

تحلیل کیفی و کمی سبک زندگی خانواده دیجیتال در شهر تهران (آینده پژوهی)

دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۰۲، پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۰۳

آمنه بختیاری، بهاره نصیری**

چکیده

جریان ارتباطات و موج عظیم اطلاعاتی، تغییراتی در تعاملات و روابط افراد با یکدیگر به وجود آورده و این امر موجب تفاوت در سبک زندگی و نگرش‌ها در خانواده شده است. این پژوهش با هدف تحلیل کیفی و کمی سبک زندگی خانواده دیجیتال در شهر تهران (با رویکرد آینده‌پژوهی) انجام و از نظریه‌های گیدنز، پی‌یر بوردیو و یورگن هابرماس بهره گرفته شده است.

روش تحقیق با توجه به ماهیت این مطالعه روش ترکیبی متوالی (کیفی) (مصاحبه عمیق) - کمی (توصیفی - پیمایشی) است. مشارکت‌کنندگان در مرحله اول شامل ۲۹ نفر از متخصصان در زمینه موضوع پژوهش با نمونه‌گیری غیراحتمالی از نوع هدفمند و ابزار گردآوری اطلاعات از مصاحبه نیمه ساختاریافته و پرسشنامه بهره گرفته شده است. جامعه آماری در بخش کمی کلیه شهروندان بالای ۱۸ سال مناطق ۲۲ گانه شهر تهران و نمونه آماری ۳۸۴ نفر از شهروندان بالای ۱۸ سال ساکن در مناطق ۱ و ۱۵ شهر تهران در سال ۱۳۹۸ است که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چند مرحله‌ای و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته مورد مطالعه قرار گرفتند. بر اساس اولویت و اهمیت از دیدگاه صاحب‌نظران، ۴ سبک خانواده شامل: خانواده شبه‌رسانه‌ای، خانواده رسانه‌ای، خانواده ناپایدار رسانه‌ای و خانواده آشفته رسانه‌ای تدوین گردید. بر اساس سناریوهای شکل گرفته پرسشنامه‌ای تهیه و در دو منطقه ۱ و ۱۵ شهر تهران اجرا شد. نتایج نشان داد که ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی در شهر تهران، تغییرات متفاوتی را در ساختار خانواده و سبک زندگی در زمان حال و آینده ایجاد خواهد کرد. که دامنه این تحول از مرحله همسریابی و همسرگزینی، تداوم زندگی خانوادگی، روابط بین اعضای خانواده، نگرش جامعه به نهاد خانواده، کارکردهای آن، انگاره‌های روابط بین زن و مرد، طلاق، انگاره‌های جنسیتی، ایجاد مشاغل اقتصادی نوین، اوقات فراغت، مصرف‌گرایی و بسیاری مسائل را در بر گرفته است.

کلیدواژگان: سبک زندگی، خانواده، سبک زندگی خانواده، خانواده دیجیتال

* دکترای تخصصی جامعه‌شناسی، پژوهشگر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی (نویسنده مسئول)
amene.bakhtiari@gmail.com

** دکترای تخصصی جامعه‌شناسی، استادیار و عضو هیات علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
bn.nasiri@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسئله

رشد سریع فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و گسترش حوزه‌های اثرگذاری آن در تمامی شئون زندگی انسان، تغییر و تحولات شگرفی را پدید آورده است. جامعه‌شناسان، دیجیتال شدن یا «الکترونیکی» شدن را فرایندی می‌دانند که انسان از طریق ابزارها، فنون و رسانه‌های دیجیتالی مانند شبکه اینترنت و رایانه به تولید، تکثیر، اشاعه و انتشار نمادها و معانی می‌پردازد و از طریق آن‌ها زندگی خود را سامان و معنا می‌بخشد. در نتیجه رشد و گسترش رسانه‌های دیجیتالی و الکترونیکی، و افزایش کاربرد آن‌ها در تمام ابعاد زندگی روزمره عادات بنیادین ما در زمینه‌های مختلف تغییر یافته است. ترکیب و همگرایی فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی یا به عبارتی دیجیتال شدن، سبک‌های نوین زندگی را به جزئی اساسی و جدایی‌ناپذیر از زندگی انسان تبدیل کرده است. این نوع سبک زندگی، سبک اجتماعی نوینی است که تنها در متن تغییرات فرهنگی و تکنولوژیکی مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد. در این معنا سبک زندگی راهی است برای تعریف ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای (هویت) افراد که اهمیت آن برای تحلیل‌های اجتماعی روزبه‌روز افزایش می‌یابد. این مفهوم پایه و اساس فهم وضعیت فرهنگی موجود و تحولات پیشرو در حوزه فرهنگ و تکنولوژی تلقی می‌شود و نشان می‌دهد که در بطن ارزش‌های موجود در یک خرده‌نظام فرهنگی چه می‌گذرد. در واقع با به‌کارگیری مفهوم سبک زندگی و تعمق در آن، می‌توان از هنجارهای پنهان در ذهن‌ها و باورها و رفتارهای مردم یک جامعه، نتیجه‌ای به دست آورد و از سوگیری و الگوهای موجود یا در حال شکل‌گیری تفسیر واقع‌بینانه‌ای ارائه کرد (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۴۵).

دیجیتال شدن زندگی با فراهم کردن امکان پیدایش جامعه شبکه‌ای که افراد و جوامع را در قالب‌های تازه، هویت‌های نوین بخشیده (کاستلز^۱، ۱۳۸۰: ۲۱)، نه تنها قواعد و قوانین حاکم بر ارتباط و تعامل میان انسان‌ها، بلکه نگرش نسبت به خود، دیگران و جهان را تغییر داده‌اند؛ بنابراین می‌توان اذعان داشت که امروزه بیش از هر چیز، این روابط خانوادگی است که در بحران فرهنگی ناشی از ژرفای تغییرات بی‌وقفه اجتماعی و تکنولوژیکی جامعه، مسئله آفرین شده است. خانواده ترکیبی از نقش‌هایی است که به شدت به یکدیگر وابسته و در تعامل با یکدیگرند، اما جریان ارتباطات و

موج عظیم اطلاعاتی، تغییراتی در تعاملات و روابط افراد با یکدیگر به وجود می‌آورد و این امر موجب تفاوت در سبک زندگی و نگرش‌های آن‌ها در خانواده می‌شود. بدین ترتیب پدیده‌ای که خود در جریان تغییرات و دگرگونی‌های اجتماعی شکل گرفته است، جامعه و خانواده را نیز دچار دگرگونی می‌کند. (رابرتسون^۲، ۱۳۷۲: ۱۳۱).

شاید درک این نکته که دیجیتال شدن می‌تواند مولد نوع فرهنگ و سبک زندگی خاصی باشد، در ابتدا کمی دشوار به نظر آید، زیرا می‌توان این گونه تلقی کرد که این تکنولوژی‌ها صرفاً ابزارهای ایجاد ارتباط و انتقال پیام هستند و نقشی در تعیین محتوا یا تولید پیام ندارند. به تعبیر دیگر، این تکنولوژی‌ها و چگونگی کارکرد و تأثیر آن، تابع محیط و نحوه استفاده از آن است و محتوای فرهنگی آن‌ها همان بازتولید فرهنگ موجود است؛ اما مارشال مک لوهان^۳ (۱۹۶۴) با طرح این ایده که «رسانه همان پیام است، زیرا این رسانه است که میزان و شکل کنش و تعامل انسانی را کنترل می‌کند و شکل می‌دهد» این نحوه تلقی را سال‌ها پیش به چالش کشید و نشان داد که هر رسانه‌ای نوع خاصی از پیام‌ها را گزینش می‌کند و در فرایند انتقال هم تأثیرات بسیاری بر شکل و محتوای پیام می‌گذارد. این تغییرات روابط و تعاملات بین شخصی را در خانواده (روابط همسران، والدین با فرزندان، فرزندان با یکدیگر، ارتباط با خویشان و بستگان، روابط دوستی)، گذران اوقات فراغت، روابط بین نسلی فرزندان و والدین و... را به نوعی متأثر کرده و ساختار سنت و فرهنگ تثبیت شده خانواده ایرانی - اسلامی را تغییر داده است. با وجود آنکه دیجیتال شدن یک فرایند جهانی است، اما در عین حال هر کشور و جامعه‌ای این فرایند را در درون بستر تاریخی، اجتماعی و فرهنگی خاص خود تجربه می‌کنند. با توجه به این امر، دیجیتال شدن به سبک ایرانی و در چارچوب بستر فرهنگ معاصر ایران ویژگی‌های خاص خود را خواهد داشت که ممکن است چالش‌های فردی، اجتماعی، کارکردی و ساختاری، احساسی، عاطفی و زیبایی‌شناسی را به وجود آورد (فاضلی، ۱۳۸۵: ۲۶-۲۷).

بر این اساس نادیده انگاشتن اهمیت تغییرات تکنولوژیکی، فرهنگی در جامعه و سبک‌های زندگی منبعث از آن، ممکن است به از دست رفتن فرصت‌ها و پیش‌بینی ناپذیری تهدیدها منجر شود.

به عبارتی خانواده در سایه این تحولات با فرهنگ نو

مناطق ۱ و ۱۵ شهر تهران

- مقایسه دیدگاه‌های خبرگان و شهروندان نسبت به سبک‌های مختلف خانواده دیجیتال

۳- پیشینه پژوهش

در سال‌های اخیر، تحقیقات داخلی در حوزه خانواده و روند تغییرات آن نشان از مشکلات و چالش‌های گسترده‌ای دارد که حاکی از دگرگونی روابط خانوادگی با ورود فناوریهای نوین ارتباطی است که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود.

- محمد گنجی، محسن نیازی، زهرا مهربان (۱۳۹۸) در تحقیق خود با عنوان «گونه‌شناسی سبک زندگی با تأکید بر نقش رسانه در میان زنان شهر شیراز» بیان نمودند با ظهور رسانه‌های متعدد در عصری که به تعبیری عصر دوم رسانه‌ها نام گرفته، اگرچه پیشرفت‌ها و فرصت‌های انکارناپذیری به وجود آمده است، اما ناگزیر چالش‌ها و تغییرات شگرفی نیز در ارکان زندگی انسان‌ها ایجاد شده است. در این راستا به نظر می‌رسد هر مطالعه‌ای در متن زندگی انسان‌ها، ناگزیر باید نگاهی به نقش و تأثیرات رسانه‌ها داشته باشد؛ در این پژوهش با استخراج و تشخیص گونه‌های متفاوت سبک زندگی، با ابعاد اوقات فراغت، مدیریت بدن، خوراک و مصرف انجام شده است و در نهایت ده گونه‌ی متفاوت سبک زندگی از قبیل مدگرا، ورزشی، مذهبی، فضای مجازی، علمی هنری، موسیقایی، سبک فراغتی مدرن، سبک فراغتی ناسالم، سبک فراغتی معمول روزانه و سلامت محور معرفی شده است، به طوری که منطبق با یافته‌های به دست آمده، رسانه‌های مختلف، تأثیرات متفاوتی بر آن گونه‌های سبک زندگی داشته‌اند.

- فتحی و مختارپور (۱۳۹۷) در تحقیقی تحت عنوان «بررسی نقش و تأثیر رسانه‌های نوین در تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه علوم و تحقیقات تهران)» نشان دادند که استفاده از رسانه‌های نوین تصویری به شکل‌گیری سبک زندگی ویژه‌ای می‌انجامد و در هر یک از جنبه‌های مختلف سبک زندگی، نظام ارزشی و جهان‌بینی متفاوتی را ایجاد می‌کند که منجر به کنش‌های گوناگونی از جانب افراد می‌شود و باعث می‌شود تا افراد در حوزه‌های مختلف

و ارزش‌های دگرگون شده و تعاریف تحول یافته و سیال روبه‌رو است و با حرکت‌های پرفراز و نشیب در زیر لایه‌های فکری و فرهنگی انسان معاصر مواجه می‌باشد. چرا که امروزه دیگر منش‌های سنتی نیستند که هویت یک فرد را می‌سازند؛ بلکه این رویدادهای پیش‌بینی‌ناپذیر روز هستند که فرد را ساده و سریع تحت تأثیر خود قرار می‌دهند و به هر سو متمایل می‌کنند. این امر بیش از هر چیز سبب شده است تا مقوله خانواده، از امری ناخودآگاه و کمتر انعکاس یافته به موضوعی مهم برای بحث و تأمل تبدیل شود و شناخت مسائل آن در جهان امروز و ایران معاصر اهمیت یابد. به عبارتی تغییر و تحول در شاخص‌هایی همچون الگوهای همسرگزینی، انواع خانواده، والدگری و تربیت فرزند، کسب درآمد، مصرف، انتخاب فعالیت‌های تفریحی و چگونگی گذران اوقات فراغت، انگاره‌های جنسیتی و ... تحت تأثیر فناوریهای نوین ارتباطی، بیانگر شرایط زیستی نوین در انسان معاصر در نتیجه سلطه نشانه‌ها، تصاویر و بازنموده‌های دنیای رسانه‌ای بوده است و شبکه‌های اجتماعی نوین به مثابه بستر امر اجتماعی، آکنده از «فرصت و تهدید» بوده؛ و خانواده‌ها در نظام کنش اجتماعی با مختصات و نمودارهایی حاکی از نوعی نظم در بی‌نظمی مژمن و تیرگی و خاکستری‌سازی نقش‌ها روبه‌رو هستند. لذا با تکیه بر این دو جنبه نیز می‌توان تحقیق حاضر را هدایت کرد. در این راستا نگرشی تازه به آینده خانواده دیجیتال و مناسبات درون آن جهت برنامه‌ریزی با توجه به الگوی ایرانی اسلامی ضروری است.

۲- اهداف تحقیق

۱-۲- هدف اصلی

تحلیل کیفی و کمی سبک زندگی خانواده دیجیتال در شهر تهران

۲-۲- اهداف فرعی

- تم‌های اشکال مختلف خانواده دیجیتال از دیدگاه خبرگان
- اولویت‌گذاری تم‌های اشکال مختلف خانواده دیجیتال از دیدگاه خبرگان
- انواع سناریوهای سبک زندگی خانواده دیجیتال از دیدگاه خبرگان
- سبک‌های مختلف خانواده دیجیتال از دیدگاه شهروندان

۴- ملاحظات نظری

در این تحقیق ما از نظریه‌های گیدنز، بوردیو و هابرماس به عنوان چارچوب نظری استفاده کرده‌ایم. که اینک به اختصار به شرح آنها می‌پردازیم.

۴-۱- مدرنیته؛ سبک زندگی، هویت و بازاندیشی: آنتونی گیدنز

از دیدگاه گیدنز (۱۹۳۸)، ویژگی خاص مدرنیته، پویایی، تاثیر جهان گستر و تغییر دادن عمیق رسوم سنتی است. مدرنیته سبب می‌شود که افراد هر چه بیشتر از قید انتخاب‌هایی که سنت به طور معمول در اختیار آنان قرار می‌دهد رها شوند و بدین ترتیب فرد را رو در روی تنوع نامنی از انتخاب‌های ممکن قرار می‌دهد و به دلیلی آن که دارای کیفیتی غیر شالوده‌ای است، چندان کمکی به فرد ارائه نمی‌دهد تا وی را در گزینش‌هایی که باید به عمل آورد یاری دهد. در این میان امنیت هستی شناختی فرد آسیب می‌بیند. از نظر او، رسانه‌ها نقش مهمی در تبلیغ سبک‌های زندگی مختلف دارند. طیف‌های سبک زندگی با گونه‌های آرمانی که در رسانه‌ها طرح می‌شوند شاید محدود باشند ولی گسترده تر از سبک‌های زندگی هستند که افراد در زندگی روزمره خود در قالب آنها جا می‌گیرند. در جهان مدرن، هویت شخصی پروژه‌های بازاندیشانه میشود و ما دائماً هویت خود را خلق و تصحیح می‌کنیم. اینکه «چه کسی هستیم و چرا این شدیم» را دائماً مرور می‌کنیم. هویت ما، برخلاف گذشته که عاداتها و سنتها آن را شکل می‌داد، در جامعه مدرن باید دائماً طراحی شود و این زمینه را برای شک و احساس پوچی فراهم می‌کند ولی در عین حال امکان انتخاب سبک زندگی را هم برای ما بیشتر فراهم می‌کند (گیدنز، ۱۳۸۴). به عبارتی یکی از مفاهیم محوری در اندیشه گیدنز، «بازاندیشی» است. به نظر او در نظم پسااستنی، هویت شخصی بازاندیشی می‌شود و انسانها دائماً هویت خود را خلق و تصحیح می‌کنند. بازاندیشی در یک جمله بدین معناست: «بازاندیشی فرایند تعریف و بازتعریف خود از طریق مشاهده و بازتاب اطلاعات روانشناختی و اجتماعی درباره مسیرهای ممکن زندگی است. حتی سنتها هم در جهان مدرن بازاندیشی می‌شوند و دوباره در جریان زندگی فرد قرار می‌گیرند» (گیدنز، ۱۳۸۴).

پیوند این نظریه با پژوهش حاضر، در ترکیب اندیشه

زندگی خود از جمله اوقات فراغت و شیوه گذران آن، نگرش به ازدواج (شیوه همسرگزینی) رفتارهای دینی و مدگرایی از الگوهای متفاوتی پیروی کنند.

- پرهام (۹۳۱۳) در تحقیقی به بررسی «عوامل مؤثر بر انسجام خانواده با تأکید بر شبکه‌های مجازی» پرداخته است. نتایج نشان داده است که شبکه‌های مجازی موجب کم شدن انسجام خانواده و از بین رفتن صمیمیت بین افراد آن شده است (پرهام، ۱۳۹۳).

- کارن رومرو (۲۰۱۷) در تحقیق خود تحت عنوان «تأثیر فن‌آوری‌های شکل‌گیری و ارتباطات بر روابط خانوادگی»، به این نتیجه رسیدند که فناوری اطلاعات و ارتباطات به گردش گسترده‌ای از اطلاعات کمک کرده است و خانواده هسته‌ای را تقویت می‌کند، اما باعث تضعیف در روند ارتباطات و زندگی خانوادگی آنها شده است.

- گونزالو و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیق خود با عنوان «فن‌آوری‌های نوظهور و ارتباطات خانوادگی» اذعان نموده‌اند: خانواده‌ها فناوری‌های نوظهور را پذیرفته‌اند، اما از تأثیر ارتباط واسطه میان این خانواده‌ها اطلاعات کمی در دست است. درک تجربه اعضای خانواده‌ها در چگونگی اتخاذ فن‌آوری نوظهور در شکل‌دهی به روابط خانوادگی مؤثر بوده است. به طور کلی، نتایج نشان می‌دهد که فن‌آوری‌های نوظهور، امکان برقراری روابط نزدیک، ایجاد حس اتصال و تقویت دانش را در سازگاری بهتر با محیط جدید فراهم می‌کند. به نظر می‌رسد با روابط متقابل واسطه فن‌آوری در حال ظهور، نوع روابط اعضای خانواده دچار تحول و دگرگونی شده است. از آنجایی که اعضای نسل جوان نسبت به والدین خود از نظر فناوری باسوادتر هستند، لذا شکاف عمیقی میان نسل جدید و نسل پیشین به وجود آمده است.

در یک جمع‌بندی می‌توان به این نکته دست یافت که تحقیقات فراوانی پیرامون مسأله پژوهش انجام شده که هر کدام ابعادی را مورد بررسی قرار داده‌اند، اما محقق، پژوهشی که با نگاه آینده پژوهی از نوع سناریونویسی با روش تحقیق ترکیبی که بتواند با رویکرد میان رشته‌ای به جنبه‌های مهم تغییرات سبک زندگی خانواده با رویکرد ورود فناوری‌های نوین ارتباطی پردازد، نیافت.

دربرگیرد (شارع پور و خوشفر، ۱۳۸۱).

- سرمایه اجتماعی: مجموع منافع بالفعل و بالقوه که کنشگران از طریق عضویت در شبکه‌های اجتماعی و سازمان‌ها به دست می‌آورند (تاجبخش، ۱۳۸۴).

بر مبنای دیدگاه بورديو، گذران اوقات فراغت می‌تواند بیانگر سبک زندگی و ذائقه‌های خاص باشد که به متمایز شدن افراد از یکدیگر منجر شود. در واقع، یکی از کارکردهای اوقات فراغت، تمایزبخشی است. بورديو برای تبیین نظری خود از مفهومی به نام «ذائقه» بهره می‌برد. ذائقه عملکردی است که یکی از کارکردهای آن دادن ادراکی از جایگاه فرد در نظام اجتماعی به اوست. به معنای دقیق تر، مصرف اجازه بازنمایی سبک‌های زندگی مختلف و ذائقه‌های متفاوت را می‌دهد و در نهایت، سبک‌های زندگی و ذائقه‌هایی که بر مبنای سرمایه‌های بالا شکل می‌گیرند، به مصرف کالاهایی می‌انجامند که تمایز اجتماعی ایجاد می‌کنند (کوزر، ۱۳۸۴).

به نظر بورديو، انتخاب‌های افراد در مورد گزینه‌های فراغت، اساساً اجتماعی است و مردم سبک‌های زندگی و فعالیت‌های فراغتی را می‌آموزند و با توجه به سرمایه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، نحوه اوقات فراغت متفاوت است. در پیوند نظریه بورديو با پژوهش حاضر به جایگاه اوقات فراغت در سبک زندگی خانواده پرداخته شده است. اوقات فراغت برساخته‌ای اجتماعی و فرهنگی است؛ که امروزه متأثر از فضاهای رسانه‌ای شده است. میدانها در حال تغیر هستند و رابطه بین عادت و میدان در معرض گسست است؛ زیرا انتخاب وجود دارد. بدین ترتیب استنباط می‌شود کنشگران نیز در انتخاب وجود دارند و با توجه به شرایط، نوع بهره‌مندی از اوقات فراغت خود را گزینش می‌کنند و فراغت مجازی را جایگزین شرایط واقعی فراغت می‌کنند؛ در واقع می‌توان اذعان داشت که سیر فعالیت‌ها و برنامه‌های اوقات فراغت در جامعه، نشانگر نوعی دگرگونی و دگردیسی در شکل و محتوای آن است. البته خود این دگرگونی، متأثر از عوامل چندگانه از جمله طبقه اجتماعی، میزان درآمد، سرمایه‌های در اختیار (فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی)، جنسیت، شهری و روستایی بودن و است. جدای از متغیرهای دخیل در نحوه غنی‌سازی اوقات فراغت، واقعیت موجود جامعه و بررسی‌های میدانی این پژوهش حاکی از آن است که مصرف منفعلانه و خانگی فراغت در حال شکل

و کنش تحت شرایط و بستر مدرن است. به عبارتی، منابع و بسترهای تازه‌ای همچون: رسانه‌های جهانی، فضاهای مجازی، فناوریهای نوین ارتباطی و اطلاعاتی و دانش‌های جدید موجبات تردید و تجدید نظر در زندگی اجتماعی را فراهم می‌کنند. این منابع و بسترها باعث تکثر مراجع و زمینه‌های عمل شده و در نتیجه بازاندیشی را به دنبال خواهد داشت. این فضاهای جدید و مدرن، انسان عصر جدید را، اقدام به تأمل و بازاندیشی می‌کند. بر این اساس، می‌توان پیش‌بینی کرد که هرچه افراد بیشتر در معرض حاملان مدرنیته و منابع بازاندیشی قرار می‌گیرند، بیشتر به بازاندیشی در سبک زندگی می‌پردازند. در واقع جامعه و خانواده ایرانی نیز، هر روز در معرض آگاهی‌ها و شناخت‌های تازه‌ای در زمینه‌های مختلف ازدواج، ساختار و مناسبات زندگی، فرزندپروری، الگوی خرید و فراغت، تغذیه، بهداشت، درمان، مسکن، اشتغال، پوشش و لباس، آموزش و پرورش و دیگر موضوعات زندگی قرار دارد. این تغییرات در الگوی زندگی به واسطه رسانه‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، تدریجاً باعث تغییر «سبک زندگی» و تغییر عادات، روحیات و الگوی زندگی افراد شده و بر نوع، چگونگی هویت و فرهنگ جامعه ایرانی تأثیر گذاشته است. همچنین اعضای خانواده با توجه به عضویت در انواع شبکه‌های اجتماعی و برخورداری از هویت‌های متکثر و متفاوت در این فضا به ایفای نقش می‌پردازند و به نوعی در سبک زندگی رسانه‌ای ما با هویت‌های متغیر و شناور در فضای مجازی مواجه هستیم.

۴-۲- نظریه عرصه و میدان: پی‌یر بورديو (۱۹۳۰)

در عرصه اوقات فراغت و سبک زندگی، دیدگاه جدیدی را پدیدآورد او به عرصه و میدان توجه می‌کند. مطابق با هر میدان، سرمایه‌هایی شکل می‌گیرد که سبک زندگی گوناگونی را به صورت عادت‌واره به وجود می‌آورد (خواجه نوری و مقدس، ۱۳۸۷). به اعتقاد بورديو، سرمایه می‌تواند دارای شکل‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باشد:

- سرمایه اقتصادی: درآمد پولی و سایر منابع مالی و دارایی‌ها و نیز تجلی نهادی آن، یعنی حقوق مالی را دربرگیرد.

- سرمایه فرهنگی: گرایش‌ها و عادت‌های دیرپا که طی فرایند جامعه‌پذیری حاصل می‌شوند و نیز اهداف فرهنگی ارزشمند، نظیر صلاحیت‌های تحصیلی و فرهیختگی را

صنایع فرهنگی و الگوهای مصرف است. همچنین سبک زندگی مجموعه‌ی منظمی از رفتارها با الگوهای کنش است که افراد آن را انتخاب کرده و کنششان در زندگی روزمره به واسطه‌ی آنها هدایت می‌شود. در این تحقیق، سبک زندگی شامل مؤلفه‌هایی است که عبارتند از شیوه‌ی گذران اوقات فراغت، مصرف کالاهای فرهنگی و شیوه‌ی همسرگزینی، والدگری رسانه‌ای و...

۵- روش‌شناسی

۱-۵- روش تحقیق

در این مطالعه از روش ترکیبی (کیفی- کمی) به صورت متوالی استفاده شد. از این روش مطالعه حاضر دارای دو بخش است:

- بخش اول: روش تحقیق در این مرحله با توجه به هدف‌های پژوهشی کیفی (روش آینده‌پژوهی) با بهره‌گیری از سناریونویسی است.

- بخش دوم: روش تحقیق در این مرحله کمی (توصیفی- پیمایشی)؛ در این مرحله، دستیابی به دیدگاه شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ شهر تهران نسبت به سناریوهای (آینده‌های بدیل) پژوهش و سنجش هم‌جهتی رویکردها در هر سناریو بوده است.

۵-۲- جامعه آماری

در مرحله اول پژوهش، جامعه آماری شامل افراد خبره و متخصص در زمینه موضوع پژوهش بوده است. ملاک انتخاب خبرگان (افراد خبره و متخصص) منتخب به شرح زیر است:

- دارای تخصص در زمینه علوم اجتماعی، جامعه‌شناسی، مدیریت رسانه، مدیریت فرهنگی و مطالعات زنان و خانواده؛

- با حداقل ۱۰ سال سابقه پژوهشی در رابطه با موضوع پژوهش؛

- دارای حداقل ۲ مقاله پژوهشی در رابطه با موضوع پژوهش؛ از این رو، با توجه به ویژگی‌های فوق، ۲۹ نفر افراد خبره و متخصص از مراکز علمی و پژوهشی کشور انتخاب شدند.

در مرحله دوم پژوهش، مناطق ۱ و ۱۵ به دلیل حائز بودن شرایط تنوع فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی به عنوان نماینده

گیری در جامعه است، که به نوعی بازتاب و تقویت کننده روحیه فردگرایی در فراغت‌های رسانه‌ای اعضای خانواده است.

۴-۳- نظریه کنش ارتباطی: یورگن هابرماس^۱

یورگن هابرماس (۱۹۲۹) در مطالعه جنبه‌های مختلف زندگی به سه سطح مختلف و در عین حال مرتبط اشاره می‌کند که کاملاً با سبک زندگی در ارتباط هستند:

- سطح ساختاری: هر فرد می‌تواند در سطح ساختاری تفاوت‌ها و تشابهات میان کشورها، جوامع و فرهنگ‌ها را و همچنین تفاوت‌هایی که در طول زمان و در جوامع مختلف روی داده است، مورد آزمون و مطالعه قرار دهد. این تفاوت‌ها میان ساختار فرهنگ‌ها و جوامع، در قالب اشکال زندگی (سبک‌های زندگی) دسته‌بندی می‌شوند و می‌توانند بازگوکننده اشکال مختلف جامعه و فرهنگ رایج آن باشند.

- سطح موقعیتی: این سطح به شباهت‌ها و تفاوت‌های جوانب مختلف زندگی، در میان طبقه‌بندی‌های وسیع‌تر می‌پردازد. مانند: طبقات و گروه‌هایی که در ساختار جامعه، موقعیت‌های متنوع و مختلفی دارند. این دسته‌بندی که از طریق موقعیت فرد در ساختار اجتماعی خاص تعریف می‌شود، سبک‌های زندگی، نامیده می‌شوند. برای مثال سبک زندگی فردی از طبقه مرفه یک جامعه، با سبک زندگی کارگران همان جامعه تفاوت دارد.

- سطح فردی: هر فرد سعی دارد تا تفاوت‌ها و تشابهات را میان روش‌های مختلفی که افراد از طریق آنها با واقعیات روبرو می‌شوند و زندگی خود را اداره می‌کنند، درک کند و بداند افراد چگونه شخصیت و هویت خود را رشد می‌دهند و با دیگر افراد ارتباط برقرار می‌کنند. ذات و هویت فرد همواره در حال تغییر و تحول است. به همین دلیل سبک زندگی افراد نیز همواره ثابت و یکنواخت نمی‌ماند (هابرماس، ۱۹۸۴).

با توجه به اینکه سبکی شدن زندگی با شکل‌گیری فرهنگ مردم رابطه نزدیک دارد. بنابر این می‌توان شناخت لازم در مورد فرهنگ یک جامعه را از طریق شناخت سبک زندگی آن جامعه به دست آورد. به این معنی که باید نسبت به اشکال سبک داده شده‌ی زندگی مردم در آن جامعه، شناخت پیدا کرد. در نهایت می‌توان گفت که سبک زندگی مبتنی بر منابعی است که توسط انتخابها در زمینه‌ی مصرف فراهم می‌شود، در واقع سبک زندگی مبتنی بر اوقات فراغت،

جدول ۱- توزیع ویژگی‌های جمعیتی خبرگان

ردیف	جنسیت	تخصص	سابقه کار (سال)	محل کار
۱	مرد	جامعه‌شناسی	۱۰	هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۲	مرد	جامعه‌شناسی	۱۰	دانشگاه تبریز هیأت علمی
۳	زن	جامعه‌شناسی	۱۰	هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۴	زن	مطالعات زنان	۲۰	هیأت علمی گروه مطالعات زنان و خانواده دانشگاه الزهرا(س)
۵	زن	علوم ارتباطات اجتماعی	۲۵	پژوهشگر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۶	زن	مدیریت رسانه	۲۸	هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۷	زن	مدیریت فرهنگی	۱۰	هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۸	زن	جامعه‌شناسی	۱۲	هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۹	زن	جامعه‌شناسی	۱۲	هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۱۰	مرد	جامعه‌شناسی	۲۰	هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۱۱	زن	مطالعات زنان	۲۵	هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۱۲	مرد	مدیریت فرهنگی	۱۸	مدیرعامل و عضو هیأت مدیره شرکت توسعه راهکارهای هوشمند امین
۱۳	زن	جامعه‌شناسی	۱۰	پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۱۴	مرد	مهندس کامپیوتر	۲۵	مدیر بخش انفورماتیک
۱۵	مرد	مردم‌شناس	۲۵	هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۱۶	مرد	علوم ارتباطات اجتماعی	۲۷	مدیر بخش پژوهش و سنجش دانشگاه تهران و عضو هیأت علمی دانشگاه
۱۷	مرد	علوم ارتباطات اجتماعی	۳۰	هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۱۸	مرد	علوم ارتباطات اجتماعی	۱۴	پژوهشگر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۱۹	زن	مطالعات خانواده	۲۳	پژوهشگر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۲۰	مرد	علوم ارتباطات اجتماعی	۲۰	پژوهشگر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۲۱	زن	مطالعات خانواده	۱۰	هیأت علمی گروه مطالعات زنان و خانواده دانشگاه تربیت مدرس
۲۲	مرد	علوم ارتباطات اجتماعی	۱۰	هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۲۳	مرد	مطالعات خانواده	۱۸	هیأت علمی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری (انسان‌شناس)
۲۴	زن	مطالعات خانواده	۲۹	هیأت علمی گروه مطالعات زنان و خانواده دانشگاه تربیت مدرس
۲۵	مرد	علوم ارتباطات اجتماعی	۱۰	هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۲۶	مرد	جامعه‌شناسی	۲۵	هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۲۷	زن	مطالعات زنان و خانواده	۲۳	هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۲۸	مرد	علوم ارتباطات اجتماعی	۲۹	هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی
۲۹	مرد	علوم ارتباطات اجتماعی	۲۰	هیأت علمی و استاد دانشگاه علامه طباطبایی

درجه اهمیت ابعاد و مؤلفه‌ها، سناریوها با توجه به دیدگاه آنان تدوین و تنظیم گردید. در مرحله چهارم مصاحبه، از خبرگان خواسته شد، رویکردهای هر سناریو و الزام‌های تحقق رویکردها را بیان کنند. سپس با توجه به دیدگاه خبرگان پرسشنامه‌ای تدوین و تنظیم گردید و در مرحله پنجم، پرسشنامه‌ها برای خبرگان ارسال گردید و هم‌جهتی رویکردها در هر سناریو از دیدگاه آنان مورد بررسی قرار گرفت.

پس از تدوین رویکردها در هر سناریو، پژوهش‌گر درصدد بررسی هم‌جهتی این رویکردها از دیدگاه خبرگان برآمد. از این‌رو، پرسشنامه‌ای محقق ساخته (پرسشنامه‌ای که با همکاری و همفکری خبرگان تهیه و تنظیم شده بود) با ۸۶ گویه تنظیم شد. گویه‌های پرسشنامه با توجه به رویکردها و الزام‌های تحقق آن‌ها تدوین شد. امتیاز گویه‌های پرسشنامه از کمترین تأثیر (۱ امتیاز) تا بیشترین تأثیر (۷ امتیاز) در نظر گرفته شد. با توجه به این مقیاس ۷ امتیازی، احتمال وقوع این رویکردها از دیدگاه خبرگان بررسی گردید.

در مرحله کمی ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه‌ای محقق ساخته (پرسشنامه‌ای که با همکاری و همفکری خبرگان تهیه و تنظیم شده بود)، بوده است.

۵-۵-۵- روایی و ابزار اندازه‌گیری

- روایی یا اعتبار ابزار اندازه‌گیری در مرحله کیفی پژوهش از روش زاویه‌بندی روش شناختی و زاویه‌بندی تحلیلی یا پژوهش‌گر استفاده گردید.

- روایی یا اعتبار در مرحله کمی پژوهشی با بهره‌گیری از اعتبار محتوایی (CVR) مورد سنجش و بررسی قرار گرفت.

۵-۶-۵- روش پایایی ابزار اندازه‌گیری

در مرحله کمی جهت محاسبه ضریب قابلیت اعتماد (پایایی) از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است.

۵-۷-۵- روش‌ها و ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل اطلاعات و داده‌های این پژوهش در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای Nvivo10 و Amos Graphics با سطح اطمینان ۹۵ درصد استفاده شد.

مناطق ۲۲ گانه شهر تهران، جهت مطالعه مقایسه‌ای (هدف شماره ۵ پژوهش)، انتخاب و مورد پژوهش قرار گرفتند. از این رو جامعه آماری در مرحله دوم پژوهش، شهروندان بالای ۱۸ سال تهرانی ساکن در مناطق ۱ و ۱۵ شهر تهران در سال ۱۳۹۸ تشکیل می‌دهند.

۵-۳-۳- حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

- در مرحله کیفی، با توجه به ماهیت روش آینده‌پژوهی، از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی از نوع هدفمند وابسته به معیار، ۲۹ نفر افراد خبره و متخصص انتخاب شدند.

- برای انتخاب نمونه‌های مورد مطالعه در مرحله دوم پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده گردید. به عبارتی حجم جمعیت جامعه آماری در مرحله دوم پژوهش شامل ۳۸۴ نفر از شهروندان تهرانی ساکن در مناطق ۱ و ۱۵ بوده است.

۵-۴-۴- روش و ابزار جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها

در مرحله کیفی جهت گردآوری داده‌ها ابتدا از مصاحبه نیمه ساختار یافته و سپس در بخشی از تحقیق از ابزار پرسشنامه بهره گرفته شد. از این‌رو مصاحبه‌هایی با توجه به اهداف و سؤال‌های پژوهش تدوین و تنظیم گردید. محور سؤال‌های پژوهش به شرح زیر بوده است.

زمان گذشته: چگونگی ارتباطات رسانه‌ای در ایران؛

زمان حال: برخورد با رسانه‌های نوین ارتباطی در ایران؛

روندها: ساختار خانواده و سبک زندگی با رویکرد ورود فن‌آوری نوین ارتباطی؛

ترس‌ها و تهدیدها: شناسایی نقاط ضعف و تهدیدها با ورود رسانه‌ها در خانواده؛

امید بخشیدن: توجه به فرصت‌ها با ورود رسانه‌ها در خانواده؛

باورها: رویکردهایی که با تدوین آن می‌تواند در تغییر مطلوب کمک کند؛

اقدام: چه الزاماتی منجر به تحقق رویکردها و دستیابی به سناریو مطلوب می‌گردد.

مصاحبه‌ها در چند مرحله و به صورت رفت و برگشت انجام گرفت. پس از شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه و مفاهیم، نتایج برای خبرگان ارسال و طی چند بار رفت و برگشت از آنان خواسته شد درجه اهمیت ابعاد و مؤلفه‌ها مشخص گردد. در مرحله سوم مصاحبه، پس از تعیین

۵-۷-۱- آمار توصیفی

در سطح توصیفی با استفاده از شاخص‌های آماری نظیر فراوانی، درصد، میانگین و جداول به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته شد.

۵-۷-۲- آمار استنباطی

ضریب آلفای کرونباخ: برای محاسبه پایایی ابزارها استفاده شد.

آزمون اسپیرمن: برای آزمون فرضیه‌ها (بررسی هم‌جهتی رویکردها در هر سناریو)

آزمون فریدمن: برای دستیابی به میزان درجه اهمیت رویکردها

آزمون یومان ویننی: برای مقایسه دیدگاه خبرگان و شهروندان نسبت به هم‌جهتی رویکردها در هر سناریو
تحلیل عامل اکتشافی و تأییدی: از طریق نرم‌افزار spss23 و Amos Graphics این روش آماری جهت تأیید حیطه‌های مختلف پرسشنامه‌ها استفاده شد.

۶- یافته‌های تحقیق

۱-۶- بخش کیفی (روش تحقیق آینده‌پژوهی؛ سناریونویسی)
ابتدا، مصاحبه‌های خبرگان به وسیله mp3 player ضبط، و پس از پیاده‌سازی به وسیله نرم‌افزارهای کامپیوتری تایپ گردید. کدهای اولیه در محیط word و لیست کدها و طبقه‌بندی در محیط nvivo انجام شد.

زیرمقوله‌ها در این مطالعه از کل مطاحبه‌ها استخراج و بصورت مکرر مورد بررسی مجدد خبرگان قرار گرفته و به این ترتیب به صورت جملات یا عناوین از بیانات و متون مصاحبه‌ها مشخص و مقوله‌های اصلی از آنها استخراج گردید. سپس بر مبنای مقوله‌های اصلی، تم‌ها انتزاع شد. بدین ترتیب، مولفه‌ها و تم‌های اشکال مختلف خانواده با رویکرد ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی مورد شناسایی قرار گرفت و سپس با توجه به دیدگاه خبرگان اهمیت اولویت‌بندی این مولفه‌ها و تم‌ها بررسی گردید که نتایج به ترتیب در زیر آورده شده است:

- ۱-۱-۶- سوال اول پژوهش: تم‌های اشکال مختلف خانواده دیجیتال از دیدگاه خبرگان کدامند؟
۱-۱-۶-۱- تدوین مقوله‌ها و استخراج ۶ تم اصلی
تم اصلی اول: دوره‌های ارتباطی در ایران

جدول ۳- فرایند دسته‌بندی مقولات و زیرمقوله‌ها تم اول

تم	مقوله	زیرمقوله
دوره‌های ارتباطی در ایران	ارتباطات شفاهی	برنامه خبری رادیو، سخنرانی، و تلویزیون
	ارتباطات مکتوب	مطالعه روزنامه و مطالعه مجله
	ارتباطات الکترونیکی	اینترنت، موبایل، تبلت، و شبکه‌های اجتماعی

جدول ۲- توزیع رویکردهای سناریوهای پژوهش با توجه به تعداد گویه‌ها

سناریوها	رویکردها	گویه‌ها
سناریو ۱ خانواده شبه‌رسانه‌ای	روابط و مناسبات خانواده مدرن در نسل اول و دوم	۱۴
	روابط و مناسبات خانواده سنتی	۵
	ارتباط زوجین در خانواده مدرن و سنتی	۴
جمع		
سناریو ۲ خانواده رسانه‌ای	تقویت تعامل خانواده به ارتباطات الکترونیکی در خانواده	۶
	بازتعریف والدگری	۷
	والدگری رسانه‌ای	۱۰
جمع		
سناریو ۳ خانواده ناپایدار	ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی	۸
	فرهنگ پدرسالاری-مردسالاری	۳
کلیدیه‌های جنسیتی		
جمع		
سناریو ۴ خانواده آشفته	الگوهای رفتاری ذهنی و عینی	۳
	تغییر هویت	۳
	بازشناسی والدگری	۶
الگوی مصرف		
جمع		
جمع کل		

تم اصلی دوم: مواجهه با تکنولوژی ارتباطی در ایران

جدول ۴- فرایند دسته بندی مقولات و زیرمقوله‌ها تم دوم

تم	مقوله	زیرمقوله
مواجهه با تکنولوژی ارتباطی در ایران	سیر حضور در رایانه تسهیل زندگی با <u>تکنولوژی</u>	ابتدا نهادهای رسمی، دوم مراکز علمی کشور، سوم ورود تدریجی به خانه‌ها تبادلات علمی و آموزشی
	آگاهی دهنده خدمت دهنده	افزایش آگاهی نسبت به رسانه‌ها، ارتقا بخش انسان نسبت به <u>تکنولوژی</u> به خدمت گیری تکنولوژی و افزایش کیفیت زندگی سبب ارتباطی رسانه (ارتباط اطلاعاتی، ارتباط بین نسلی،
	توجه صرف به معایب	

تم اصلی سوم: روابط و مناسبات دورن خانواده

جدول ۵- فرایند دسته بندی مقولات و زیرمقوله‌ها تم سوم

تم	مقوله	زیرمقوله
روابط و مناسبات درون خانواده	روابط و مناسبات در خانواده سنتی	تفاوت بین نسلی، تمرکز بر محور عاطفه، شیوه فرزند پروری استبدادی، مشترک بودن همه چیز در خانواده، اقتدار والدین (محدود بودن حیطه اختیارات و روابط فرزند) و تامین اقتصادی خانواده توسط پدر
	روابط و مناسبات در خانواده مدرن	والدین به عنوان مهاجران دیجیتال و فرزندان به عنوان بومیان دیجیتال، کاهش گردهمایی و دوره‌های خانوادگی، کاهش تعامل و گفتگو و همدلی خانواده، شکاف دیجیتالی والدین و فرزندان، پیدایش و احساس نیاز به نظارت رسانه‌ای در خانواده (گام مقدماتی مدیریت مصرف رسانه‌ای در خانواده)

تم اصلی چهارم: پیکره بندی نوین خانواده

جدول ۶- فرایند دسته بندی مقولات و زیرمقوله‌ها تم چهارم

تم	مقوله	زیرمقوله
پیکره بندی نوین خانواده	زندگی تک زیستی	جمع‌گریزی، بالارفتن سن ازدواج، ترجیح زندگی مجردی، رسیدن به مجرد قطعی، و زنان مطلقه جدا از خانواده
	زندگی با روابط موازی زوجین (تهی/ طلاق عاطفی)	فقدان بهداشت روانی، عدم تامین نیازهای طبیعی و لازم زندگی، حضور فیزیکی و تشریفاتی زن و مرد، گرایش به اولین فرد خارج از محور خانواده، رابطه نامشروع و پنهانی در دو طرف، نبود کانونی مناسب برای آموزش فرزندان و طلاق عاطفی.
	زندگی زنانه شدن	تمرکز بیشتر زنان، کانون خانواده بر تصمیمات زن، عمل خانواده بر اساس سلیقه زن، کاهش خشونت مردان علیه زنان، شی پرستی بیشتر زنان، ترفیع یافتن وضعیت زنان، شوهر تابع همسر
	زندگی فراجنسیتی	تغییر کیفیت زندگی، کم رنگ شدن مرز بندی جنسیتی (ایجاد احساس عدالت جنسیتی، تغییر کلیشه‌های جنسیتی، تغییر در هنجارهای جنسی، و زنان نوگرا.
زندگی باهم باشی	عدم پیوند رسمی ازدواج، هم خانگی بدون ازدواج، عدم پیوند رابطه زن و شوهری، عدم وجود مسئولیت پذیری بین زن و مرد، عدم وجود تعهد بین زن و مرد.	

تم اصلی پنجم: تعامل خانواده با رسانه

جدول ۷- فرایند دسته بندی مقولات و زیرمقوله‌ها تم پنجم

تم	مقوله	زیرمقوله
تعامل خانواده با رسانه	والدگری رسانه‌ای	بهبود فرزندپروری، مدیریت رسانه در خانواده، برخورد کاربردی -عملی صحیح با جهان رسانه، افزایش هوش پیامدی فرزند، آشنایی با فضای سایبر، ارتباطات الکترونیکی، افزایش آگاهی رسانه‌ای فرزند، افزایش مهارت خواندن و نوشتن الکترونیکی، حضور پررنگ رسانه در جامعه‌پذیری فرزندان، شکل‌گیری حافظه خانوادگی
	واکسیناسیون رسانه‌ای	آموزش سواد رسانه‌ای(آموزش بیشتر معلمان، کتب درسی، آموزش بیشتر والدین)، و آثار آموزش(همکاری و همفکری دانش‌آموز-آموز-نهاد آموزشی، کاهش آسیب‌های احتمالی، همکاری و همدلی و همفکری والدین-فرزند، بهره‌مندی بیشتر از فضای مجازی)، استفاده از کلینیک‌های رسانه‌ای
	اقتصاد الکترونیکی	توسعه مشاغل خانگی، نقش آفرینی اقتصادی زنان در فضای مجازی، هزینه اینترنت در سبد فرهنگی خانواده
	تغییر الگوی خرید	شیوه و میزان خرید اینترنتی، حرکت از اقتصاد فیزیکی به اقتصاد دیجیتالی در الگوی خرید آنلاین
	تغییر الگوی فراغت	تعاملات انسانی و اجتماعی درالگوی فراغت رسانه‌ای، کاهش فراغت واقعی، تقویت منافع فردی(پیدا کردن دوستان خوب، دریافت پیشنهادهای کاری، منافع مادی، راهنمایی‌های علمی)
	تعامل دانشی با رسانه	حضور نرم‌افزارهای مختلف در زندگی(در حوزه‌های بهداشت، سلامت، آموزش، ورزش، همسرداری، فرزندپروری، آشپزی، مدیریت بدن و...)، ارتقاء آگاهی زنان، بهره‌مندی از زبان‌های متکثر برای برقراری ارتباط خانوادگی(زبان‌های مکتوب، دیداری و شنیداری)
	تعامل ابزاری با رسانه	رویت‌پذیری زوایای زندگی (درهم‌آمیختگی فضاهای عمومی و خصوصی)، مستند شدن حافظه خانوادگی، خوانا و نویساشدن خانواده (بی‌سوادی سفید/توهم دانایی)

تم اصلی ششم: همسریابی

جدول ۸- فرایند دسته بندی مقولات و زیرمقوله‌ها تم ششم

تم	مقوله	زیرمقوله
همسریابی	ازدواج اینترنتی	ارائه شخصیت خود تمایلی، تغییر قلمرو همسرگزینی، تسهیل برای یافتن عشق، الگوی هنجاری ازدواج، کاهش فاصله مکانی ازدواج، موسسات اینترنتی دوست‌یابی و همسریابی
	معرفی الگوهای جدید	ظهور ولنتاین، و ظهور کلینیک‌های مشاوره ازدواج

شد، از بین نتایج به دست آمده، دو عامل که از نظر آنان مهم‌ترین عوامل در تغییر سبک زندگی خانواده با رویکرد فن‌آوری‌های ارتباطی نوین است را انتخاب نمایند که نتایج به شرح زیر آورده شده است.

- تسهیل زندگی با تکنولوژی
- تحکیم پیوند والد-فرزند

۱-۲-۶- سوال دوم پژوهش: اولویت‌گذاری تم‌های اشکال مختلف خانواده دیجیتالی از دیدگاه خبرگان کدامند؟ در این مرحله از دیدگاه خبرگان، درجه اهمیت تم‌ها و مؤلفه‌ها مورد بررسی قرار گرفت. در این مرحله ابتدا از خبرگان خواسته شد، هر فرد ۳ عامل برای هر تم و مؤلفه به ترتیب اهمیت بیان کند. در مرحله بعد از خبرگان خواسته

- ۳-۱-۶- سوال سوم پژوهش: سناریوهای سبک‌های مختلف خانواده دیجیتال از دیدگاه خبرگان کدامند؟
- جایگذاری دو مقوله مهم و اثرگذار از دیدگاه خبرگان در الگوی رایج سناریونویسی و تدوین ۴ سناریوی پژوهش:
- در این گام، این دو عامل در ماتریس ۲×۲ جایگذاری و سناریوها تشکیل می‌شوند. به عبارتی این مرحله نیاز به بیشترین شهود و خلاقیت دارد (رایت و همکاران، ۲۰۱۳). طی جایگذاری این دو عامل مهم و اثرگذار، عواملی که نیروهای موثر و پیشران هریک از سناریوها و شکل‌دهنده آینده تغییرات سبک زندگی خانواده هستند، تشکیل می‌شوند.
- خانواده شبه‌رسانه‌ای.
- خانواده پایدار رسانه ای
- خانواده ناپایدار رسانه ای
- خانواده آشفته رسانه‌ای
- سناریو ۱: خانواده شبه‌رسانه‌ای
- ویژگی‌های عمده این خانواده شامل:
- تعامل با رسانه‌ها به ویژه اینترنت و شبکه‌های مجازی و استفاده از موبایل؛
- برخورداری مردان از جایگاه بالاتر به ویژه در تصمیم‌گیری‌های مهم اقتصادی؛
- رویکردهای این سناریو عبارت‌اند از:
- روابط و مناسبات مدرن در نسل اول و دوم؛
- روابط و مناسبات خانواده سنتی؛
- ارتباط زوجین در خانواده مدرن و سنتی
- ارتباط زوجین در خانواده مدرن و سنتی؛
- سناریو ۲: خانواده رسانه‌ای
- ویژگی‌های عمده این خانواده عبارت‌اند از:
- تعامل سازنده با رسانه‌ها به ویژه اینترنت و شبکه‌های مجازی و استفاده از موبایل؛
- تحکیم پیوند والد-فرزند، پدر با خلق و خوی انعطاف‌پذیر، بهبود وضعیت زنان؛
- رویکردهای این سناریو عبارت‌اند از:
- تقویت تعامل خانواده به ارتباطات الکترونیکی در خانواده؛
- بازتعریف والدگری؛
- والدگری رسانه‌ای؛
- واکسیناسیون رسانه‌ای؛
- سناریو ۳: خانواده ناپایدار
- ویژگی‌های عمده این خانواده عبارت‌اند از:
- برخورداری مردان از جایگاه بالاتر به ویژه در تصمیم‌گیری‌های مهم اقتصادی؛
- فرهنگ پدرسالار (مردسالاری)، باور به کلیشه‌های جنسیتی، پافشاری به ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی؛
- رویکردهای این سناریو عبارت‌اند از:
- ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی؛
- فرهنگ پدرسالاری-مردسالاری؛
- کلیشه‌های جنسیتی؛

جدول ۹- الزامات قابل پیش‌بینی برای سناریو ۱ (خانواده شبه‌رسانه‌ای)

رویکرد	الزامات تحقق
روابط و مناسبات مدرن در نسل اول و دوم	<p>- نیاز به معرفی و آشنایی نسل اول به فضای مجازی و عملکرد آن</p> <p>- نیاز به چگونگی استفاده مناسب نسل دوم از فضای مجازی و عملکرد آن</p> <p>- نیاز به بازتعریف حریم خصوصی و عمومی</p> <p>- نیاز به بازتعریف وظایف و نقش‌های والدین و فرزند در خانواده</p>
روابط و مناسبات خانواده سنتی	<p>- نیاز به معرفی آثار منفی شیوه فرزندپروری استبدادی در خانواده (در زمینه کنترل شدید فرزند نسبت به رسانه مجازی، وجود فرهنگ اطاعت از والدین و عدم گفتگوی والد-فرزند) به والدین</p> <p>- نیاز به بازتعریف و آموزش حیطه، اختیارات و روابط فرزند-والد به والدین و فرزندان</p>
ارتباط زوجین در خانواده مدرن و سنتی	<p>- نیاز به بازتعریف وظایف زن و مرد در خانواده به زوجین</p> <p>- نیاز به معرفی مشاوران خانواده و نوع خدمات آنان برای حل مشکلات خانواده به زوجین</p> <p>- نیاز به معرفی و چگونگی استفاده صحیح از شیوه ارتباطی جدید (مجازی) به زوجین</p>

جدول ۱۰- الزامات قابل پیش‌بینی برای سناریو ۲ (خانواده رسانه‌ای)

رویکرد	الزامات تحقق
تقویت تعامل خانواده به ارتباطات الکترونیکی در خانواده	<p>— نیاز به آشنایی خانواده‌ها به محتوای فضای سایبر از نظر هنجارهای فرهنگی و اخلاق جهانی</p> <p>— نیاز به افزایش هوش پیامدی فرزند در زمینه چگونه اندیشیدن صحیح به واکنش‌های یک کنش</p> <p>— نیاز به تعریف و آشنایی با ارتباطات الکترونیکی در رابطه با چگونگی دستیابی خانواده به دانش‌های روز، یافته‌های علمی، بهداشت و سلامت و شیوه همسرداری مناسب</p> <p>— نیاز به آشنایی به آثار مثبت و منفی گفتگوی‌های الکترونیکی در خانواده</p> <p>— نیاز به افزایش سطح آگاهی رسانه‌ای فرزند در زمینه قدرت مدیریت، انتخاب‌گری و تشخیص محتواهای مناسب ارائه شده از سوی رسانه‌ها</p> <p>— نیاز به تعریف و آشنایی اعضای خانواده نسبت به شکل‌گیری حافظه خانوادگی در فضای مجازی و آثار مثبت و منفی آن</p>
بازتعریف والدگری	<p>— اختصاص دادن وقت به فرزند، آشنایی به روان‌شناسی کودک (در زمینه خواست‌ها، نیازها، فرصت‌ها و روحیات کودک)</p> <p>— نیاز به باز تعریف والدگری در زمینه توجه به فرزند، اصلاح عملکرد والدین</p> <p>— نیاز به آشنایی والدین و فرزند نسبت به چگونگی کنترل مناسب نسبت به استفاده از رسانه</p> <p>— نیاز به افزایش سطح آگاهی رسانه‌ای فرزند در زمینه قدرت مدیریت، انتخاب‌گری و تشخیص محتواهای مناسب ارائه شده از سوی رسانه‌ها</p> <p>— نیاز به بیان میزان اهمیت نقش خانواده در جامعه‌پذیری فرزندان</p>
والدگری رسانه‌ای	<p>— نیاز به آشنایی والدین به درک و چگونگی تمرکز بر موفقیت‌های فرزندان</p> <p>— نیاز به تحکیم آشنایی والدین و فرزند نسبت به چگونگی تحکیم پیوند بین آنان در زمینه مراقبت از کودک</p> <p>— چگونگی ایجاد گفت‌وگو مشترک بین آنان و تحکیم روابط عاطفی بین آنان</p> <p>— نیاز آشنایی به چگونگی بازتولید روابط عاطفی بین والدین و فرزندان در زمینه شکل دادن به احساسات، ایجاد حس همراهی، چگونگی فرم و محتوای عواطف، شکل دادن به ساختارهای ادراکی و شناختی، ایجاد حس همراهی و تقویت اعتماد والد-فرزند و برعکس</p> <p>— نیاز به آشنایی والدین به چگونگی پرورش کودک در زمینه موقعیت‌های مناسب برای رشد عاطفی، جسمی و اخلاقی آنان</p> <p>— نیاز به معرفی و آشنایی والدین به چگونگی پیوند والدگری با رسانه</p> <p>— نیاز به آشنایی در رابطه با چگونگی مدیریت رسانه در خانواده در زمینه پیوند بیشتر با طبیعت، تقویت مناسبات خانوادگی، مدیریت مصرف (برجسته کردن نقش والدین در مدیریت رسانه، پر کردن تنهایی فرزند، ایجاد خودکنترلی در مصرف و تدوین برنامه از سوی فرزند)</p> <p>— نیاز به افزایش بینش رسانه‌ای والدین در زمینه سازگاری کودک با جهان رسانه‌ای، نقش والدین و فرزند مبتنی بر گردش اطلاعات در رسانه‌ها و بازشناسی جهان رسانه‌ای</p> <p>— نیاز به مسلح شدن والدین در سواد رسانه‌ای در زمینه شناخت فضای مجازی، ارتقاء سواد دیجیتال و سواد رسانه‌ای</p>
واکسیناسیون رسانه‌ای	<p>— نیاز به آموزش معلمان در زمینه سواد رسانه‌ای به ویژه در مقاطع پیش‌دبستانی و ابتدایی</p> <p>— نیاز به اختصاص یک مواد درسی در زمینه سواد رسانه‌ای در مقاطع تحصیلی</p> <p>— نیاز به آموزش والدین در زمینه چگونگی همراهی رسانه با خانواده</p> <p>— نیاز به آموزش والدین در زمینه تقویت رابطه والد-فرزند در زمینه چگونگی ایجاد گفتگوی صمیمانه، رفاقت با فرزند و مهارت گوش دادن و همدلی کردن</p> <p>— نیاز به برجسته کردن آثار آموزش در زمینه همکاری و همفکری دانش آموز با نهاد آموزشی، کاهش آسیب‌های احتمالی، همفکری و همدلی و همکاری فرزند-والدین و بهره‌مندی بیشتر و سودمند از فضای مجازی</p>

جدول ۱۱- الزامات قابل پیش‌بینی برای سناریو ۳ (خانواده ناپایدار)

رویکرد	الزامات تحقق
ارزش‌های فرهنگی- اجتماعی	<p>— نیاز به آموزش ضرورت تغییر ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی حاکم در بقا و پایداری خانواده و جامعه</p> <p>— نیاز به آموزش چگونگی ارزیابی ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی حاکم در خانواده و جامعه</p>
فرهنگ پدرسالاری-مردسالاری	<p>— نیاز به بازتعریف فرهنگ پدرسالاری و مردسالاری در خانواده</p> <p>— نیاز به معرفی آثار منفی فرهنگ پدرسالاری و مردسالاری به والدین</p>
کلیشه‌های جنسیتی	<p>— نیاز به اصلاح و باز تعریف کلیشه‌های جنسیتی در خانواده و جامعه</p>

سناریو ۴: خانواده آشفته

ورود فن آوری های نوین ارتباطی در شهر تهران بوده است. از این رو تلاش گردید، ابتدا ویژگی های جمعیت شناختی شهروندان در مناطق منتخب در شهر تهران (مناطق ۱ و ۱۵) و سپس دیدگاه این افراد نسبت به رویکردهای سناریوها مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد.

- ویژگی های عمده این خانواده عبارت اند از:
- چالش در وظایف والدگری و چالش در الگوهای رفتاری و ارزش های فرهنگی - اجتماعی حاکم؛
 - تعامل دوگانه با رسانه و چالش در الگوی مصرف.

رویکردهای این سناریو عبارت اند از:

ویژگی های جمعیت شناختی شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ شهر تهران در این قسمت ابتدا ویژگی های جمعیت شناختی (متغیرهای زمینه ای) جامعه مورد مطالعه مورد بررسی قرار گرفت که نتایج به شرح زیر است:

- الگوهای رفتاری ذهنی و عینی؛
- تغییر هویت؛
- بازشناسی والدگری؛
- الگوی مصرف؛

تحلیل رویکردهای سناریوها

۱-۲-۶- وضعیت جنسیت، گروه های سنی، تاهل و سطح تحصیلات شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ شهر تهران مورد مطالعه

بر اساس نتایج جدول، از مجموع ۳۸۰ نفر از شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ شهر تهران، ۲۹/۷ درصد مرد و ۷۰/۳ درصد زن بوده اند. در منطقه ۱، این میزان برابر ۶۴ درصد مرد و ۶۶/۷ درصد مرد بوده است و در منطقه ۱۵ نیز مردان معادل ۲۶ درصد و زنان برابر ۷۴ درصد بوده است.

پس از تدوین رویکردها در هر سناریو، پژوهش گر درصدد بررسی هم جبهتی این رویکردها از دیدگاه خبرگان برآمد. از این رو، با توجه به رویکردهای هر سناریو، فرضیه های مشخص گردید و سپس بر اساس آن، پرسشنامه ای با ۸۶ گوی تنظیم شد.

۲-۶- بخش کمی (روش تحقیق پیمایشی)

طبق نتایج جدول از مجموع ۳۸۰ نفر از شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ شهر تهران، بیشترین درصد مربوط به گروه سنی ۴۰-۴۹ سال (۲۷/۳ درصد) و کمترین درصد مربوط به گروه سنی ۶۰ سال و بیشتر (۰/۶ درصد) بوده است. میانگین سنی آنان برابر ۳۸ سال با حداقل سن ۲۰ سال و حداکثر سن ۶۱ سال بوده اند.

۱-۲-۶- سوال چهارم پژوهش: انواع سناریوهای سبک های مختلف خانواده دیجیتال از دیدگاه شهروندان مناطق ۱ و ۱۵ شهر تهران کدامند؟

در این قسمت پژوهش گر درصدد بررسی هدف تعیین دیدگاه شهروندان در مناطق منتخب نسبت به سناریوهای چشم انداز آتی تغییرات در سبک زندگی خانواده با رویکرد

جدول ۱۲- الزامات قابل پیش بینی برای سناریو ۴ (خانواده آشفته)

الزامات تحقق	رویکرد
<ul style="list-style-type: none"> - نیاز به اصلاح و باز تعریف الگوهای رفتاری ذهنی در زمینه نگرش ها و ارزش ها - نیاز به اصلاح و باز تعریف الگوهای رفتاری عینی در زمینه نمادسازی (تولید، توزیع و به کارگیری نمادها) - نیاز به اصلاح و باز تعریف الگوهای عینی در زمینه هنجارسازی فرهنگی 	الگوهای رفتاری ذهنی و عینی
<ul style="list-style-type: none"> - نیاز به معرف انواع هویت و اهمیت هویت اجتماعی، فردی و کالبدی (بدنی) در بقا و پایداری خانواده 	تغییر هویت
<ul style="list-style-type: none"> - نیاز به بازشناسی مفهوم والدگری در بین خانواده ها - نیاز به نمایش آثار منفی و مثبت مناسبات بین والدین و فرزند در سبک های سنتی و مدرن 	بازشناسی والدگری
<ul style="list-style-type: none"> - نیاز به باز تعریف مدیریت بدن در بین اعضای خانواده - نیاز به معرفی انواع الگوی مدیریت بدن در جامعه ایرانی به ویژه شهر تهران - نیاز به معرفی و باز تعریف مدیریت مصرف در زمینه اوقات فراغت، سرگرمی ها، رسانه ها، مد و مدگرایی، پوشاک و ظاهر بدن در ساختار خانواده ها 	الگوی مصرف

جدول ۱۳- فرضیه‌های استخراج شده از رویکردها در سناریوها

سناریوها	فرضیه‌ها
سناریو ۱ (خانواده شبه‌رسانه‌ای)	بین روابط و مناسبات مدرن در نسل اول با روابط و مناسبات خانواده سنتی رابطه وجود دارد.
	بین روابط و مناسبات مدرن در نسل اول با ارتباط زوجین در خانواده سنتی رابطه وجود دارد.
	بین روابط و مناسبات مدرن در نسل دوم با ارتباط زوجین در خانواده مدرن رابطه وجود دارد.
سناریو ۲ (خانواده رسانه‌ای)	بین تقویت تعامل خانواده به ارتباطات الکترونیکی در خانواده والدگری رسانه‌ای رابطه وجود دارد.
	بین تقویت تعامل خانواده به ارتباطات الکترونیکی در خانواده واکسیناسیون رسانه‌ای رابطه وجود دارد.
	بین بازتعریف والدگری والدگری رسانه‌ای رابطه وجود دارد.
سناریو ۳ (خانواده ناپایدار)	بین ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی با فرهنگ پدرسالاری (مردسالاری) رابطه وجود دارد.
	بین ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی با کلیشه‌های جنسیتی رابطه وجود دارد.
	بین فرهنگ پدرسالاری (مردسالاری) با کلیشه‌های جنسیتی رابطه وجود دارد.
سناریو ۴ (خانواده آشفته)	بین الگوهای ذهنی و عینی با تغییر هویت رابطه وجود دارد.
	بین الگوهای ذهنی و عینی با بازشناسی والدگری رابطه وجود دارد.
	بین تغییر هویت با الگوی مصرف رابطه وجود دارد.
	بین بازشناسی والدگری و الگوی مصرف رابطه وجود دارد.

جدول ۱۴- توزیع فراوانی نسبی شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ شهر تهران برحسب جنسیت، گروه سنی، وضعیت تأهل، تحصیلات

منطقه ۱۵	منطقه ۱	کل	
درصد	درصد	درصد	
جنسیت			
۲۶	۳۳/۳	۲۹/۷	مرد
۷۴	۶۶/۷	۷۰/۳	زن
گروه سنی			
۲۹/۲	۲۱/۹	۲۵/۵	سال ۲۹-۲۰
۲۸/۱	۲۶	۲۷/۱	سال ۳۹-۳۰
۲۴	۳۰/۷	۲۷/۳	سال ۴۹-۴۰
۱۸/۱	۲۰/۸	۱۹/۵	سال ۵۹-۵۰
۰/۶	۰/۶	۰/۶	۶۰ سال و بیشتر
وضعیت تأهل			
۲۷/۶	۳۹/۱	۳۳/۳	مجرد
۷۲/۴	۶۰/۹	۶۶/۷	متأهل
سطح تحصیلات			
۱۹/۳	۳/۱	۱۱/۲	زیر دیپلم
۲۵	۱۸/۲	۲۱/۷	دیپلم
۱۰/۴	۱۰/۴	۱۰/۵	فوق دیپلم
۲۸/۶	۴۴/۸	۳۶/۸	لیسانس
۱۶/۱	۲۳/۵	۱۹/۸	فوق لیسانس بالاتر

منطقه او ۱۵ نسبت به سناریوهای پژوهش متفاوت بوده است. هم چنین برای دستیابی به نتایج دقیق تر با بهره گیری از معادلات ساختاری دیدگاه شهروندان در هر منطقه نیز مورد بررسی قرار گرفت نتایج نشان داد:

دیدگاه شهروندان در منطقه ۱ شهر تهران در رابطه با چشم انداز سبک زندگی خانواده دیجیتال با سناریو ۱ (خانواده التقاطی رسانه‌ای) هم خوانی دارد. دیدگاه شهروندان در منطقه ۱۵ شهر تهران در رابطه با چشم انداز آتی سبک زندگی خانواده دیجیتال با سناریو ۴ (خانواده آشفته رسانه‌ای) هم خوانی دارد.

با محاسبه یومان ویتنی (Mann-Whitney U) بین میانگین رتبه‌ای در دو منطقه مورد بررسی (مناطق ۱ و ۱۵)

جدول ۱۵-مقایسه نتایج میانگین رتبه‌ای کاربرد رویکردها در سناریوها با توجه به شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ شهر تهران

میانگین رتبه‌ای منطقه ۱۵	میانگین رتبه‌ای منطقه ۱	رویکردها	سناریوها
۱/۷۱	۱۲/۰۱	روابط و مناسبات مدرن در نسل اول و دوم	سناریو ۱ (خانواده شبه‌رسانه‌ای)
۳/۲۴	۱۰/۳	روابط و مناسبات خانواده سنتی	
۲/۱۱	۱۱/۴۹	ارتباط زوجین در خانواده مدرن و سنتی	
۶/۱۹	۸/۴۲	تقویت تعامل خانواده با ارتباطات الکترونیکی در خانواده	سناریو ۲ (خانواده رسانه‌ای)
۵/۴۱	۷/۰۱	بازتعریف والدگری	سناریو ۳ (خانواده ناپایدار)
۷/۰۱	۹/۴۲	والدگری رسانه‌ای	
۸/۱	۸/۹۱	واکسیناسیون رسانه‌ای	
۲/۹۱	۱/۸۴	ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی	سناریو ۴ (خانواده آشفته)
۱/۸۲	۲/۴۸	فرهنگ مردسالاری (مردسالاری)	
۲/۳۴	۶/۹۶	کلیشه‌های جنسیتی	
۱۲/۱	۸/۳۱	الگوهای رفتاری ذهنی و عینی	سناریو ۴ (خانواده آشفته)
۱۱/۸	۷/۱۴	تغییر هویت	
۱۰/۱	۲/۸۴	بازشناسی والدگری	
۹/۱	۳/۱۰	الگوی مصرف	

در منطقه ۱، نتایج نشان داد، بیشترین درصد در گروه سنی ۴۰-۴۹ سال (۳۰/۷ درصد) و کمترین درصد در گروه سنی ۶۰ سال و بیشتر (۰/۶ درصد) بوده است. میانگین سنی در منطقه ۱ برابر ۳۹/۷ سال با حداقل ۲۴ سال و حداکثر ۶۱ سال بوه است.

در منطقه ۱۵ نیز نتایج نشان داد، بیشترین درصد در گروه سنی ۲۰-۲۹ سال (۲۹/۲ درصد) و کمترین درصد در گروه سنی ۶۰ سال و بیشتر بوده است. میانگین سنی در این منطقه برابر ۳۷/۷ سال با حداقل ۲۰ سال و حداکثر ۶۰ سال بوده است.

از مجموع ۳۸۴ نفر از شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ شهر تهران، ۳۳/۳ درصد از آنان مجرد و مابقی (۶۶/۷ درصد) متأهل بوده‌اند. این میزان در منطقه ۱، ۳۹/۱ درصد مجرد و ۶۰/۹ درصد متأهل بوده و در منطقه ۱۵ به ترتیب ۲۷/۶ درصد (مجرد) و ۷۲/۴ درصد (متأهل) بوده است.

از مجموع ۳۸۴ نفر از شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ شهر تهران، پایین‌ترین درصد مربوط به سطح تحصیلات فوق‌دیپلم (۵۰/۱ درصد) و بالاترین درصد مربوط به سطح تحصیلات لیسانس (۸۰/۳۶ درصد) بوده است. در منطقه ۱، پایین‌ترین درصد مربوط به سطح تحصیلات زیر دیپلم (۳/۱ درصد) و بالاترین درصد مربوط به سطح تحصیلات لیسانس (۴۴/۸ درصد) بوده است. در منطقه ۱۵، پایین‌ترین درصد مربوط به سطح تحصیلات با مدرک فوق دیپلم (۱۰/۴ درصد) و بالاترین درصد مربوط به سطح تحصیلات با مدرک لیسانس (۲۸/۶ درصد) بوده است.

نظرسنجی از دیدگاه شهروندان در دو منطقه ۱ و ۱۵ شهر تهران بر اساس پرسشنامه مورد تایید خبرگان در بخش کیفی که به نوعی پیوند نتایج بخش کیفی با بخش کمی است.

برای پاسخگویی به این سوال پژوهش ابتدا دیدگاه شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ با بهره‌گیری از آزمون یومان ویتنی (Mann-Whitney U) مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد، بین دیدگاه شهروندان منطقه ۱ با منطقه ۱۵ نسبت به سناریوهای پژوهش تفاوت معنی‌داری مشاهده شده است. به طوری که با محاسبه یومان ویتنی (Mann-Whitney U) بین میانگین رتبه‌ای در دو منطقه مورد بررسی (مناطق ۱ و ۱۵) می‌توان به وجود تفاوت میانگین رتبه‌ای در بین این دو منطقه اشاره کرد. به عبارتی، نوع نگاه و نگرش شهروندان

با ورود فناوری‌های نوین ارتباطی است.

- با بهره‌گیری از معادلات ساختاری، سناریوهای مناسب از دیدگاه خبرگان و شهروندان مناطق ۱ و ۱۵ به طور جداگانه مورد بررسی قرار گرفت که نتایج شامل موارد ذیل است:

- سناریوی مطلوب از دیدگاه خبرگان: سناریوی ۲ خانواده پایدار رسانه‌ای
- سناریوی مطلوب از دیدگاه شهروندان منطقه ۱: سناریوی شماره ۱ خانواده التقاطی رسانه‌ای
- سناریوی مطلوب از دیدگاه شهروندان منطقه ۱۵: سناریوی شماره ۴ خانواده آشفته رسانه‌ای

در مجموع، برای دستیابی به نتایج دقیق‌تر، تفاوت دیدگاه خبرگان و کل شهروندان در مناطق منتخب نسبت به سناریوهای پژوهش با آزمون یومان ویتنی (Mann-Whitney U) مورد بررسی قرار گرفت و نتایج به تأیید وجود تفاوت معنی‌دار میانگین رتبه‌ای در بین دیدگاه خبرگان و کل شهروندان در مناطق منتخب نسبت به سناریوهای پژوهش اشاره کرده است. به طوری که خبرگان به سناریوی ۲ (خانواده پایدار رسانه‌ای) و شهروندان منطقه ۱ به سناریوی ۱ (خانواده التقاطی) و شهروندان منطقه سناریوی ۱۵ به سناریوی ۴ (خانواده آشفته رسانه‌ای) تأکید کرده‌اند.

در این پژوهش بعد از محاسبه دیدگاه خبرگان و شهروندان منتخب (مناطق ۱ و ۱۵) شهر تهران نسبت به رویکردهای سناریوهای تحقیق به صورت جداگانه، تلاش گردید، یک مقایسه نیز بین این دو گروه به عمل آید که نتایج در جدول زیر آورده شده است.

با محاسبه یومان ویتنی (Mann-Whitney U) بین میانگین رتبه‌ای در دو گروه مورد بررسی می‌توان به وجود تفاوت میانگین رتبه‌ای در این دو گروه اشاره کرد ($Z=2.126$ و $\text{Sig}=0.001$).

جدول ۱۷- نتایج آزمون یومان ویتنی بین خبرگان و شهروندان در مناطق منتخب

ضرایب	آماره
5133.500	Mann-Whitney U
6832.500	Wilcoxon W
2.126	Z
0.001	(Asymp. Sig. (2-tailed)

مورد بررسی می‌توان به وجود تفاوت میانگین رتبه‌ای در بین این دو منطقه اشاره کرد ($Z=2.571$ و $\text{Sig}=0.001$).

۲-۲-۶- سوال پنجم پژوهش: مقایسه دیدگاه‌های خبرگان و شهروندان نسبت به سبک‌های مختلف خانواده دیجیتال چگونه است؟

- مقایسه دو دیدگاه خبرگان و شهروندان دو منطقه ۱ و ۱۵ شهر تهران، بر اساس آزمون آماری یومان ویتنی که نشان دهنده تفاوت معنادار نسبت به سبک‌های زندگی خانواده جدول ۱۶- مقایسه نتایج میانگین رتبه‌ای کاربرد رویکردها در سناریوها با توجه به دیدگاه خبرگان و شهروندان در مناطق منتخب شهر تهران (مناطق ۱ و ۱۵)

سناریوها	رویکردها	میانگین رتبه‌ای (خبرگان)	میانگین رتبه‌ای مناطق منتخب (مناطق ۱ و ۱۵)
سناریوی ۱ (خانواده شبه‌رسانه‌ای)	روابط و مناسبات مدرن در نسل اول و دوم	۱۱/۰۲	۱۱/۳۹
	روابط و مناسبات خانواده سنتی	۳/۹۷	۱۲/۱۲
	ارتباط زوجین در خانواده مدرن و سنتی	۶/۲۴	۱۲/۶۹
سناریوی ۲ (خانواده رسانه‌ای)	تقویت تعامل خانواده با ارتباطات الکترونیکی در خانواده	۱۲/۳۸	۱۰/۱۸
	بازتعریف والدگری	۱۲/۲۴	۳/۴۶
	والدگری رسانه‌ای	۱۳/۶۴	۵/۰۱
سناریوی ۳ (خانواده ناپایدار)	واکسیناسیون رسانه‌ای	۸/۹۷	۶/۳۹
	ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی	۱۰/۴۱	۲/۱۷
	فرهنگ مردسالاری (مردسالاری)	۲/۵۳	۱/۷۳
سناریوی ۴ (خانواده آشفته)	کلیشه‌های جنسیتی	۲/۰۰	۷/۱۳
	الگوهای رفتاری ذهنی و عینی	۵/۰۵	۷/۳۱
	تغییر هویت	۱/۸۳	۸/۴۹
	بازشناسی والدگری	۶/۴۵	۷/۷۳
	الگوی مصرف	۸/۲۸	۹/۲۰

۷- بحث و نتیجه‌گیری

شيوه‌های هدفمند و رفتار والدین در تعامل با فرزندان در مورد نحوه استفاده از رسانه‌ها اشاره شده است. لذا در این مدل اتخاذ استراتژی‌های مختلف میانجی‌گری والدین بر نحوه استفاده فرزندان به صورت مشارکت فعالانه و مثبت بر رشد شناختی آنها مطرح شده است و والدین می‌توانند با سطح بالایی از مهارت سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی و انتقادی، فرزندان خود را برای حضور در این فضا واکسینه کنند. از آنجا که وجه تمایز این مطالعه نسبت به مطالعات دیگر، مقایسه دیدگاه خبرگان و شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ شهر تهران نسبت به سناریوهای پژوهش بوده است. از این رو، ابتدا دیدگاه شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ شهر تهران به تفکیک مورد بررسی قرار گرفت.

با توجه به نتایج، دیدگاه شهروندان در منطقه ۱ شهر تهران در رابطه با چشم انداز آتی تغییرات در سبک زندگی خانواده با رویکرد ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی با سناریو ۱ (خانواده شبه‌رسانه‌ای) هم‌خوانی دارد. زیرا اولاً بیشترین میانگین رتبه‌ای را به خود اختصاص داده است. ثانیاً با استفاده از مدل ساختاری، سناریو ۱ نسبت به سناریوهای دیگر از ضرایب بتای بیشتری در سطح معنی‌داری ۱٪ برخوردار بوده‌اند. به طوری که در سناریو ۱ (خانواده شبه‌رسانه‌ای) $\beta = 0.56$ در سطح معنی‌داری ۱٪ بوده است. ویژگی‌هایی که در این سبک زندگی (خانواده شبه‌رسانه‌ای) وجود دارد، از یک طرف، تعامل با رسانه‌ها به ویژه اینترنت و شبکه‌های مجازی و استفاده از موبایل؛ و از طرف دیگر، برخورداری مردان از جایگاه بالاتر به ویژه در تصمیم‌گیری‌های مهم اقتصادی است. به عبارتی در این سبک زندگی، خانواده‌ها مواجه با دورویکرد بوده‌اند. در رویکرد اول، تعامل و زندگی در فضای سایبر و مجازی تأکید شده است و در رویکرد دوم، ادامه سبک زندگی سنتی و پذیرش نسبی سبک زندگی مدرن در بین خانواده‌ها مطرح گردیده است. به طوری که به چگونگی روابط و مناسبات خانواده مدرن در نسل اول و دوم؛ و روابط و مناسبات خانواده سنتی؛ و هم‌چنین به ارتباط زوجین در خانواده مدرن و سنتی پرداخته شده است. سپس دیدگاه شهروندان در منطقه ۱۵ شهر تهران در رابطه با چشم انداز آتی تغییرات در سبک زندگی خانواده با رویکرد ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی با سناریو ۴ (خانواده آشفته) هم‌خوانی دارد. زیرا اولاً بیشترین میانگین رتبه‌ای را به خود اختصاص داده است. ثانیاً با استفاده از مدل ساختاری،

با توجه به دیدگاه خبرگان 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 در کنار آن لزوم به حضور والدین می‌باشد. از این رو آنان در چشم‌انداز آتی خانواده‌ها به سبک زندگی خانواده رسانه‌ای تأکید کرده‌اند و در این سبک زندگی، نوعی رویکرد واقع‌بینانه و دیدگاه "مصونیت‌بخشی و توانمندسازی" خانواده‌ها و فرزندان که با هدایت و مدیریت هوشمندانه همراه است، مطرح کرده‌اند. هم‌چنین ویژگی‌هایی از قبیل تعامل سازنده با رسانه‌ها به ویژه اینترنت و شبکه‌های مجازی و استفاده از موبایل؛ و تحکیم پیوند والد-فرزند، پدر با خلق و خوی انعطاف‌پذیر، بهبود وضعیت زنان برای این سبک زندگی (خانواده رسانه‌ای) در نظر گرفته شده است. در ضمن مطرح کرده‌اند برای دستیابی به این نوع سبک زندگی باید استراتژی‌هایی جهت تقویت تعامل خانواده به ارتباطات الکترونیکی در خانواده؛ بازتعریف والدگری؛ والدگری رسانه‌ای؛ و واکسیناسیون رسانه‌ای صورت گیرد. به عبارتی با تدوین و اجرای این استراتژی‌ها نوعی مصونیت‌بخشی و توانمندسازی در خانواده رسانه‌ای ایجاد می‌گردد. توانمندسازی خانواده در نحوه استفاده فرزندان از فضای مجازی است به معنای حرکت از استراتژی‌های سلبی به سوی استراتژی‌های ایجابی است که با توجه به مدل، این امر مستلزم آموزش مهارت‌های سواد رسانه‌ای و اهمیت آن برای خانواده‌ها در این حوزه است. سواد رسانه‌ای به عنوان یک دیدگاه و یک بینش کلی درباره زندگی در دنیای رسانه‌ای؛ در دنیا و در ایران مطرح است، اما آنچه که در این مدل قابل تأمل است آن است که تلاش شده تا سواد رسانه‌ای را از یک دیدگاه کلی به یک استراتژی راهبردی برای تنظیم روابط میان والدین و فرزندان در مواجهه با تولیدات رسانه‌ای تبدیل گردد. هم‌چنین با توجه به رسانه‌ای شدن والدگری در جامعه اطلاعاتی امروز فراهم آوردن استراتژی‌های موثر و برنامه‌های مداخله‌ای برای آموزش والدین در حوزه بازتعریف والدگری اهمیت پیدا کرده است. از این رو مدل به توانمندسازی خانواده و بحث والدگری رسانه‌ای و ارتباط والدین در استفاده از محتوای رسانه‌ای و حضور سالم، ایمن و مفید در فضای سایبری با تأکید و تمرکز بر مهارت‌های سواد رسانه‌ای و والدگری رسانه‌ای به

که از دیدگاه شهروندان سناریوهای ۱ و ۴ و رویکردهای آن نسبت به دیگر سناریوها مناسب‌تر بوده‌اند.

از سوی دیگر، برای دستیابی به نتایج دقیق‌تر، تفاوت دیدگاه خبرگان و کل شهروندان در مناطق منتخب نسبت به سناریوهای پژوهش با آزمون یومان ویتنی (Mann-Whitney U) مورد بررسی قرار گرفت و نتایج به تائید وجود تفاوت معنی دار میانگین رتبه‌ای در بین دیدگاه خبرگان و کل شهروندان در مناطق منتخب نسبت به سناریوهای پژوهش اشاره کرده است. به طوری که خبرگان به سناریو ۲ (خانواده رسانه‌ای) و کل شهروندان به سناریو ۱ (خانواده شبه‌رسانه‌ای) و سناریو ۱۵ (خانواده آشفته) تاکید کرده‌اند. هم‌چنین در این مطالعه، علاوه بر مقایسه تفاوت دیدگاه خبرگان و کل شهروندان؛ تفاوت دیدگاه بین شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ نیز نسبت به سناریوهای پژوهش با آزمون یومان ویتنی (Mann-Whitney U) مورد بررسی قرار گرفت و نتایج نشان داد، تفاوت معنی‌داری بین میانگین رتبه‌ای دیدگاه شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ وجود داشته است.

آنچه در نتایج این مطالعه می‌تواند مورد توجه قرار گیرد، تحت‌الشعاع قرار گرفتن هویت خانواده ایرانی در مواجهه با ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی است که این امر به معنای سیال بودن هویت خانواده ایرانی در اثر متغیرهای مداخله‌گری هم‌چون ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی است. به روایت آنتونی گیدنز و بسیاری از نظریه‌پردازان اجتماعی دیگر، هویت انسان معاصر خصلت «بازاندیشانه یا بازتابی»^{۱۱} دارد. بازتابندگی هویت به معنای سیال بودن هویت و تغییر آن در نتیجه تغییر شرایط فرهنگی و اجتماعی و ظهور دانش‌ها، دانستی‌ها و به خصوص تکنولوژی‌های ارتباطی و رسانه‌ای جدید است. به تعبیر دیگر، هویت خانواده ایرانی رنگ‌های مختلفی به خود گرفته و می‌گیرد و متناسب با شرایط تازه، اشکال تازه‌ای از آن ظهور و بروز می‌یابد؛ و خانواده هر روز در معرض آگاهی‌ها و شناخت‌های تازه‌ای در زمینه‌های مختلف تغذیه، بهداشت، تربیت فرزند، اشتغال، پوشش و لباس، موضوعات جنسیتی و جنسی، آموزش و پرورش قرار می‌گیرد؛ و این فرایند تدریجاً باعث تغییر «سبک زندگی» در خانواده و تغییر عادات و روحیات افراد و اعضای خانواده می‌شود. به عبارتی، نه تنها سبک زندگی خانواده ایرانی به سبک دیجیتال در حال تغییر است، بلکه لایه‌های عمیق‌تری از فرهنگ و هویت ایرانی-

سناریو ۴ نسبت به سناریوهای دیگر از ضرایب بتای بیشتری در سطح معنی‌داری ۱٪ برخوردار بوده‌اند. به طوری که در سناریو ۴ (خانواده آشفته) $\beta = 0.67$ در سطح معنی‌داری ۱٪ بوده است. ویژگی‌هایی که در این سبک زندگی (خانواده آشفته) وجود دارد، از یک سو، چالش در وظایف والدگری و از سوی دیگر، چالش در الگوهای رفتاری و ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی حاکم است. هم‌چنین این خانواده با تعامل دوگانه با رسانه مواجه است، به طوری که از نظر نگرش‌های ذهنی هنوز با این شرایط نتوانسته خود را سازگار کند، اما الگوی مصرف خانواده، تحت تاثیر شرایط اجتماعی حاکم (ورود فن‌آوری‌های نوین و استقبال آن از سوی برخی از خانواده‌ها) دستخوش تغییراتی شده است. از این رو در این سناریو (خانواده آشفته)، رویکردهای متعددی نظیر توجه به الگوهای رفتاری ذهنی و عینی خانواده‌ها و الگوی مصرف تاکید شده است. هم‌چنین با توجه به تعامل دوگانه خانواده با رسانه‌ها به ویژه دیدگاه خاص والدین و هر یک از فرزندان نسبت به رسانه و فن‌آوری‌های نوین، که منجر به تغییر در هویت به ویژه در فرزندان می‌گردد، و این امر می‌تواند مشکلاتی را برای خانواده ایجاد نماید. از این رو رویکرد، تغییر هویت مدنظر قرار گرفته است. به علاوه، از آنجا که در این سناریو (خانواده آشفته)، وظایف والدگری با مشکلاتی مواجه می‌گردد، از این رو، رویکرد بازشناسی والدگری نیز مدد نظر قرار گرفته است. هم‌چنین برای دستیابی به نتایج دقیق‌تر، در این مطالعه تلاش گردید، دیدگاه کل شهروندان منتخب در این مطالعه نیز نسبت به چشم‌انداز آتی تغییرات در سبک زندگی خانواده با رویکرد ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی مورد بررسی قرار گیرد. نتایج نشان داد، دیدگاه کل شهروندان منتخب با سناریو ۱ (خانواده شبه‌رسانه‌ای) و سناریو ۴ (خانواده آشفته) هم‌خوانی داشته است. زیرا اولاً بیشترین میانگین رتبه‌ای را به ترتیب سناریو ۱ (خانواده شبه‌رسانه‌ای) و سناریو ۴ (خانواده آشفته) به خود اختصاص داده‌اند. ثانیاً با استفاده از مدل ساختاری، این روابط مورد بررسی قرار گرفت و نتایج نشان داد، سناریوهای ۱ و ۴ نسبت به سناریوهای دیگر از ضرایب بتای بیشتری در سطح معنی‌داری ۱٪ برخوردار بوده‌اند. به طوری که در سناریو ۱ (خانواده شبه‌رسانه‌ای) $\beta = 0.49$ در سطح معنی‌داری ۱٪ و در سناریو ۴، $\beta = 0.40$ در سطح معنی‌داری ۱٪ بوده است. از این رو می‌توان نتیجه‌گیری کرد

عادات‌های جدید نیز از سوی کارشناسان و متخصصان حائز اهمیت است، زیرا هنگامی که بازشناسی و مفهوم‌سازی عادات‌های جدید با مشارکت گروه‌های مختلف اجتماعی صورت گیرد، می‌تواند منجر به جابه‌جایی‌های مناسب و دستیابی به الگوهای رفتاری ذهنی و عینی سازنده در خانواده‌ها گردد. بورديو نیز در مفهوم‌سازی از عادت و میدان در تحلیل فرهنگی و ساختاری به این امر اشاره کرده است. وی معتقد است، ارتباط‌های مجازی، زمینه شکل‌گیری عادات‌های جدیدی را فراهم می‌کند که خود به کنش و انتخاب‌های متفاوتی منتهی می‌شود. بدین ترتیب، نوع استفاده از این فناوری‌های ارتباطی و نوع عادات انسان‌ها در مواجهه با این فناوری‌ها، خود مشخص‌کننده نوع روابط در سطح جامعه، به ویژه در خانواده است. این نتیجه در مطالعه گونزالو و همکاران (۲۰۱۷) نیز یافت شد. به عبارتی درک تجربه اعضای خانواده‌ها در چگونگی اتخاذ فن‌آوری نوظهور در شکل‌دهی به روابط خانوادگی و ایجاد سبک‌های جدید مؤثر بوده است.

هم چنین با توجه به مقایسه دیدگاه شهروندان در مناطق ۱ (تاکید بر خانواده شه‌رسانه‌ای) و ۱۵ (تاکید بر خانواده آشفته) نسبت به سناریوهای پژوهش، می‌توان به سه سطح مختلف و در عین حال مرتبط اشاره کرد که کاملاً با سبک زندگی در ارتباط هستند که آنها عبارتند از سطح ساختاری، سطح موقعیتی و سطح فردی است. در واقع احتمالاً این تفاوت دیدگاه در بین شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ می‌تواند ناشی از سطوح ساختاری، موقعیتی و فردی باشد. این تمایز میان سطوح کاملاً مشابه، تمایزی است که هابرماس، میان سه جزء ساختاری یعنی فرهنگ، جامعه و شخصیت قائل شده است. وی به هرکدام از این اجزا مرحله «بازتولید» را نیز اضافه می‌کند و معتقد است بازتولید هر یک از این اجزا در نوع سبک زندگی تأثیرگذار خواهد بود. این سه جزء به ترتیب عبارتند از: بازتولید فرهنگ، بازتولید اجتماعی و اجتماعی کردن. از این رو، می‌توان این امر را در بین شهروندان مناطق ۱ و ۱۵ نیز مشاهده کرد. از آنجا که تمایزی در سطوح ساختاری، موقعیتی و فردی در بین شهروندان مناطق ۱ و ۱۵ وجود دارد، بازتولید فرهنگ، بازتولید اجتماعی و اجتماعی شدن خانواده‌ها در مواجهه با ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی در این مناطق متفاوت خواهد بود. به طوری که این تفاوت‌ها میان ساختار فرهنگ‌ها و جوامع، در قالب اشکال

اسلامی در معرض دیجیتال شدن قرار می‌گیرد. این نتیجه در مطالعات مربوط به محمد گنجی، محسن نیازی، زهرا مهربان (۱۳۹۸) و همچنین فرهنگ‌مندی و همکاران (۱۳۹۳) نیز مطرح گردیده است. اما آنچه در این امر حائز اهمیت است، چگونگی بازتعریف سبک زندگی و ساختار خانواده از سوی متخصصان و کارشناسان است. زیرا همان طور که در نتایج مشاهده گردید، خبرگان چشم‌انداز آتی تغییرات در سبک زندگی خانواده در مواجهه با ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی را در خانواده رسانه‌ای (سناریو ۲) می‌بینند؛ و معتقدند، این فرایند را باید «دیجیتالی شدن خانواده» نامید، هر چند در مسیر دیجیتال شدن یا الکترونیکی شدن کمی لنگان‌لنگان راه را می‌پیمایند، اما جهت و جاده در راه آینده همان بزرگراه ارتباطی الکترونیکی شدن است. البته منظور آنان شکل‌گیری، رشد و گسترش فرهنگ دیجیتال شدن در خانواده و ایجاد و شکل‌گیری انواع سبک‌های زندگی منبعث از آن است. گونزالو و همکاران (۲۰۱۷) نیز در تحقیق خود به این مسئله اشاره داشتند. اما از دیدگاه کل شهروندان منتخب در شهر تهران، این فرایند تا حدودی متفاوت است، زیرا چشم‌انداز آتی تغییرات در سبک زندگی خانواده در مواجهه با ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی را در سناریو ۱ (خانواده شبه‌رسانه‌ای) و سناریو ۴ (خانواده آشفته) می‌بینند. به نظر می‌آید، کل شهروندان در مناطق منتخب شهر تهران درگیر با تکنولوژی، دریافت‌های بسیار متفاوتی از فناوری‌های نوین ارتباطی کسب کرده‌اند، از این رو، دیدگاهی هم جهت با خبرگان در رابطه با تغییرات سبک زندگی خانواده نداشته‌اند. البته مک‌کنزی و وایکمن نیز در مطالعات خود با تأکید بر ساخت اجتماعی تکنولوژی^۱، به نقش سازوکارهای اجتماعی در تولید و مصرف فناوری‌های نوین، اشاره کرده‌اند که این امر عاملیت جامعه را پررنگ می‌کند. به نظر آن‌ها، گروه‌های مختلف مردم درگیر با تکنولوژی می‌توانند دریافت‌های بسیار متفاوتی از آن تکنولوژی داشته باشند و با توجه به این دریافت‌ها، راهکارهای متفاوتی نیز برای مقابله با آن مطرح کنند. از این رو، در تدوین و تنظیم رویکردها در سناریوها و چشم‌انداز آتی تغییرات در سبک زندگی خانواده با ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی، باید این تفاوت دریافت‌ها، مدنظر کارشناسان و متخصصان قرار گیرد.

از سوی دیگر، چگونگی بازشناسی و مفهوم‌سازی

جهان موازی زندگی کند. فضای مجازی به وجود آورنده دنیای جدید به همراه ارتباطات جدیدی است، که هر فردی که بخواهد، می‌تواند وارد این جهان شود، و به تبع آن نظام حکمرانی بر خانواده‌ها دو فضایی شده است. از این‌رو، خانواده‌های ایرانی در سبب فرهنگی خود با شبکه‌های ماهواره‌ای، فضای مجازی، رسانه‌های مدرن و... مواجه می‌گردد که هرکدام به‌نوبه بر ساختار خانواده و سبک زندگی تأثیرگذار هستند. بنابراین یکی از واقعیت‌های انکارناپذیر و مهم دیجیتال شدن، دگرگونی در خانواده است. همانطور که ملاحظه گردید، چشم‌انداز آتی تغییرات در سبک زندگی خانواده با رویکرد ورود فن آوری‌های نوین ارتباطی در سناریو ۱ (خانواده شبه‌رسانه‌ای)، سناریو ۲ (خانواده رسانه‌ای) و سناریو ۴ (خانواده آشفته) از سوی خبرگان و شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ مطرح شده است. دامنه این تحول از مرحله همسریابی و همسرگزینی، تداوم زندگی خانوادگی، روابط بین اعضای خانواده، نگرش جامعه به نهاد خانواده، کارکردهای آن، انگاره‌های روابط بین زن و مرد، طلاق، انگاره‌های جنسیتی، ایجاد مشاغل اقتصادی نوین، اوقات فراغت، مصرف‌گرایی و بسیاری مسائل را در بر گرفته است.

زندگی (سبک‌های زندگی) دسته بندی می‌شوند و می‌توانند بازگوکننده اشکال مختلف جامعه و فرهنگ رایج آن باشند. هم چنین سطح موقعیتی، به شباهت‌ها و تفاوت‌های جوانب مختلف زندگی، در میان طبقه‌بندی‌های وسیع‌تر می‌پردازد؛ مانند طبقات و گروه‌هایی که در ساختار جامعه، موقعیت‌های متنوع و مختلفی دارند. برای مثال سبک زندگی شهروندی از طبقه مرفه یک جامعه، با سبک زندگی شهروند دیگر در طبقه پایین همان جامعه تفاوت دارد. (و در سطح فردی نیز هر فرد سعی دارد تا تفاوت‌ها و تشابهات میان روش‌های مختلفی که افراد از طریق آنها با واقعیات روبه رو می‌شوند و زندگی خود را اداره می‌کنند، درک کند و بداند افراد چگونه شخصیت و هویت خود را رشد می‌دهند و با دیگر افراد ارتباط برقرار می‌کنند. از این رو هویت و ذات فرد (شهروند) سیال است.

در یک جمع‌بندی کلی، با توجه به نتایج به دست آمده از دیدگاه خبرگان و شهروندان در مناطق ۱ و ۱۵ شهر تهران، می‌توان به این حقیقت دست یافت، دو جهانی شدن یا دو فضایی شدن زندگی (جهان و فضای واقعی و طبیعی و جهان و فضای مجازی) باعث شده تا انسان امروز در دو

پی‌نوشت‌ها

- | | | |
|------------------------|--------------------|--|
| 1. Castells, Manuel | 5. Gonzalo Frasca | 9. Code sheets |
| 2. Robertson, Geoffrey | 6. Anthony Giddens | 10. Reflexivity |
| 3. McLuhan, Marshall | 7. Bourdieu, P | 11. Social construction of technology (SCOT) |
| 4. Karin Romero-Ruiz | 8. Jürgen Habermas | |

منابع فارسی

۱. ابادری، یوسف علی، چاوشیان، حسن (۱۳۸۱)، از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰، پاییز و زمستان.
۲. تافلر، الوین (۱۹۹۵)، شوک آینده، ترجمه: حشمت‌الله کامرانی (۱۳۸۳)، نشر علم.
۳. تاجبخش، کیان (۱۳۸۴)، سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه، تهران: نشر پژوهش شیرازه.
۴. بیژن، خواجه نوری، مقدس، علی اکبر (۱۳۸۷)، بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر میزان گذران اوقات فراغت؛ مورد مطالعه: دانش آموزان دبیرستانی شهرستان آباء، ویژه نامه پژوهش‌های اجتماعی، دوره ۸، شماره ۲.
۵. رابرتسون، جفری (۲۰۰۴)، جنایت علیه بشریت، مشهد: دانشگاه علوم اسلامی رضوی.
۶. شارع پور، محمود؛ خوشفر، غلامرضا (۱۳۸۱)، رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان؛ مطالعه موردی جوانان شهر تهران، مطالعات جامعه‌شناختی پاییز و زمستان ۱۳۸۱ - شماره ۲۰
۷. فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۸۵) مدرن یا امروزی شدن فرهنگ ایران، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۸. کاستلز، مانوئل. (۱۳۹۷) «عصر اطلاعات؛ قدرت هویت»، جلد دوم، ترجمه حسن چاوشیان، تهران:

۱۰. گیدنز، آنتونی (۲۰۰۶)، مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.

نشر طرح نو.
۹. لوئیس آلفرد، کوزر، برنارد، روزنبرگ (۱۳۹۳)، ترجمه: فرهنگ ارشاد، تهران، نشر نی.

منابع انگلیسی

- Giddens, A.,(2009), The Transformation Of Intimacy: Sexuality, Love And Eroticism In Modern Societies, Stanford University Press.
- Giddens, A.,(2009), The Transformation Of Intimacy: Sexuality, Love And Eroticism In Modern Societies, Stanford University Press. Therapy 39(4):289-300.
- Habermas, J (1984). The Theory of Communicative Action. Vol.1. trans. By McCarthy. New York: Heinemann.
- Rainie, L & Wellman, B. (2012). Networked, The New Social Operating System. MIT Press.
- Ritzer, George & Goodman, Douglas J.(2004) Sociological Theory, McGra Hill

