

شناسایی مقوله‌های مؤثر در سبک زندگی رسانه‌ای خانواده‌ها

امنه بختیاری*

امیر مسعود مظاهری**، بهاره نصیری***

چکیده

ترکیب و همگرایی فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی یا به عبارتی دیجیتالی شدن سبک‌های نوین زندگی را به جزئی اساسی و جدایی ناپذیر از زندگی انسان تبدیل کرده است. لذا ارتقاء سطح سواد رسانه‌ای در جامعه ایرانی به ویژه برای خانواده‌ها در جهت آگاه‌سازی فرزندان در استفاده از فضای سایبر، یک نیاز و ضرورت برای فرهنگ، سیاست و امنیت ملی محسوب می‌شود. به همین دلیل پژوهشگر، سعی دارد تا مطالب و یافته‌هایی را جهت ارتقای والدگری رسانه‌ای در خانواده به منظور مدیریت مصرف صحیح رسانه‌ای فرزندان فراهم آورد. در این تحقیق سوال اصلی پژوهشگر "مقوله‌های مؤثر در سبک زندگی رسانه‌ای خانواده‌ها در استفاده از فضای مجازی کدام است؟ روش تحقیق از نوع تلفیقی (کیفی - کمی): تحلیل محتوا و روش دلفی) است. در راستای مدیریت مصرف فضای مجازی از نظریات مرتبط به ویژه نظریه الیزابت تامن و سه لایه بودن پیام رسانه‌ای و نظریه‌ها و دیدگاه‌هایی در زمینه شیوه‌های فرزند پروری از جمله نظریه بامریند بهره گرفته شده است. نتایج این بررسی نشان می‌دهد که مولفه‌ها و ابعاد مؤثر در سبک زندگی رسانه‌ای والدین در ۳ بعد اصلی آموزش (با ۶ مفهوم اصلی و ۴۳ زیر

* دکترای جامعه‌شناسی فرهنگی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران،
ameneh_b2000@yahoo.co.uk

** دانشیار جامعه‌شناسی فرهنگی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)،
a.amirmazaheri@gmail.com

*** استادیار پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی،
bn.nasiri@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۰۱، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۵/۲۹

مفهوم) که به «والدگری رسانه‌ای» و شیوه‌های تربیتی در آن اشاره داشته، بعد ارتباط موثر (با ۳ مفهوم اصلی و ۱۵ زیر مفهوم) که به «تعامل و گفتگو» و بعد جامعه‌پذیری رسانه‌ای (با ۳ مفهوم اصلی و ۱۲ زیر مفهوم) به «هویت والدینی» می‌پردازد.

کلیدواژه‌ها: سواد رسانه‌ای، سبک زندگی، خانواده، والدین، فضای سایبر

۱. مقدمه

رویکردهای توانمندسازی در جامعه، بر عهده رسانه، مدرسه و خانواده‌ها است. در این راستا برخی کارشناسان معتقد به سه رویکرد در حوزه والدگری در فضای سایبر هستند. یک رویکرد اینست که زندگی در فضای سایبر امری "اجتناب‌ناپذیر" است و فرزندان با ورود به این فضا و زندگی دوم در آن، به توانمندی‌های لازم بر مبنای آزمون و خطا دست خواهند یافت و لزومی به حضور والدین نیست. رویکرد دیگر؛ رویکرد "محدودیت‌سازی" از سوی خانواده است که با منع، سرکوب و عدم دسترسی فرزندان به تولیدات رسانه‌ای این فضا همراه است؛ اما نه رویکرد خوش‌بینانه پاسخگو خواهد بود و نه رویکرد بدبینانه؛ رویکرد واقع‌بینانه و دیدگاه سوم "مصونیت‌بخشی و توانمندسازی" خانواده‌ها و فرزندان که با هدایت و مدیریت هوشمندانه همراه است. این مطالعه نیز به دنبال رویکرد سوم یعنی توانمندسازی خانواده در نحوه استفاده فرزندان از فضای سایبر است به معنای حرکت از استراتژی‌های سلبی به سوی استراتژی‌های ایجابی است. که این امر مستلزم گردآوری مهارت‌های سواد رسانه‌ای برای خانواده‌ها در این حوزه است (اوکونورات، ۲۰۱۳).

۲. بیان مسئله و اهمیت و ضرورت تحقیق

در کشور ما در چند سال گذشته رسانه هم از بعد سخت‌افزاری فناوری‌های نوین و هم از بعد میزان استفاده کنندگان و مخاطبان گسترش چشمگیری داشته و علاقه مندی خانواده‌های ایرانی به رسانه‌های نوین و مظاهر فناوری‌های جدید ارتباطاتی (اینترنت، موبایل، فضای مجازی و فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی و ...) منجر به شکل‌گیری سبک‌های زندگی نوینی شده است. اما در کنار این بستر ارائه شده، ترویج و آموزش سواد رسانه‌ای برای خانواده‌ها که با این مفهوم بیگانه هستند، کماکان مغفول باقی مانده است. بدین منظور اتخاذ استراتژی‌های مختلف میانجی‌گری والدین بر نحوه استفاده فرزندان به

صورت مشارکت فعالانه و مثبت بر رشد شناختی آنها حائز اهمیت است و والدین می‌توانند با سطح بالایی از مهارت سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی و انتقادی، فرزندان خود را برای حضور در این فضاواکسینه کنند. (کاستین، لیچت، وانس و لاک، ۲۰۱۲)

در این میان مهارتی که امروزه آموزش آن مورد نیاز هر جامعه‌ای می‌تواند باشد، آن است که بتوانیم عمیق‌تر مشاهده کنیم، عمیق‌تر فکر کنیم و منتقدانه تشخیص دهیم به طوری که بدانیم ما و فرزندانمان از چه نوع اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای استفاده می‌کنیم. (اوکونورات.ال، ۲۰۱۳) برای امکان پذیر شدن این امر، نیازمند تولید محتوای علمی و آموزشی مربوط به این حوزه، ارائه مهارت‌های سواد رسانه‌ای متناسب با جامعه ایرانی و ارائه راهکارهایی مناسب جهت پر کردن شکاف موجود میان وضعیت آموزش سواد رسانه‌ای در ایران و وضعیت مطلوب سواد رسانه‌ای در دنیا هستیم. چرا که امروزه علاوه بر آماده سازی افراد برای یک جامعه ملی، آماده سازی خانواده‌ها برای زندگی در جامعه جهانی و جامعه اطلاعاتی به صورت یک ضرورت درآمده است و این مهم با مطالعات و پژوهش‌های بنیادین، عملیاتی کردن این دانش و آموزش جهت تقویت فرهنگ ایرانی - اسلامی و تامین بخشی از حقوق خانواده محقق می‌شود. همچنین از آنجایی که پژوهش‌های پیشین کمتر به خلا کاربردی سازی آموزش مهارت‌های سواد رسانه‌ای برای والدین پاسخگو بوده‌اند؛ لذا تمایز این تحقیق آن است که خلاها و کاستی‌های موجود در این زمینه را با ارائه راهکارهای عملی مناسب برطرف سازد.

۳. پیشینه تحقیق

۱.۳ پیشینه داخلی

با توجه به بررسی پیشینه تحقیقات انجام شده در این زمینه؛ تحقیقات موجود در حوزه رسانه و فرزندپروری را می‌توان عمدتاً در سه محور مطالعاتی صورت بندی نمود:

- ۱- آسیب شناسی رسانه‌ها ۲- سبک‌های فرزندپروری در مواجهه با رسانه‌ها ۳- عدم آشنایی خانواده‌ها با مهارت‌های سواد رسانه‌ای (با توجه به ارزیابی سطح سواد رسانه‌ای خانواده‌ها)

- در مورد نخست ابراهیم پور و خزایی، ۱۳۹۱، احمدنیا، ۱۳۹۲، حسنونند و خیری، ۱۳۹۳، فریبا حسنی ۱۳۹۴ اشاره نمود. که بیشتر بر آسیب شناسی فضای سایبر توجه

- نموده و به ارزیابی تأثیرات این فضا بر مناسبات خانواده پرداخته شده است؛ و بیشتر تاکید بر چالش‌ها و تهدیدهایی است که روابط خانواده را دچار مشکل می‌نماید.
- دومین محور موضوعی تحقیقاتی است که ساجده شاعری، ۱۳۹۲، میردامادی اصفهانی، ۱۳۹۳، عماد اشرفی ۱۳۹۴ انجام داده‌اند؛ که به دسته بندی و بررسی سبک‌های فرزند پروری و ارتباط آنها با نحوه مواجهه خانواده‌ها، با رسانه‌ها بسنده شده است.
- سومین رویکرد تحقیقاتی است که توسط عیدی زاده، ۱۳۹۱، مندوزا و یزدیان، ۱۳۹۴، فتحی، شاکری نژاد و موسی پور، ۱۳۹۴ صورت گرفته حاکی از آن است که خانواده‌ها از سطح سواد رسانه‌ای مناسبی برخوردار نیستند.

۲.۳ پیشینه خارجی

- کودکان به عنوان کاربران اینترنت و دیدگاه والدین (دارامولا (Daramola, Dipo) ۲۰۱۵)؛ هدف این پایان‌نامه پاسخ به یک سوال پژوهشی و بنیادی است: والدین چگونه در مورد استفاده از اینترنت به فرزندانشان کمک می‌کنند؟ در این پژوهش در مورد استفاده واقعی از اینترنت در میان کودکان جوان، به ویژه بر تهدیدها و فرصت‌های مربوط به استفاده فعال از اینترنت و نقش والدین مبتنی بر هدایت کودکان در این زمینه دارد. تأثیر استفاده واقعی از اینترنت در میان کودکان را در خانه و در مدرسه بررسی کرده است. سوال پژوهش در این پایان‌نامه شامل یک مطالعه کیفی است که به صورت مصاحبه نیمه ساختار یافته در یک محیط راحت و دوستانه انجام شده است. در این مصاحبه از ۱۱ کودک و ۵ خانواده مصاحبه شده است. اکثر والدین مصاحبه شده به خوبی از دسترسی کودکان به اینترنت و استفاده از آنها اطمینان دارند.
- نتایج پژوهش بر روی کودکانی که به طور مداوم از رسانه‌های دارای صفحه نمایش (اعم از تلویزیون، رایانه‌ها، بازی‌های ویدئویی، آی‌پدها، تبلت‌ها و...) استفاده می‌کردند؛ بیانگر چاقی و اضافه وزن در این کودکان بوده است. به طوری که رفتار والدین نقش بسیار مهمی در این استفاده داشته‌اند. این تحقیق مشخص کرد که استفاده از رسانه‌های دارای صفحه نمایش بسته به سن و مرحله رشد کودکان،

می تواند خطرات مختلفی را برای کودکان ایجاد کند، (به لحاظ فیزیولوژیکی، روحی، اجتماعی و اخلاقی) (ساماها (Samaha nazir) نظیر، ۲۰۱۷).

۴. اهداف

- هدف اصلی

ارائه مدل سبک زندگی رسانه ای خانواده ها (با تمرکز بر والدین) در استفاده از فضای سایبری

- اهداف فرعی

۱. شناسایی مولفه ها، ابعاد و شاخص های ارتقای سطح سواد رسانه ای والدین در استفاده از فضای مجازی با توجه به مبانی نظری و دیدگاه متخصصان
۲. تعیین اهمیت مولفه ها، ابعاد و شاخص های ارتقای سطح سواد رسانه ای والدین در استفاده از فضای مجازی
۳. تعیین نیکویی برآزش مدل ارتقای سطح سواد رسانه ای والدین در استفاده از فضای مجازی

۵. سوال های تحقیق

- سوال اصلی

مقوله های مؤثر در سبک زندگی رسانه ای والدین در استفاده از فضای مجازی کدام است؟

- سوال های فرعی

۱. مولفه ها، ابعاد و شاخص های ارتقای سطح سواد رسانه ای والدین در استفاده از فضای مجازی با توجه به مبانی نظری و دیدگاه متخصصان کدامند؟
۲. اهمیت ابعاد، مولفه ها و شاخص های ارتقای سطح سواد رسانه ای والدین در استفاده از فضای مجازی چگونه است؟
۳. آیا مدل ارتقای سطح سواد رسانه ای والدین در استفاده از فضای مجازی از برآزش مناسب برخوردار است؟
چارچوب نظری

نظریه سواد رسانه ای الیزابت تامن

- الگوی الیزابت تامن (Thoman, Elizabeth)

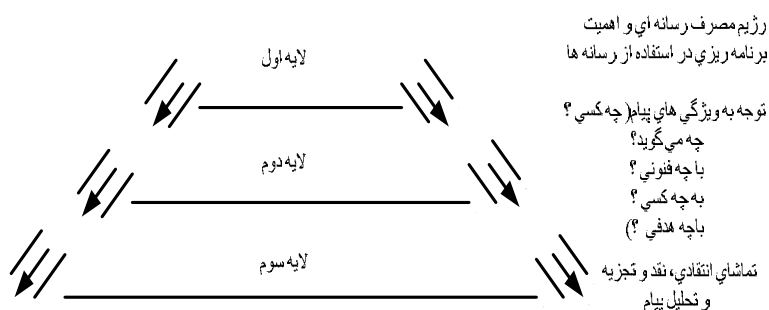
براساس نظرات " الیزابت تامن و همکارانش؛ سواد رسانه‌ای مانند فیلتری دآوری کننده عمل می‌کند؛ چنانکه جهان مترکم از پیام باشد از لایه‌های فیلتر سواد رسانه‌ای عبور می‌کند تا شکل مواجهه با پیام معنادار شود. پیام رسانه‌ای در سه لایه عمل می‌کند:

الف. لایه اول. اهمیت برنامه‌ریزی شخصی در نحوه استفاده از رسانه‌ها، به این معنا که مخاطب توجه بیشتری به انتخاب و تماشای برنامه‌های مختلف دارد و به صورت مشخصی به استفاده از تلویزیون، ویدیو، بازی‌های الکترونیکی، فیلم‌ها و دیگر رسانه‌ها می‌پردازد و میزان مصرف را کاهش می‌دهد.

ب. لایه دوم. در این سطح مخاطب به جنبه‌های نامحسوس‌تر رسانه‌ای توجه می‌کند و به پرسش‌ها و موضوعات عمیقی می‌پردازد؛ مانند اینکه پیام‌های رسانه‌ای را چه کسی می‌سازد؟ چه هدفی با فرستادن پیام دنبال می‌شود؟ چه کسی از ارسال پیام سود می‌برد و چه کسی ضرر می‌کند؟

ج. لایه سوم. این لایه مهارت‌های لازم برای تماشای انتقادی رسانه‌هاست. با این مهارت‌ها، مخاطب به تجزیه و تحلیل و پرسش درباره چارچوب ساخت پیام و جنبه‌های جا افتاده در آن می‌پردازد. آنچه در این لایه اهمیت دارد شناخت حقایق و جنبه‌هایی از پیام است که حذف شده است. به عبارت دیگر فهم متن از سوی مخاطب در گرو شناسایی ابعاد جا افتاده پیام است.

این بعد از سواد رسانه‌ای به اندازه‌ای اهمیت دارد که هابز از آن به عنوان "فهم سطوح بالاتر" یاد می‌کند. از نظر هابز این جنبه از سواد رسانه‌ای توان پیش بینی کننده‌ای قوی برای شناسایی نیازها و انتظارات مخاطبان را فراهم می‌آورد (سپاسگر، ۱۳۹۰).



نظریه‌ها و دیدگاه‌هایی در زمینه شیوه‌های فرزند پروری

- نظریه بامریند

بامریند با ترکیب سه ویژگی (پذیرش یا روابط نزدیک-کنترل - استقلال دادن)، چهار سبک فرزند پرورانه کرده است که هر یک از این ویژگیها با هم تفاوت دارند.

۱. فرزند پروری مقتدرانه (Authoritative parenting)

این روش موفق‌ترین روش فرزند پروراست، که پذیرش و روابط نزدیک، روش‌های کنترل سازگارانه و استقلال دادن مناسب را شامل می‌شود. والدین مقتدر، صمیمی و دلسوز و نسبت به نیازهای کودک حساس هستند. آنها قاطع هستند اما دخالت‌گر و محدود کننده نیستند. شیوه‌های انضباطی آنها به جای تنبیهی بودن، حمایت کننده است. این والدین قوانین و رهنمودهایی را پی ریزی می‌کنند که فرزندان آنها چنان بارمی آیند که از آنها پیروی کنند و اغلب برای مطیع سازی از استدلال و منطق بهره می‌جویند و به منظور توافق با کودک، با او گفت و گو می‌کنند.

۲. فرزند پروری مستبدانه (Authoritarian parenting)

این روش از نظر پذیرش و روابط نزدیک پایین، از نظر کنترل اجباری بالا و از نظر استقلال دادن پایین است. والدین مستبد، سرد و طرد کننده هستند. نمایش قدرت والدین اولین عاملی است که این شیوه را از دیگر شیوه‌ها متمایز می‌سازد. در این سبک فرزندان چنین بار آورده می‌شوند که از قوانین سختگیرانه‌ای که به وسیله والدین بوجود می‌آید پیروی کنند.

۳. فرزند پروری سهل انگارانه (Indulgent parenting)

در این سبک، والدین مهرورز و پذیرا هستند ولی متوقع نیستند، کنترل کمی بر رفتار فرزندان خود اعمال می کنند و به آنها اجازه می دهند در هر سنی که باشند، خودشان تصمیم گیری کنند، حتی وقتی که هنوز قادر به انجام آن نیستند. خانواده این والدین نسبتاً آشفته است.

۴. فرزندپروری غفلت انگارانه (Neglectful parenting)

در این روش، پذیرش و روابط پایین، کنترل کم و بی تفاوتی کلی نسبت به استقلال دادن وجود دارد. این والدین اغلب از لحاظ هیجانی جدا و افسرده هستند و وقت و انرژی کمی برای فرزندان صرف می کنند. (برگ، ص ۱۹۶، ۱۳۹۴)

۶. روش پژوهش

پژوهش حاضر دارای دو مرحله است:

مرحله اول: روش تحقیق در این مرحله با توجه به هدف ها و سوال های پژوهشی، کیفی است.

مرحله دوم: در این مرحله، روش کمی با بهره گیری از تکنیک دلفی استفاده گردید.

نمونه گیری مرحله اول و دوم

در مرحله اول تحقیق کلیه کتب و مقالات و منابع موجود در کتابخانه چاپی (کتابخانه دانشگاه تهران، کتابخانه مرکز تحقیقات رسانه، و مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران در تهران)، و الکترونیک (سایت ها و پایگاه های اطلاعات علمی معتبر) در حوزه سواد رسانه ای، شیوه فرزند پروری و فضای مجازی (سایبری) در داخل و خارج از کشور مورد بررسی قرار گرفت که به دلیل حجم زیاد مطالب چاپی و دیجیتالی، حدود ۱۰۰ منبع با استفاده از روش نمونه گیری غیر احتمالی از نوع هدفمند برای این تحقیق انتخاب شد. در این مرحله، متغیرها و شاخص های سبک زندگی والدگری رسانه ای را از نظریات موجود در کتب، مقالات و منابع موجود بصورت منتخب برای خانواده ها (والدین و فرزندان) استخراج نمودیم.

در مرحله دوم با بهره گیری از روش نمونه گیری غیر احتمالی از نوع هدفمند و گلوله برفی با ۲۰ تن از کارشناسان و متخصصان در حوزه روان شناسی و علوم تربیتی، علوم ارتباطات، فن آوری اطلاعاتی و ارتباطی و جامعه شناسی مصاحبه گردید.

روش و ابزار جمع آوری اطلاعات مرحله اول و دوم
 ابزار جمع آوری اطلاعات و داده‌ها در مرحله اول تحقیق، فیش‌ها، فرم‌ها و جداول
 محقق ساخته‌ای و در مرحله دوم از مصاحبه استفاده شده است.
 روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در مرحله اول و دوم
 روش تجزیه و تحلیل اطلاعات در مرحله اول با استفاده از نظام مقوله‌ای استقرایی و در
 مرحله دوم تکنیک دلفی می‌باشد.

۷. نتایج حاصل از اجرای پژوهش

در تحقیق حاضر، پس از توضیح و بررسی برخی از مبانی نظری سواد رسانه‌ای، شیوه‌های
 فرزند پروری، فضای مجازی و خانواده، به شناسایی مولفه‌های سبک زندگی والدگری و
 ارتقای سطح سواد رسانه‌ای والدین در خانواده با رویکرد استفاده از فضای مجازی و میزان
 اهمیت این مولفه‌ها پرداخته شده است که نتایج حاصله از دیدگاه‌های صاحب‌نظران ارائه
 می‌شود:

تم اصلی اول: آموزش

با توجه به دیدگاه صاحب‌نظران حاضر در مصاحبه منظور از تم اول ظهور یافته از
 بیشتر معطوف به جنبه آموزش می‌باشد. از تجزیه و تحلیل نتایج مصاحبه‌ها در مورد تم
 آموزش ۳ مقوله: کسب مهارت در تفکر، کسب مهارت سواد رسانه‌ای و شیوه‌ی فرزند
 پروری جدید (رسانه‌ای) ظهور کردند. که مفاهیم اصلی و زیر مقوله‌های تم اول در جدول
 ذیل ارائه می‌شوند.

جدول ۴-۲ فرایند دسته‌بندی مقولات و زیر مقوله‌ها تم اصلی اول

تم اصلی	مقوله	زیر مقوله
۴-۲-۱	کسب مهارت در تفکر	-تفکر نقادانه؛ -تفکر خلاقانه، -تفکر مراقبتی، -قدرت حل مسئله و تصمیم‌گیری. -تفکر مشارکتی؛

	کسب مهارت سواد رسانه‌ای		<p>- رعایت رژیم مصرف رسانه‌ای؛</p> <p>- کسب مهارت فهم محتوا، تفسیر و پردازش محتوا؛</p> <p>- کسب مهارت‌های تولید و خلق محتوای رسانه‌ای؛</p> <p>- کسب مهارت استفاده از فضای سایبر و دیجیتالی و قابلیت‌های آن؛</p> <p>- افزایش توانایی سواد بصری.</p>
	شبهه‌ی فرزند پروری جدید(رسانه‌ای)	شبهه‌ی تربیتی والدین و فرزند	<p>- نقش حمایتی-مراقبتی؛</p> <p>- ارتقای کیفیت فرزندپروری و والدگری رسانه‌ای؛</p> <p>- توجه به نقش میانجی‌گری والدین؛</p> <p>- همراهی با فرزندان در فضای مجازی؛</p> <p>- کم‌رنگ کردن نقش کنترل‌گرایانه والدین؛</p> <p>- تأکید بر نقش والدین یادگیرنده و یاد دهنده؛</p> <p>- آموزش برنامه‌ریزی صحیح خانواده در مصرف رسانه والدین - فرزندان، تقویت خرد جمعی بین والد-فرزندان و دوستان آنان؛</p> <p>- توجه والدین به کیفیت مصرف رسانه‌ای فرزندانشان.</p>
		مسئولیت‌پذیری	<p>- نظارتی- دیده بان رسانه‌ای؛</p> <p>- آموزش اخلاق استفاده از رسانه و باز نشر پیام‌های سالم و مفید؛</p> <p>- گوشزد در مورد آسیب‌ها و خط‌قرمزهای فضای مجازی به فرزندان؛</p> <p>- تهیه و تدارک تغذیه فکری و روحی مناسب.</p>
		پرورش شخصیت	<p>- پرورش اعتماد درونی در فرزند؛</p> <p>- تقویت و پرورش خود کنترلی نسبت به محتواها و پیام‌ها در والدین و فرزندانشان؛</p>
	برگزاری کلاس‌های آموزشی		<p>- برگزاری کلاس‌های آموزشی سواد رسانه‌ای برای والدین</p> <p>- برگزاری کلاس‌های آموزشی سواد رسانه‌ای برای مربیان.</p>

تم اصلی دوم: ارتباط مؤثر
منظور از تم دوم ظهور یافته از مصاحبه، بیشتر معطوف به ارتباط مؤثر می‌باشد، از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها در مورد بعد ارتباط مؤثر، ۲ مقوله: گفتگوی مؤثر و روابط مؤثر ظهور کردند. که مفاهیم اصلی و زیر مقوله‌های تم دوم در جدول ذیل ارائه می‌شوند.

جدول ۳-۴ فرایند دسته‌بندی مقولات و زیر مقوله‌ها تم اصلی دوم

تم	مقوله	زیر مقوله
ارتباط مؤثر	گفتگوی مؤثر	-گفتگوی همدلانه؛ -مذاکره مؤثر؛ -توجه به گفتگوی نقادانه؛ -آموزش مهارت‌های گفتگو والدین-فرزندان، گفتگوی خلاقانه.
		-آموزش مهارت‌های همدلی بین والدین-فرزندان؛ -روابط بین فردی؛ -برخورد غیرانفعالی والدین در مواجهه فرزندان با فضای مجازی؛ -بازتعریف حریم خصوصی؛ -فرصت برقراری روابط اجتماعی مجازی بین والد-فرزند و دوستان آنها؛ -کسب مهارت‌های ارتباطی برای برقراری ارتباط مناسب با کودکان؛ -وجود ارتباط کلامی و عاطفی میان والدین-فرزندان؛ -توجه به مؤلفه‌های ارتباط مؤثر والدین با فرزندان.
	درون خانواده	-تعمول و هماهنگی بین مدرسه و والدین، تشکیل شبکه دوستان اهل مطالعه برای والدین.
	روابط مؤثر	
	بیرون از خانواده	

تم اصلی سوم: جامعه‌پذیری رسانه‌ای

منظور از تم سوم ظهور یافته از مصاحبه، بیشتر معطوف به بعد جامعه‌پذیری رسانه‌ای می‌باشد از تجزیه و تحلیل نتایج مصاحبه‌ها در مورد بعد جامعه‌پذیری رسانه‌ای ۳ مقوله: توجه به ارزش‌ها و هنجار، ایجاد سازگاری و ایجاد اعتماد در جدول ذیل ارائه می‌شوند.

جدول ۴-۴ فرایند دسته‌بندی مقولات و زیر مقوله‌ها تم اصلی سوم

تم	مقوله	زیر مقوله
جامعه‌پذیری رسانه‌ای	توجه به ارزش‌ها و هنجار	-توجه به ارزش‌ها و هنجارهای فضای مجازی؛ -نهادینه کردن ارزش‌ها؛ -ایجاد ارتباط بین سنت‌ها، آیین‌ها و هنجارهای فضای مجازی.

	ایجاد سازگاری	-سازگار کردن والدین برای ارتباط مؤثر با فضای مجازی؛ -سازگار کردن کودکان برای پیوند بیشتر با طبیعت.
	ایجاد اعتماد	-ایجاد احساس اعتماد متقابل میان والدین- فرزندان.

سوال اول: مولفه ها و ابعاد ارتقای سطح سواد رسانه ای والدین تهرانی در استفاده از فضای مجازی کدامند؟

شناسایی مفاهیم و ابعاد پژوهش از طریق تحلیل متون، ادبیات، و متن مصاحبه کارشناسان و متخصصان و دسته بندی آن ها در ۳ بعد اصلی (آموزش، ارتباط مؤثر و جامعه پذیری رسانه ای) با ۷۰ زیر مفهوم انجام گرفت. در بعد آموزش با ۶ مفهوم اصلی (کسب مهارت در تفکر، کسب مهارت سواد رسانه ای، شیوه ی تربیتی والد-فرزند، مسئولیت پذیری رسانه ای، پرورش شخصیت فرزندان و برگزاری دوره های آموزشی) با ۴۳ زیر مفهوم، در بعد ارتباط مؤثر با ۳ مفهوم اصلی (گفتگوی مؤثر، روابط مؤثر درون خانواده و روابط مؤثر برون از خانواده) با ۱۵ زیر مفهوم، در بعد جامعه پذیری رسانه ای با ۳ مفهوم اصلی (توجه به ارزش ها و هنجارها، ایجاد سازگاری و ایجاد اعتماد) با ۱۲ زیر مفهوم استخراج شد.

سوال دوم: اهمیت و اولویت مولفه ها، ابعاد و شاخص های مدیریت بدن با رویکرد ظاهرآرایی بانوان چگونه است؟
۱. بعد آموزش

جملات و مولفه های اصلی سواد رسانه ای والدین در بعد آموزش، شامل ۶ مولفه اصلی (کسب مهارت در تفکر، کسب مهارت سواد رسانه ای، شیوه ی تربیتی والد-فرزند، مسئولیت پذیری رسانه ای، پرورش شخصیت فرزندان و برگزاری دوره های آموزشی) با ۴۳ زیر مفهوم می باشد. با توجه به نتایج به دست آمده، بعد آموزش در مولفه کسب مهارت در تفکر، گویه شماره ۳ (والدین وقتی در جمع فرزندان حضور دارند، پیام های نامتعارف مانند لطفه های نامناسب نخوانند.) با میانگین نمره (۰.۹۴۷)، در مولفه «کسب مهارت سواد رسانه ای»، گویه شماره ۱۴ (والدین باید آموزش های لازم را به منظور چگونگی تفکر پیرامون ارائه اشکال مختلف محتوا (متن، تصویر، موسیقی و ...) در فضای سایبر و شبکه های اجتماعی را ببینند.) با میانگین نمره (۰.۹۰۹)، و در مولفه «شیوه ی تربیتی والد-فرزند» گویه شماره ۱۹ (والدینی که احساس خطر نسبت به فضای مجازی می

کنند، فرزندان خود را از این فضا محروم می‌کنند.) با میانگین نمره (۰.۸۵۷)، در مولفه «مسئولیت پذیری رسانه ای» گویه شماره ۳۲ (باید به والدین از فرصت‌ها و خطرات موجود در فضای سایبری شناخت و آگاهی داد.) با میانگین نمره (۰.۸۱۸)، در مولفه «پرورش شخصیت فرزندان» گویه شماره ۳۴ (رسانه در شکل‌گیری شخصیت و افکار فرزندان نقش دارد.) با میانگین نمره (۰.۸۹۴) و در مولفه «برگزاری دوره‌های آموزشی» گویه شماره ۴۳ (آموزش سواد رسانه ای باید در تمام مقاطع تحصیلی برای معلمان برگزار گردد.) با میانگین نمره (۰.۹۷۶) بیشترین تاثیر را به خود اختصاص داده‌اند. هم‌چنین با توجه به جدول ۱۲-۴ مشخص شد، از بین مولفه‌های آموزش، کسب مهارت سواد رسانه ای (۱.۹۶۲) بیشترین تاثیر را به خود اختصاص داده است.

۲. بعد ارتباط موثر

جمالات و ابعاد اصلی سواد رسانه ای والدین در بعد ارتباط موثر، شامل ۳ مولفه اصلی (گفتگوی موثر، روابط موثر درون خانواده و روابط موثر برون از خانواده) با ۱۵ گویه می‌باشد. با توجه به نتایج به دست آمده، بعد ارتباط موثر در مولفه گفتگوی موثر گویه شماره ۴۶ (والدین و فرزند در مورد موسیقی، انیمیشن و یا کتاب خوب گفتگو کنند.) با میانگین نمره (۰.۹۵۳)، در مولفه «روابط موثر درون خانواده»، گویه شماره ۵۲ (والدین باید به فرزند خود شرط کنند که هزینه شارژ تلفن همراه یا حداقل بخشی از آن را خودش پرداخت کند.) با میانگین نمره (۰.۹۴۳)، و در مولفه «روابط موثر برون از خانواده» گویه شماره ۵۷ (در کنار فرزند بنشینند و بگذارید شما را به گروه‌ها و پاتوق‌های اینترنتی‌شان ببرند.) با میانگین نمره (۰.۹۱۹) بیشترین تاثیر را به خود اختصاص داده‌اند. هم‌چنین با توجه به جدول ۱۲-۴ مشخص شد، از بین مولفه‌های ارتباط موثر، روابط موثر درون خانواده (۱.۸۲۲) بیشترین تاثیر را به خود اختصاص داده است.

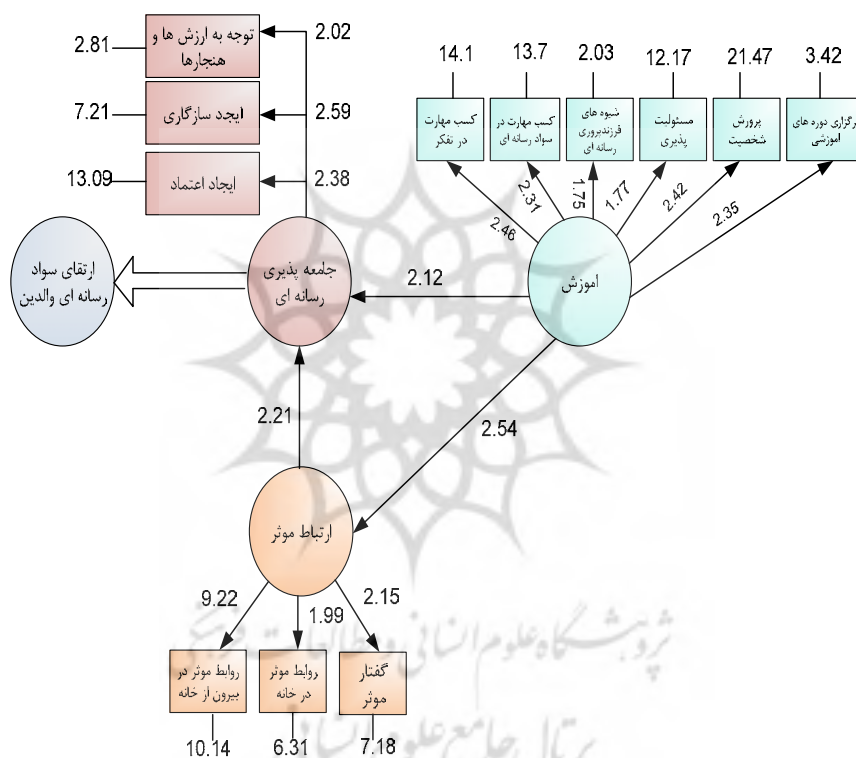
۳. بعد جامعه پذیری رسانه ای

جمالات و ابعاد اصلی سواد رسانه ای والدین در بعد جامعه پذیری رسانه ای، شامل ۳ مولفه اصلی (توجه به ارزش‌ها و هنجارها، ایجاد سازگاری و ایجاد اعتماد) با ۱۲ زیر مفهوم می‌باشد. با توجه به نتایج به دست آمده، بعد جامعه پذیری رسانه ای در مولفه «توجه به ارزش‌ها و هنجارها» گویه شماره ۶۱ (به فرزند باید آموزش داد، اگر شخصی اطلاعات شخصی یا رمز عبور فرزند را تقاضا کرد، بی‌درنگ به والدین اطلاع دهند.) با میانگین نمره (۰.۹۴۶)، در مولفه «ایجاد سازگاری»، گویه شماره ۶۶ (خانواده باید سعی کند آمادگی برای

درک درست از فناوری برای کسب دانش ایجاد نماید. با میانگین نمره (۰.۹۴۰)، و در مولفه «ایجاد اعتماد» گویه شماره ۷۰ (با سپری کردن زمان با فرزندان احساس اعتماد متقابل را سرمایه گذاری کنید.) با میانگین نمره (۰.۹۱۴) بیشترین تاثیر را به خود اختصاص داده اند. هم چنین با توجه به جدول ۱۲-۴ مشخص شد، از بین مولفه های جامعه پذیری رسانه ای بیشترین تاثیر را به خود اختصاص داده است.

سوال ۳. الگوی ارتقای سطح سواد رسانه ای والدین تهرانی در استفاده از فضای مجازی

چيست؟



نمره کای دو: ۱۸۳.۲۱، ریشه میانگین مربعات خطای تقریب: ۰.۰۵۶، درجه آزادی: ۸۵، نمره P: ۰.۰۲۲

شکل ۴-۵. مدل ارتقای سطح سواد رسانه ای والدین تهرانی در استفاده از فضای مجازی براساس مولفه های آن (آموزش، ارتباط موثر و جامعه پذیری رسانه ای)

مدل ارتقای سطح و سواد رسانه ای والدین تهرانی در استفاده از فضای مجازی براساس مولفه های «آموزش، ارتباط مؤثر و جامعه پذیری رسانه ای» است که بیانگر نتایج تخمین استاندارد بوده است.

در مجموع با توجه به تحلیل پژوهش ها و دیدگاه های کارشناسان و متخصصان می توان به دو رویکرد اشاره کرد. در رویکرد اول کارشناسان معتقدند زندگی در فضای سایبر امری "اجتناب ناپذیر" است و فرزندان با ورود به این فضا و زندگی دوم در آن، به توانمندی های لازم بر مبنای آزمون و خطا دست خواهند یافت و لزومی به حضور والدین نیست. در رویکرد دوم که به رویکرد "محدودیت سازی" از سوی خانواده نام گرفته است، با منع و سرکوب و عدم دسترسی فرزندان به تولیدات رسانه ای در این فضا همراه است؛ البته نه رویکرد خوش بینانه پاسخگو خواهد بود و نه رویکرد بدبینانه؛ بلکه براساس دیدگاه صاحب نظران نیاز به رویکرد واقع بینانه و دیدگاه سوم "مصونیت بخشی و توانمندسازی" خانواده ها و فرزندان که با هدایت و مدیریت هوشمندانه همراه است، می باشد.

توانمندسازی خانواده در نحوه استفاده فرزندان از فضای مجازی است به معنای حرکت از استراتژی های سلبی به سوی استراتژی های ایجابی است که با توجه به مدل، این امر مستلزم آموزش مهارت های سواد رسانه ای و اهمیت آن برای خانواده ها در این حوزه است. سواد رسانه ای به عنوان یک دیدگاه و یک بینش کلی درباره زندگی در دنیای رسانه ای؛ در دنیا و در ایران مطرح است، اما آنچه که در این مدل قابل تامل است آن است که تلاش شده تا سواد رسانه ای را از یک دیدگاه کلی به یک استراتژی راهبردی برای تنظیم روابط میان والدین و فرزندان در مواجهه با تولیدات رسانه ای تبدیل گردد. همچنین با توجه به رسانه ای شدن والدگری در جامعه اطلاعاتی امروز فراهم آوردن استراتژی های مؤثر و برنامه های مداخله ای برای آموزش والدین اهمیت پیدا کرده است. از این رو مدل به توانمندسازی خانواده و بحث والدگری رسانه ای و ارتباط والدین در استفاده از محتوای رسانه ای و حضور سالم، ایمن و مفید در فضای سایبری با تاکید و تمرکز بر مهارت های سواد رسانه ای و والدگری رسانه ای به شیوه های هدفمند رفتار والدین در تعامل با فرزندان در مورد نحوه استفاده از رسانه ها اشاره شده است. لذا در این مدل اتخاذ استراتژی های مختلف میانجی گری والدین بر نحوه استفاده فرزندان به صورت مشارکت فعالانه و مثبت بر رشد شناختی آنها مطرح شده است و والدین می توانند با سطح بالایی از

مهارت سواد رسانه ای، سواد اطلاعاتی و انتقادی، فرزندان خود را برای حضور در این فضا واکسینه کنند.

۸. بحث و نتیجه گیری

بر اساس دیدگاه صاحب نظران حاضر در پژوهش، نتایج یافته‌های تحقیق در رابطه با بعد آموزش؛ نشان داد، این بعد دارای ابعاد کسب مهارت در تفکر، کسب مهارت سواد رسانه‌ای، شیوه تربیتی والد-فرزند، مسئولیت‌پذیری رسانه‌ای، پرورش شخصیت فرزندان و برگزاری دوره‌های آموزشی بوده است. از این رو با توجه به این که امروزه خانواده‌ها در یک فرهنگ ناپایدار به سر می‌برند که تحت تأثیر و نفوذ فرهنگ رسانه‌ای است؛ بنابراین نیازمند مدل تربیتی متناسب با عصر رسانه‌ای هستند و شاید بتوان از این مدل تحت عنوان «والدگری رسانه‌ای» یاد کرد. «والدگری رسانه‌ای»، فرایند مداوم و خلاقانه است و مدلی است که هر خانواده‌ای باید به طور مستقل برای فرزندان خویش ارائه دهد. در این مدل، والدین باید دائماً روش‌های بهتری را برای فرزندانشان ابداع و به راه‌حل‌های مختلف فکر نمایند و اینکه چگونه می‌توانند به یک زبان مشترک برای گفتگو برسند.

نتایج یافته‌های تحقیق در رابطه با بعد ارتباط مؤثر؛ نتایج نشان داد، این بعد دارای سه مؤلفه گفتگوی مؤثر، روابط مؤثر درون خانواده و روابط مؤثر برون از خانواده است. از این رو: والدین در عصر رسانه باید تلاش کنند تا حضور بیشتر و پررنگ‌تری در کنار فرزندانشان داشته باشند و استفاده از انواع رسانه‌ها را (از رسانه‌های مکتوب تا رسانه‌های الکترونیکی) با یکدیگر تجربه کنند. چرا که در مشارکت معنا خلق می‌شود. رسانه‌ها در صورت غیاب پدر و مادر، معلم و یا هر کس دیگری (که برای کودک به عنوان یک منبع دانش، اقتدار هستند) نقش واسطه‌ای در معنا سازی پیام‌ها خواهند داشت. یکی از راه‌حل‌ها برای والدگری رسانه‌ای، ارتباط همدلانه با فرزندان است. شاید طبیعت رابطه پدر، مادر و فرزند در فضای سایبر نیز به همان اندازه اهمیت دارد که تعاملات خانوادگی در محیط خانواده مهم است؛ زیرا مدت زمانی که جوانان با رسانه‌های دیجیتال صرف می‌کنند با کاهش میزان دسترسی به والدین برای تعامل و گفتگو، ارتباط دارد.

با توجه به نتایج یافته‌های تحقیق در رابطه با بعد جامعه‌پذیری رسانه‌ای؛ نتایج نشان داد، این بعد دارای مؤلفه‌های توجه به ارزش‌ها و هنجارها، ایجاد سازگاری و ایجاد اعتماد بوده است. از این رو: دانستن اینکه ما به عنوان والدین چه کسانی هستیم و چه هویتی داریم؟

می‌تواند والدین را در مسیر نگه دارد و به والدین و فرزندانشان کمک کند تا در محیط رسانه‌ای خود پیشرفت کنند. منظور از «هویت والدینی» آن دسته از ارزش‌ها، اولویت‌ها و اعمالی است که والد بودن را نشان می‌دهد. وقتی والدین در مورد باورهای خود محکم و مطمئن باشند، برای یافتن راه‌های جدید برای مقابله با مسائل ناگواری که برخاسته از صنعت رسانه‌ای و فضای سایبر هستند، انرژی کافی و مناسب خواهند داشت. یکی از عوامل مهم در ممانعت از انتقال فرهنگ غرب به جای فرهنگ اسلامی ایرانی، تقویت، تعالی و توان‌بخشی ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگ اسلامی ایرانی است. چنانچه والدین این ارزش‌ها و هنجارها را به فرزندان خود انتقال و آموزش دهند و فضاهای آموزشی، به آموزش صحیح ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگ اسلامی ایرانی در خصوص رفتارهای رسانه‌ای بپردازند، در نتیجه می‌توان گامی در جهت توانبخشی و نهادینه‌سازی ارزش‌ها و هنجارهای رفتارهای رسانه‌ای والدین و فرزندان برداشت.

کتاب‌نامه

- ابراهیم پور کومله، سمیرا، خزایی، کامیان (۱۳۹۱)، آسیب‌های نوپدید؛ شبکه‌های اجتماعی مجازی در کمین خانواده‌های ایرانی، نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی.
- بختیاری، آمنه، نصیری، بهاره، طاهری، مرضیه (۱۳۹۵)، مهارت‌های مدیریت رسانه در خانواده؛ بالانشین، انتشارات قیسات.
- تومن، الیزابت (۱۳۸۰)، "مهارت‌ها و راهبردهای آموزش رسانه‌ای"، ترجمه حسن نورایی بیدخت، فصلنامه رسانه، سال دوازدهم، شماره اول.
- جانسون، سیمون، محافظت از کودکان در اینترنت، ترجمه ابراهیم باقری، مشهد: انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد، ۱۳۸۵.
- سپاسگر، ملیحه. ۱۳۹۰. رویکرد نظری به سواد رسانه‌ای، تهران: نشریه پژوهش و سنجش، سال ۱۲، شماره ۴۴.
- فتحی آذر، محمد (۱۳۸۱)، "چیستی تفکر انتقادی"، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۲، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- کوین، رابرتس (۱۳۹۳)، کلیدهای مدیریت زندگی؛ اعتیاد به نت، ترجمه اکرم کرمی، انتشارات صابرین.
- گاتانو، گلوریا (۱۳۹۴)، فرزندپروری در عصر رسانه، ترجمه محمد رضا رستمی و فروغ ادیسی، انتشارات همشهری.
- نصیری، بهاره. و سید وحید عقیلی. ۱۳۹۱. بررسی آموزش سواد رسانه‌ای در کشورهای کانادا و ژاپن، فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، سال یازدهم، شماره ۴۱.

- Daramola, Dipo.(2015) Young Children as Internet Users and Parents Perspectives, Master's Thesis, University of Oulu, Department of Information, Processing Science. May 18,2015.
- Jill k, Jesson , Lydia Matheson, Fiona M. Lacy,(2012),Doing Your Literature Review, Traditional and Systematic Techniques.
- Karaduman, Sibel(2017) The Role of Critical Media Literacy in Further Development of Consciousness of Citizenship,Journal of Applied Developmental Psychology,Volume 48, January–February 2017, Pages 33-41
- M. O'Connor,teresia,Melanie Hingle,Ru-Jye ChuangTrish Gorely,Trina Hinkley,Russell Jago,Jane Lanigan,⁷Natalie Pearson,Darcy A. Thompson(2015),Conceptual Understanding of Screen Media Parenting: Report of a Working Group<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3746292>
- Samaha nazir, Maya & S.Hawi,(2017) Associations between screen media parenting practices and children's screen time in Lebanon,Telematics and InformaticsVolume, 34, Issue 1, February 2017, Pages 351-358.
- Thomas, E. (1995). Media & Value SilosAngeles: center for media literacy
- T.M. O'Connor, M. Hingle, R.-J. Chuang, T. Gorely, T. Hinkley, R. Jago, J. Lanigan, N. Pearson, D.A. ThompsonConceptual (2013), understanding of screen media parenting: report of a working group Childhood Obesity, 9 (s1) pp. S110-S118
- Wartella, Ellen. Ride out, Vicky. R. Lauri cella, Alexis, L. Sabrina Connell (June ,2014), Revised Parenting in the Age of Digital Technology A National Survey, Center on Media and Human Development School of Communication Northwestern University, acknowledge the National Center on Family Literacy, at Northwestern University & School of Communication.