zanjan County was positive and significant. While the results showed that the total indirect effect of media on lifestyle through the two mediating variables of economic and family environment is negative and significant and explains 33% of variations in lifestyle of the rural people in Zanjan County. The mediating structural model shows a 29% increase in the effect of media on lifestyle (including physical, psychological, social, and spiritual dimensions) compared to the direct structural model. The results showed the prominent role of media on lifestyle through two mediating variables of economic and family environment.

Discussion

The results revealed that fundamental changes in the lifestyle of the villagers are observed in various dimensions, part of which is influenced by the media. Findings showed that the relationship between media exposure and economic environment is negative and significant. The media cyberspace seeks to instill a new lifestyle with consumerism and luxury through its advertisements and programs. This situation has changed the socio-economic structure of the rural areas. People who had economic interactions with the supportive approach to each other's in the shadow of collective trust and empathy, now under the influence of media tended towards individualistic and passive approach to the society. The significant influence of media exposure on family environment revealed that somehow social structure of the family as a largest pillar of society that playing an important role in the socialization of family members have changed negatively. Generational gap, conflict between parents and children, changing values in the family and tending on individualistic are some of the examples. If community members grow up in a healthy family environment and a suitable situation is provided for the development of individuals and their mental and psychological satisfaction, they will no longer seek new life patterns for mental and emotional peace. Despite the above-mentioned challenges of media expansion in rural areas, undeniable benefits of media in the rapid transfer of practical and useful information are achievable with comprehensive and practical planning. Thus, purposeful and planned use of media could create favorable family environment and encouraging group activities and economic participation as an effective step in improving socio-economic situation of the rural people.

بررسی نقش میانجی محیط اقتصادی و خانوادگی در تحلیل اثر رسانه بر سبک زندگی روستاییان شهرستان زنجان

سهیلا فتحی^۱، محمد بادیار^{۲*}، حسین شعبانعلی فمی^۳ و روح اله رضایی^۴
 ۱، دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه روستایی، گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی دانشگاه زنجان، زنجان، ایران
 ۲، استادیار گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی دانشگاه زنجان، زنجان، ایران
 ۳، استاد گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی دانشگاه تهران، کرج، ایران
 ۴، دانشیار گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی دانشگاه زنجان، زنجان، ایران
 (تاریخ دریافت: ۹۸/۲/۱۶ - تاریخ تصویب: ۹۹/۹/۲۹)

چکیده

رشد و گسترش تکنولوژی نه تنها سبب بهبود امکان دسترسی جوامع روستایی به خدمات جدید شده است، بلکه زمینه‌های نشر الگوهای زندگی شهری را از طریق رسانه‌ها به جوامع روستایی فراهم ساخته است. در دهه‌های اخیر، تمام جوامع تحت تاثیر رسانه‌ها دچار دگرگونی در ابعاد مختلف اجتماعی، روان‌شناختی، اقتصادی و جسمانی شده‌اند. لذا، هدف از تحقیق فوق بررسی نقش میانجی محیط اقتصادی و خانوادگی در تحلیل اثر رسانه بر سبک زندگی روستائیان شهرستان زنجان بود که به روش پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل کلیه روستائیان شهرستان زنجان می‌باشد که با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای ۲۵۰ نفر انتخاب و داده‌ها با استفاده از ابزار پرسشنامه جمع‌آوری گردید. پرسشنامه مورد استفاده، علاوه بر ویژگی‌های فردی در برگرفته متغیرهای اصلی تحقیق، شامل سبک زندگی (با مولفه‌های؛ سلامت اجتماعی، روان‌شناختی، معنوی و جسمانی) و عوامل محیطی (شامل محیط رسانه‌ای، خانوادگی و اقتصادی) بود که همه با استفاده از طیف لیکرت پنج سطحی (۱= خیلی کم تا ۵= خیلی زیاد) اندازه‌گیری شدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها به وسیله نرم افزار SPSS²⁰ و AMOS²⁰ انجام شد. یافته‌های تحقیق نشان داد رابطه بین اثرپذیری از رسانه با سبک زندگی روستائیان منفی و معنی‌دار بود. همچنین، نتایج بررسی اثر غیرمستقیم از طریق روش Bootstrap، حاکی از معنی‌داری اثر غیرمستقیم رسانه بر سبک زندگی از طریق محیط اقتصادی و محیط خانوادگی می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: سبک زندگی، رسانه، محیط خانوادگی، محیط اقتصادی، سلامت روان‌شناختی،

شهرستان زنجان

مقدمه

تحولات و دگرگونی‌های دنیای مدرن، متاثر از تغییر ساختارهای اجتماعی و فرهنگی است. در واقع، نگرش و رفتار افراد و گروه‌ها در معرض تغییرات وسیعی قرار گرفته است که حاصل دنیای جدید است. همان‌طور که امروزه نسل جوان دیگر خود را در چارچوب هنجارهای گذشتگان تعریف نمی‌کند و به دنبال کسب الگوهای

گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات در عصر جدید منجر به تغییرات عمده‌ای در زندگی اجتماعی و اقتصادی افراد شده است (Olatokun, 2008). به شکلی که امروزه به دلیل گسترش خدمات الکترونیکی، مردم از الگوهای زندگی جوامع مختلف نیز مطلع گردیده‌اند.

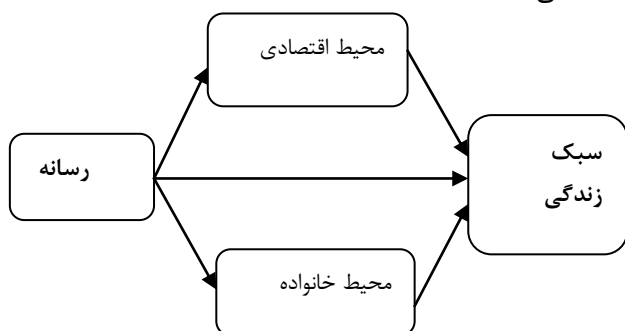
سریع و عمده هنجارها و ارزش‌های خانوادگی میان فرزندان و والدین است، تا جایی که می‌توان از هنجارهای رقیب در کنار هنجارهای سنتی خانواده‌ها بحث به میان آورد. چنین هنجارهایی منشاء بسیاری از تعارض‌ها به شمار می‌روند (Moeedfar & Sabori, 2013) و متأثر از نقش رسانه‌ها هستند. به بیان علمی‌تر، مخاطب در معرض رسانه‌های جمعی قرار می‌گیرد و از طریق آن‌ها تغییر را تجربه می‌کند. به این ترتیب، عصر حاضر شاهد شکل‌گیری نوعی سبک زندگی مدرن است که ریشه اصلی آن، رسانه‌های جمعی می‌باشد (Emamjomezadeh et al., 2014). از این رو، درک بهتر ویژگی‌های محیط در کنار توجه به سبک و شیوه‌های زندگی به برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران کمک می‌کند تا با بینش جدید به توسعه جوامع بنگردند (Yuan & Lin, 2013). بنابراین، موضوعی که در حال حاضر در جامعه کنونی اهمیت زیادی پیدا کرده، توجه به روند تغییرات و دگرگونی‌های سبک زندگی افراد است (Haghosta & Gholibaghshahi, 2013). در این زمینه، با توجه به اهمیت مسئله، در سال‌های اخیر، پژوهش‌های متعددی در این خصوص صورت گرفته که در این بخش به نتایج برخی از مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود.

Titan et al. (2012) در تحقیق خود، پدیده مهاجرت از مناطق روستایی در نظریه نئوکلاسیک‌ها را مورد بررسی قرار داد. طبق این نظریه، علت مهاجرت مردان ناشی از تفاوت درآمد بین کشور مبدا و مقصد و در نهایت تحت عنوان جهانی شدن است. وی عنوان می‌کند، به دلیل استفاده از تکنیک‌های ارتباطی و رسانه‌ای گسترده، همانند تلفن همراه و اینترنت در مناطق روستایی، روابط بین فردی و خانوادگی افراد تداوم یافته، اما در نتیجه‌ی تفاوت‌های اقتصادی محسوس بین الگوهای زندگی مناطق شهری و روستایی، پدیده مهاجرت تنها راه‌حل رفع این تفاوت‌ها از منظر روستاییان به ویژه میان مردان است. Merisuo & Soininen Storm (2010)، دلایل تغییر سبک زندگی جوانان را، نوآوری در زمینه اطلاعات رسانه‌ای و الکترونیکی می‌دانند و اشاره می‌کنند به دلیل متفاوت بودن دنیای نوجوانان از دنیای والدین این عامل می‌تواند

جدید و مدرن زندگی برای خود است (Moeedfar & Sabori, 2013). در ایران، مدرنیته در قالب ورود صنعت، فناوری و مدرنیزاسیون اقتصادی رخ داد و با اندیشه‌های غرب‌گرای حاکمان و روشن‌فکران غرب‌زده، مبانی اعتقادی مدرنیسم نیز به تدریج در قالب مدرنیزاسیون فرهنگی در لایه‌های مختلف زندگی مردم رسوخ کرد و فضای اجتماعی کشور را دگرگون ساخت (Jowkar, 2014). از این رو، ماهیت جوامع امروزی تغییر کرده است و گستردگی این تحولات، موجب شده زندگی جوامع از جایگاه سنتی خود فاصله بگیرد، به گونه‌ای که تعریف و توصیف این نوع از جامعه معاصر، به عنوان یک جامعه سنتی ممکن است تنها به عنوان یک شعار تلقی شود (Falk & Kilpatrick, 2000). بنابراین، سبک زندگی تمامی جوامع، به ویژه جوامع روستایی، فاقد ویژگی‌های مرتبط با نظام‌های اجتماعی سنتی است (Azkia & Roudbarake, 2010).

سبک زندگی دارای یک ساختار و چارچوب مشخص است که می‌تواند در حوزه‌های متفاوتی همچون انگیزه خرید، سلامت جسمانی، اجتماعی، اقتصادی، کیفیت محصولات و غیره مطرح گردد (Brunsø et al., 2004). از آن‌جا که سبک زندگی جنبه‌های عینی، مشهود و ملموس فرهنگ و نظام ارزشی در یک جامعه را نشان می‌دهد، می‌تواند در ابعاد گوناگونی نیز دچار تغییر و تحول شود. شاخص‌ترین این تغییرات، سلامت معنوی جامعه است و از آن‌جا که مذهب انبوهی از ارزش‌های متافیزیکی و اخلاقی را همراه با مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های زندگی اجتماعی برای جوامع انسانی دارد، لذا آموزه‌های مذهبی بر شکل‌گیری سبک خاص زندگی برای حیات فردی و اجتماعی افراد موثر است و بررسی نقش باورهای مذهبی می‌تواند به دریافت ابعاد تازه‌ای از حیات زندگی انسان منجر گردد (Saiedi & Biraghie, 2012). همچنین، تحول در سایر ابعاد سبک زندگی در چند دهه اخیر، موجب شده تا خانواده‌ها در معرض چالش‌های جدی قرار گیرند. چالش‌هایی که به نظر می‌رسد، شکل سنتی خانواده را زیر سوال برده‌اند. تغییر شیوه و سبک زندگی افراد، از جمله زمینه‌های بروز چالش در خانواده‌ها می‌باشد. مهم‌ترین چالشی که خانواده‌های امروزی با آن روبرو هستند، تغییر و دگرگونی

طریق متغیرهای میانجی محیط اقتصادی و خانوادگی می‌باشد.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

مواد و روش‌ها

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و به روش پیمایشی انجام شده است. پرسشنامه استاندارد با انجام اصلاحاتی متناسب با شرایط جامعه مورد مطالعه، به عنوان ابزار جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق ۴۸۶۴۹۵ نفر از روستاییان شهرستان زنجان بودند. به منظور تعیین حجم نمونه، با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌ها مبتنی بر مدل سازی معادلات ساختاری، بر اساس مطالعات مختلف (Hair et al., 2010; Kline, 2011) افزودن بر حجم جامعه آماری، معیارهای مهم دیگری همچون نوع تکنیک و تخمین آماری، تعداد متغیرها، گویه‌ها و پیچیدگی روابط در مدل مفهومی به عنوان عوامل مهم تعیین کننده تعداد نمونه آماری مورد توجه قرار گرفته اند و با در نظر گرفتن این ملاحظات نمونه آماری ۲۵۰ نفری مورد مطالعه قرار گرفت.

پرسشنامه به عنوان ابزار این تحقیق علاوه بر ویژگی‌های دموگرافیکی (سن، تحصیلات و وضعیت تاهل)، مشتمل بر چهار بخش دیگر برای اندازه‌گیری متغیرهای اصلی تحقیق بود: ۱. سبک زندگی شامل چهار مولفه سلامت اجتماعی، سلامت روان‌شناختی، سلامت معنوی و سلامت جسمانی به ترتیب هر یک با ۹، ۷، ۱۱ و ۱۰ گویه که در تحقیقات دیگر (Lali et al., 2012; Khajenuri et al., 2010; Majdi et al., 2010) هم مورد استفاده قرار گرفته شده، اندازه‌گیری شدند؛ ۲. محیط رسانه‌ای شامل ۴ گویه؛ ۳. محیط اقتصادی شامل ۵ گویه؛ و ۴. محیط خانوادگی شامل ۶ گویه بود. برای

نقش مهمی در اجتماعی شدن جوانان و نوجوانان و مجزا کردن سبک‌های زندگی خود از سایر گروه‌ها داشته باشد. از آن‌جا که گسترش مرزها و راه‌های ارتباطی بین مناطق منجر به تعاملات شهروندان کشورهای مختلف جهان شده است، سبک‌ها و استانداردهای زندگی افراد روستایی در اجتماع و خانواده‌ها در بستر تغییرات رسانه‌ها دچار تغییر می‌شود. Milbourne & Kitchen (2014) در نتایج تحقیق خود از ابزارهای ارتباطی به عنوان عامل موثر در انتقال جریان‌ها و تحولات نام بردند و ریشه این تحرکات را در فقر مناطق، دلبستگی افراد به محیط و عوامل سنتی و اجتماعی آن محل می‌دانند. طبق گزارش‌ها، انتقال اطلاعات از طریق رسانه سبب دستیابی به فرصت‌های اجتماعی و اقتصادی مبتنی بر شیوه‌های زندگی برابر بین زنان و مردان می‌شود. لذا، افراد تمایل به ارتباط با مراکز راه دور دارند. Mohammadi et al. (2013) نشان داد که بین ابعاد سبک زندگی و تعالی خانواده همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. به این ترتیب که از بین ابعاد سبک زندگی در گام اول، سلامت اجتماعی در گام دوم، سلامت اجتماعی و روحانی در گام سوم، سلامت اجتماعی روحانی و روان‌شناختی با تعالی خانواده همبستگی چندگانه معنی‌دار دارند (Bashir & Afrasiyabe, 2012). یکی از تحقیقات دیگر نشان داد که بین رسانه و ابعاد مختلف سبک زندگی رابطه معنی‌داری وجود دارد (Shakarbagy & Amire, 2011). Bashir & Afrasiyabe (2012) در تحقیق خود با عنوان مدیریت بدن و مقبولیت اجتماعی نشان دادند که میانگین مدیریت بدن برای دانشجویان دختر، ۸۳/۴۶ و پسر ۷۲/۶۶ درصد بود که این نتایج، حاکی از میزان مدیریت بیشتر دختران نسبت به پسران بر بدن‌هایشان است. این عامل می‌تواند تحت تاثیر عواملی همانند گسترش خدمات الکترونیکی و دنیای نوین رسانه‌ای در جوامع بیش از قبل، بروز نماید (Jain et al., 2013).

بر اساس ادبیات تحقیق و محدوده موضوعی مورد پژوهش، مدل مفهومی این تحقیق همان‌طور که در شکل (۱) نشان داده شده است، بیانگر نه تنها اثر مستقیم بلکه اثر غیرمستقیم رسانه بر سبک زندگی از

تعدادی بیشتر از نمونه آماری واقعی از طریق بازنمونه‌گیری با جایگذاری^۳ از یک نمونه مادر یا اصلی به تعداد دفعات زیاد به صورت تصادفی و خودکار را ممکن می‌سازد.

برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای با توجه به گستره جغرافیایی تحقیق، تعداد بالای جامعه و محدودیت‌های تحقیق (مالی، زمانی و انسانی) استفاده شد. البته، همگنی خوشه‌ها (از نظر شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی)، روایی به کارگیری روش نمونه‌گیری خوشه‌ای را تایید می‌کند. برای استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای ابتدا شهرستان زنجان از استان زنجان انتخاب، سپس از هر بخش چند دهستان و در نهایت، از هر دهستان چند روستا انتخاب گردید. در پایان در سطح جامعه روستایی به روش تصادفی داده‌های مورد نظر در قالب پرسشنامه از تعداد ۲۵۰ نفر جمع‌آوری گردید.

نتایج و بحث

یافته‌های توصیفی

نتایج توصیفی در جدول ۱ آورده شده است. ۳۸ درصد از پاسخگویان را زنان و ۶۲ درصد را مردان تشکیل داده است. ۷۰/۸ درصد پاسخگویان متأهل و از نظر سطح تحصیلات ۲۴/۸ درصد پاسخگویان بی‌سواد، ۴۴ درصد زیر دیپلم و تنها ۸ درصد دارای تحصیلات لیسانس و بالاتر بودند (جدول ۱). میانگین سنی پاسخگویان ۳۷/۷ سال و ۵۳/۶ دارای سنی برابر و کمتر از ۳۵ سال بودند که بیانگر جوان بودن پاسخگویان می‌باشد.

اندازه‌گیری همه متغیرها از طیف لیکرت پنج سطحی (۱= خیلی کم تا ۵= خیلی زیاد) استفاده گردید.

روایی ظاهری و محتوایی پرسشنامه با استفاده از نظرات گروهی از خبرگان و مطلعان کلیدی (شامل اعضای هیات علمی گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی) و قبل از انجام پیش‌آزمون صورت پذیرفت. به منظور بررسی پایایی ابزار تحقیق، پیش‌آزمون در روستاهای شهرستان زنجان (روستاهای تهم و همایون) که از روستاهای انتخاب‌شده برای جمع‌آوری داده‌های اصلی تحقیق نبودند، انجام گرفت و ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید که مقدار آن برای متغیرهای سبک زندگی، محیط رسانه‌ای، محیط اقتصادی، و محیط خانوادگی به ترتیب ۰/۸۳۹، ۰/۸۰۱، ۰/۷۹۷، و ۰/۸۶۱ بود که نشان از پایایی قابل قبول است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS²⁰ در بخش توصیفی (شامل فراوانی، درصد و میانگین) و AMOS²⁰ در بخش استنباطی (تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری) استفاده شد. به منظور آزمون اثر غیرمستقیم رسانه بر سبک زندگی از طریق دو متغیر میانجی محیط اقتصادی و محیط خانوادگی از روش چند منظوره Bootstrap استفاده گردید. روش Bootstrap که یک تکنیک جدید برای آزمون میانجی^۱ به شمار می‌رود، امکان برآورد کلی مجموع یک اثر غیرمستقیم (مجموع $A \rightarrow B \rightarrow C$)، سطح معنی‌داری و تعیین سطحی از فاصله اطمینان^۲ را برای یک نقطه تخمینی فراهم می‌نماید (Mallinckrodt et al., 2006). از جمله مزایای اصلی استفاده از روش Bootstrap، آن است که این روش امکان آزمون اثر غیرمستقیم بین متغیرها در سطح و

ساختاری میانجی اثر غیرمستقیم عامل رسانه بر سبک زندگی از طریق اثری که می تواند بر محیط اقتصادی و خانوادگی داشته باشد، بررسی شد (شکل ۳).

نتایج حاصل از نیکویی برازش مدل ساختاری مستقیم نشان داد که مدل ساختاری تحقیق بر اساس شاخص های مختلف از برازش مناسبی برخوردار است (شکل ۲ و جدول ۲).

جدول ۲. نتایج میزان انطباق مدل ساختاری مستقیم با شاخص های برازش

شاخص	$\frac{\chi^2}{df}$	GFI	CFI	IFI	RMSEA
معیار پیشنهاد شده	≤ 3	≤ 0.90	≤ 0.90	≤ 0.90	≤ 0.08
مقدار گزارش شده	۱/۸۶۹	۰/۹۱۲	۰/۹۲۵	۰/۹۲۶	۰/۰۵۹

همان طور که از شکل (۲) مشخص است، عامل اثرپذیری از رسانه به تنهایی در حدود ۴ درصد از واریانس متغیر وابسته سبک زندگی را تبیین نموده است. خلاصه نتایج به دست آمده از برآورد مدل ساختاری مستقیم تحقیق در جدول (۳) نشان داده شده است.

بر اساس نتایج حاصل از مدل ساختاری، اثرپذیری مستقیم از رسانه بر سبک زندگی منفی و معنی داری می باشد ($\beta = -0.196, p = 0.020$).

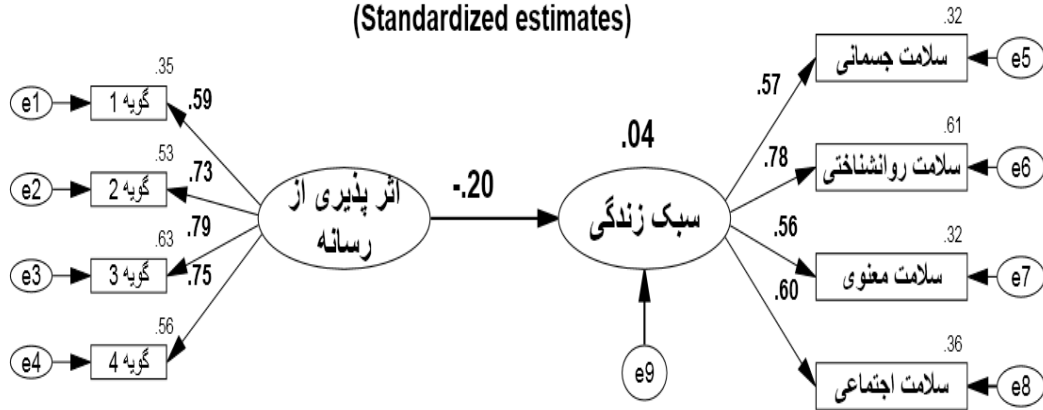
جدول ۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس ویژگی های فردی

متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت		
مرد	۱۵۵	۶۲
زن	۹۵	۳۸
وضعیت تاهل		
مجرد	۷۳	۲۹/۲
متاهل	۱۷۷	۷۰/۸
سطح تحصیلات		
بیسواد	۶۲	۲۴/۸
زیر دیپلم	۱۱۰	۴۴
دیپلم و فوق دیپلم	۵۸	۲۳/۲
لیسانس و بالاتر	۲۰	۸
گروه های سنی		
۲۵ سال و کمتر	۷۴	۲۹/۶
۲۶-۳۵ سال	۶۰	۲۴
۳۶-۴۵ سال	۳۲	۱۲/۸
۴۶-۵۵ سال	۱۸	۷/۲
۵۶ سال و بالاتر	۶۶	۲۶/۴

یافته های استنباطی

در این بخش، در قالب دو مدل ساختاری ابتدا اثر مستقیم عامل رسانه بر سبک زندگی روستاییان مورد بررسی قرار گرفت (شکل ۲) و سپس، در قالب مدل

Chi-square (df) = 43.540 (19); P value = .001;
 Relative Chi-Sq = 2.292; AGFI = .919;
 GFI = .957; CFI = .954; IFI = .954;
 RMSEA = .072
 (Standardized estimates)



شکل ۲. مدل ساختاری مستقیم بر اساس مقادیر استاندارد

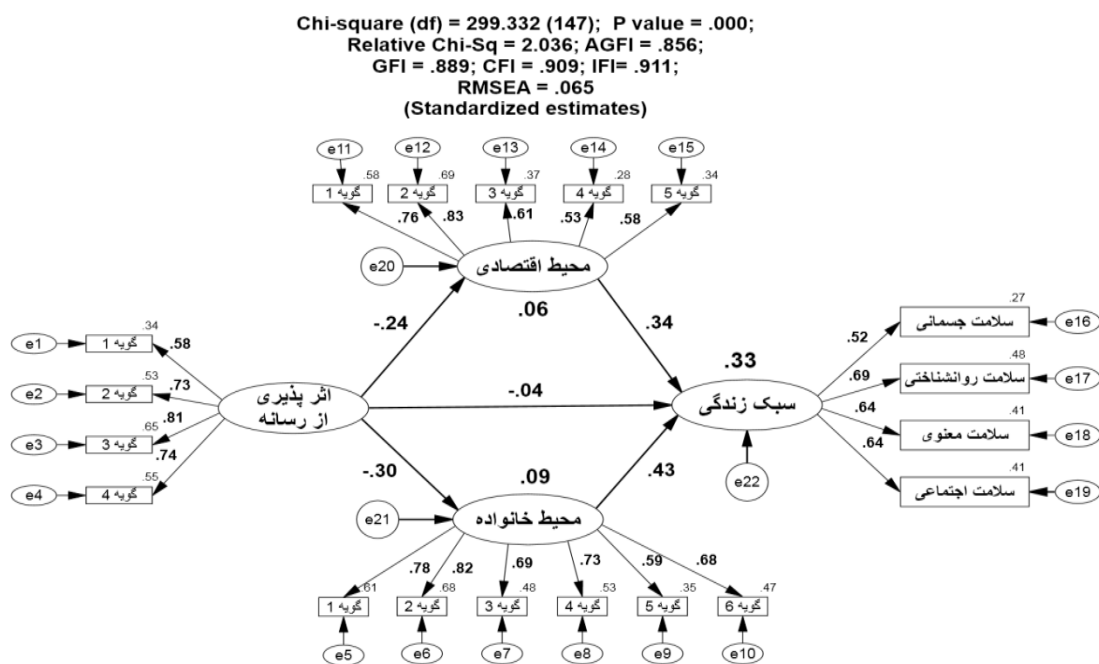
جدول ۳. ضرایب رگرسیونی بر اساس مدل ساختاری مستقیم

رابطه	مقادیر غیراستاندارد	خطای استاندارد	ضریب استاندارد	نسبت بحرانی	سطح معنی داری
اثر پذیری از رسانه ← سبک زندگی	-۰/۰۹۰	۰/۰۳۹	-۰/۱۹۶	-۲/۳۲۵	۰/۰۲

نمونه ۵۰۰۰ تایی در سطح اطمینان ۹۵ درصد گردید. نیکویی برازش مدل ساختاری میانجی نشان داد که مدل از برازش قابل قبولی برخوردار است. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که مجموع اثر مستقیم و غیرمستقیم رسانه بر سبک زندگی از طریق دو متغیر میانجی محیط اقتصادی و محیط خانوادگی تبیین‌کننده ۳۳ درصد از تغییرات سبک زندگی روستاییان می‌باشند که افزایش ۳۰ درصدی نسبت به مدل ساختاری مستقیم (شکل ۳) را نشان می‌دهد.

آزمون اثر غیرمستقیم رسانه بر سبک زندگی

برای آزمون اثر غیرمستقیم رسانه بر سبک زندگی از طریق دو متغیر میانجی محیط اقتصادی و محیط خانوادگی با استفاده از روش Bootstrap، ابتدا مدل مفهومی میانجی مفروض پژوهش (همانگونه که در شکل ۳) آمده است) طراحی گردید و سپس، بر اساس نمونه آماری پیشنهاد داده شده توسط Hayes (2009)، از طریق انجام نمونه‌گیری‌های فرعی متعدد با جایگذاری بر مبنای داده‌های اصلی گرفته شده از ۲۵۰ نفر از روستاییان شهرستان زنجان اقدام به ایجاد و جایگزینی



شکل ۳. مدل ساختاری میانجی بر اساس مقادیر استاندارد

رابطه بین اثرپذیری از رسانه با محیط خانوادگی منفی و معنی دار می باشد ($\beta = -0/301, p = 0/000$).
 رابطه بین محیط اقتصادی با سبک زندگی مثبت و معنی دار می باشد ($\beta = 0/338, p = 0/000$).
 رابطه بین محیط خانوادگی با سبک زندگی مثبت و معنی دار می باشد ($\beta = 0/426, p = 0/000$) (جدول ۴).

بررسی نتایج مربوط به روابط مجزای بین متغیرهای تحقیق بر اساس مدل ساختاری میانجی (جدول ۴) نشان می دهد که؛
 رابطه بین اثرپذیری از رسانه با سبک زندگی بعد از ورود متغیرهای واسط همچنان منفی اما غیر معنی دار می باشد ($\beta = -0/035, p = 0/661$).
 رابطه بین اثرپذیری از رسانه با محیط اقتصادی منفی و معنی دار می باشد ($\beta = -0/242, p = 0/003$).

جدول ۴. ضرایب رگرسیونی بر اساس مدل ساختاری میانجی

رابطه	مقادیر غیراستاندارد	خطای استاندارد	ضریب استاندارد	نسبت بحرانی	سطح معنی داری
اثر پذیری از رسانه ← سبک زندگی	-0/015	0/034	-0/035	-0/438	0/661
اثر پذیری از رسانه ← محیط اقتصادی	-0/252	0/085	-0/242	-2/977	0/003
اثر پذیری از رسانه ← محیط خانواده	-0/343	0/090	-0/301	-3/809	0/000
محیط اقتصادی ← سبک زندگی	0/137	0/037	0/338	3/714	0/000
محیط خانواده ← سبک زندگی	0/157	0/034	0/426	4/586	0/000

می باشد. با توجه به این که سطح معنی داری اثر غیرمستقیم کمتر از 0/05 بوده و عدد صفر در دامنه کران پایین و بالای (به ترتیب -0/347 و -0/104) این اثرات قرار نمی گیرد، میزان اثر غیرمستقیم استاندارد

طبق جدول (۵)، نتایج به دست آمده از اجرای روش Bootstrap نشان می دهد که مجموع اثر غیرمستقیم رسانه بر سبک زندگی از طریق دو متغیر میانجی محیط اقتصادی و محیط خانوادگی برابر با مقدار -0/210

معنی‌داری اثر مستقیم رسانه بر سبک زندگی در مدل میانجی، بعد ورود دو متغیر واسطه، عامل رسانه به طور غیرمستقیم با اثرگذاری بر محیط اقتصادی و محیط خانوادگی دارای نقش مهمی بر سبک زندگی جوامع روستایی می‌باشد.

شده این متغیرها برابر با صفر نبوده و معنی‌دار می‌باشد (جدول ۵). در نتیجه می‌توان بیان داشت که متغیرهای محیط اقتصادی و محیط خانوادگی از اثر میانجی در رابطه بین رسانه با سبک زندگی برخوردار بوده‌اند. به عبارت دیگر، می‌توان اشاره کرد که با توجه به غیر

جدول ۵. نتایج تست اثر غیرمستقیم/میانجی بر اساس روش Bootstrap

Bootstrap			خطای استاندارد اثر غیرمستقیم	مقادیر استاندارد شده غیرمستقیم	رابطه
فاصله اطمینان (CI) ۹۵ درصد					
سطح معنی‌داری (Two Tailed)	کران بالا	کران پایین			
۰/۰۰۱	-۰/۱۰۴	-۰/۳۴۷	۰/۰۶۲	(-۰/۲۴۲×۰/۳۳۸) = (-۰/۳۰۱×۰/۴۲۶) +	اثر پذیری از رسانه ← (محیط اقتصادی و محیط خانواده) ← سبک زندگی
				-۰/۲۱۰	

می‌گیرد. از این رو، رسانه فضای مناسبی برای انتقال سبک‌ها و الگوهای مناسب و متناسب با ساختار فرهنگی و اجتماعی مناطق روستایی فراهم می‌کند. لذا، توجه به محتوای برنامه‌های رسانه و تبلیغات آن می‌تواند در دستور کار برنامه‌ریزان قرار گیرد.

یافته‌ها نشان داد رابطه بین اثر پذیری از رسانه‌های الکترونیکی با محیط اقتصادی منفی و معنی‌دار است. این یافته، با نتایج تحقیق Titan et al. (2012) و Milbourne & Kitchen (2014) همسو می‌باشد.

فضای مجازی رسانه‌ها با تبلیغات خود در صدد القای سبک زندگی نوین همراه با مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی هستند. این وضعیت ساختار اجتماعی مناطق روستایی را نیز دستخوش تغییر ساخته است. به بیانی دیگر، افراد در مناطق روستایی در سایه اعتماد و اطمینان جمعی، تعاملات اقتصادی مناسبی با سایرین داشتند، ولی در عصر حاضر به دلیل تمرکز افراد به فعالیت‌های اقتصادی فردی، توجه به مشکلات اقتصادی هم‌نوعان از اهمیت کمتری برخوردار است. با توجه به مهارت‌ها و قابلیت‌های روستاییان، معرفی فعالیت‌های مربوط به کارآفرینی از طریق تبلیغات رسانه در سایه مشارکت اقتصادی ذینفعان می‌تواند گام موثری در بهبود وضعیت ذکر شده باشد.

یکی از عوامل موثر بر شکل‌گیری سبک زندگی، ساختار خانواده است که می‌تواند تاثیر مستقیمی بر نوع

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گسترش رسانه‌ها، الگوهای زندگی متنوعی را در معرض انتخاب جوانان و نوجوانان قرار داده است. به گونه‌ای که امروزه، تغییرات اساسی در سبک زندگی روستاییان در ابعاد مختلف مشاهده می‌شود که بخشی از آن، متاثر از نقش رسانه‌ها است. در این مقاله سعی شده به برخی از این تغییرات در قالب پیشنهاد اشاره شود.

همان‌گونه که نتایج تحقیق نشان داد، اثرپذیری از رسانه دارای اثر منفی و معنی‌داری بر سبک زندگی افراد است. نتایج این بخش از تحقیق با یافته‌های پژوهشی مختلفی همچون Bashir & Afrasiyabe (2012)، Kitchen & Merisuo- Soininen (2010) و Milbourne (2014) مطابقت دارد. می‌توان چنین استدلال کرد که تاثیر پذیری اقشار مختلف جامعه از رسانه در ابعاد مختلف زندگی نمایان است. این یافته می‌تواند گویای این مطلب باشد که برخی از الگوهای زندگی جوامع شهری از طریق رسانه‌ها به مناطق روستایی منتقل می‌شود. با توجه به رشد و گسترش ابزارهای ارتباطی و رسانه‌ای نظیر ماهواره، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و غیره در عصر حاضر، سنت‌ها و الگوهای زندگی افراد در مناطق مختلف در اختیار افراد جامعه قرار می‌گیرد. از آن‌جا که رسانه به عنوان تاثیرگذارترین ابزار ارتباطی شناخته شده است، بالطبع تبلیغات آن هم مورد توجه بسیاری از مخاطبان قرار

های آموزشی در اختیار افراد قرار داده شود تا با حفظ بنیان خانواده در بلندمدت بتوان جامعه‌ای با زیر مجموعه‌های اجتماعی سالم داشت.

نتایج نشان داد رابطه بین محیط اقتصادی با سبک زندگی مثبت و معنی‌دار بود. تغییر سبک زندگی نسل امروزی در بستر محیط اقتصادی ملموس و قابل مشاهده است، چرا که اقتصاد بنیان جامعه را حفظ می‌کند. تعاملات اقتصادی بین اهالی در محیط روستا می‌تواند منجر به حفظ و پایداری روابط اجتماعی شود. به عبارتی دیگر، سلامت اجتماعی افراد در طی فعالیت‌ها و داد و ستدهای اقتصادی در جوامع محلی تقویت می‌شود. با توجه به اهمیت نقش ریش‌سفیدان در تصمیم‌گیری‌های مربوط به امور روستا از نظر اهالی، ایجاد صندوق‌های اعتباری خرد با مدیریت ریش‌سفیدان روستا می‌تواند فرصت مناسبی برای سرمایه‌گذاری اهالی در راستای بسط روابط و بهبود تعاملات اقتصادی روستاییان باشد.

با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق، می‌توان به نقش برجسته رسانه‌ها در تحولات سبک زندگی اشاره کرد. علی‌رغم چالش‌های ذکر شده به واسطه گسترش خدمات رسانه‌ای در مناطق روستایی، با برنامه‌ریزی‌های جامع و کاربردی می‌توان با بهره‌گیری از مزایای این ابزارها و انتقال سریع اطلاعات کاربردی و مفید به وسیله آن، فضای خانوادگی و اجتماعی مطلوبی را برای روستاییان فراهم کرد.

سبک زندگی افراد داشته باشد. اگر افراد جامعه در فضای سالم خانواده رشد پیدا کنند، با توجه به فراهم بودن فضای مناسبی برای تکامل افراد و ارضای روحی و روانی آنان، دیگر در پی کسب الگوهای زندگی جدید برای کسب آرامش روحی و روانی نخواهند بود. یافته‌ها نشان داد که رابطه بین اثرپذیری از رسانه با محیط خانوادگی منفی و معنی‌دار است. این یافته با نتایج تحقیق Soinininen & Merisuo-Storm (2010) در یک راستا می‌باشد. خانواده به عنوان بزرگ‌ترین رکن جامعه است که نقش مهمی در اجتماعی‌شدن اعضای خانواده بر عهده دارد. ولی ساختار اجتماعی این رکن مهم تحت تاثیر رسانه دچار تغییر و تحول شده است. به گونه‌ای که امروزه یکی از بزرگ‌ترین مشکلات اجتماعی کشور، درگیری و اختلاف بین والدین و فرزندان است. در واقع، ارزش‌های نسل قبل توسط نسل جدید به سخره گرفته می‌شود.

فیلم‌ها و سریال‌های پخش شده از طریق رسانه‌ها بازخورد بیشتری برای افراد در موقعیت‌های متفاوت اجتماعی دارد. به عبارتی نشان دادن فضای عاطفی مناسب در خانواده در قالب سریال‌ها می‌تواند مورد توجه عموم قرا گیرد. از این رو، پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزان به جای تمرکز بر شکاف خانواده‌ها و معرفی چالش‌های آن، نگاه عمیق‌تری به بحث تقویت ساختارها و فضای عاطفی خانواده‌ها داشته باشند. همچنین، پیشنهاد می‌شود برنامه‌های خانوادگی از طریق رسانه‌ها یا برنامه

REFERENCES

1. Azkia, M., & Roudbarake, M. H. (2010). Generational Change in the Lifestyle of the Rural Population. *Quarterly of Soial Welfar*, 10(37), 241-264. (In Farsi)
2. Bashir, H., & Afrasiyabe, M. S. (2012). Internet Social Networks and Youth Life Style: A Case Study of the Largest Iranians' Virtual Community. *Cultural Research*, 5(1), 31-62. (In Farsi)
3. Brunsø, K., Scholderer, J., & Grunert, K. G. (2004). Closing the gap between values and behavior—a means–end theory of lifestyle. *Journal of Business Research*, 57(6), 665-670.
4. Emamjomezadeh, S. J., Marandi, Z., Rahbarghazi, M. R., & Saidie, A. L. (2013). Examine the relationship between media consumption and lifestyles among Esfahan university students. *Communication research*, 12(2), 101-120. (In Farsi)
5. Falk, I., & Kilpatrick, S. (2000). What is social capital? A study of interaction in a rural community. *Sociologia Ruralis*, 40(1), 87-110.
6. Haghrosta, M., & Gholibaghshahi, A. (2013). The Impact of American Consumerism on the Mexican Youth Lifestyle. the Semiotics of Ducks Season Film. *Quarterly of Research in Contemporary World Literature*, 8(11), 57-72. (In Farsi)
7. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate Data Analysis (seven ed.)*. United State of Amreica: Pearson prentice hall.
8. Hayes, A. F. (2009). Beyond Baron and Kenny: Statistical mediation analysis in the new millennium. *Communication monographs*, 76(4), 408-420.

9. Jain, A., Swetha, S., Johar, Z., & Raghavan, R. (2014). Acceptability of, and willingness to pay for, community health insurance in rural India. *Journal of epidemiology and global health*, 4(3), 159-167.
10. Jowkar, M. (2014). Modernity, lifestyle change and population decline in Iran. *The Islamic Journal of Women and Family*, 2(1), 39-70. (In Farsi)
11. Khajenuri, B., Hashemi, S., & Rohani, A. (2010). Life style and national identity; Case study: high schools students in Shiraz city. *National Studies*, 16 (4). 127-152. (In Farsi)
12. Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*: the Guilford Press.
13. Lali, M., Abedi, A., & Kajbaf, M. B. (2013). to Build and Validate the Lifestyle Questionnaire. *Psychological Research*, 15(1), 80- 64. (In Farsi)
14. Milbourne, P., & Kitchen, L. (2014). Rural mobilities: Connecting movement and fixity in rural places. *Journal of Rural Studies*, 34(0), 326-336.
15. Mohammadi, R., Ahmadi, S. A., Etmadi, O., Fathizadeh, M., & Abedi, A. (2013). Investigating the simple and multiple relationship between lifestyle and family excellence. *Family Counseling and Psychotherapy*, 3(1)1, 89-105. (In Farsi)
16. Majdi, A. A., Sadrnabi, Rampour, B. H., & Hoshmand, M. (2010). The young's life style and its relationship with cultural and economic capital of their parents in Mashhad city. *Journal of Social Sciences*, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, 7 (2), 131-161. (In Farsi)
17. Moeedfar, S., & Sabori Khosroshahi, H. (2013). Children's conflict with parents in lifestyle. *Social Development and Welfare Planning*, 3(7), 67-98. (In Farsi)
18. Mallinckrodt, B., Abraham, W. T., Wei, M., & Russell, D. W. (2006). Advances in testing the statistical significance of mediation effects. *Journal of Counseling Psychology*, 53(3), 372.
19. Olatokun, W. M. (2008). Gender and national ICT policy in Africa: issues, strategies, and policy options. *Information Development*, 24(1), 53-65.
20. Saiedi, F., & Biraghie, M. R. (2012). A comparative study of the social relations of religious life style and modern lifestyle with an emphasis on Iran. *Journal of Religious Studies*, No. 25, 35. (In Farsi)
21. Shakarbagy, A. & Amire, A. (2011). Management bodies and social acceptance (male and female students of Islamic Azad and PNU University). *Youth Studies Journal of Sociology*, 2(3), 85-108. (In Farsi)
22. Soinine, M., & Merisuo-Storm, T. (2010). The life style of the youth, their every day life and relationships in Finland. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 1665-1669.
23. Titan, E., Ghita, S., & Covrig, M. (2012). Migration Phenomenon: A Globalization Effect or a Consequence of Poverty? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 62(0), 367-371.
24. Yuan, J., & Lin, H. (2013). An empirical study of commuting characteristics in rural areas. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 96, 114-122.