

رابطه رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده

منصوره تبریزی^۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۱/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۳/۱۵

چکیده

خانواده یکی از مهم‌ترین واحدهای اجتماعی است و حفظ سلامت آن در سلامت جامعه و اعضای آن تأثیر بسزایی دارد. رسانه‌ای شدن زندگی روزمره فرآیندی است که به پیوند مداوم زندگی روزمره فرد با رسانه‌ها اشاره دارد، فرآیندی که می‌تواند سلامت خانواده را متأثر سازد. بر این اساس، در این تحقیق با تمرکز بر ۵۳۰ خانواده تهرانی دارای فرزند و با استفاده از روش پیمایش، رابطه رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده (شامل پنج بُعد) و تأثیر میزان مصرف هر یک از سه رسانه تلویزیون داخلی، شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنت بر این رابطه مورد پرسش قرار گرفت. نتایج تحقیق حاکی از آن‌اند که رسانه‌ای شدن زندگی روزمره رابطه معنادار معکوسی با سلامت خانواده دارد و این رابطه معکوس در ابعاد ارتباطی و فرآیندی سلامت خانواده نمود دارد. در تحلیلی جزئی‌تر، دو بُعد رسانه‌ای شدن هویت و رسانه‌ای شدن تعاملات، همبستگی منفی با شاخص کل سلامت و با سلامت ارتباطی خانواده داشته‌اند. همچنین میزان مصرف اینترنت و استفاده از ماهواره با افزایش رسانه‌ای شدن، از سلامت خانواده کاسته‌اند و استفاده از تلویزیون داخلی نقشی در فرآیند رسانه‌ای شدن نداشته است.

واژه‌های کلیدی: سلامت خانواده، رسانه‌ای شدن زندگی روزمره، رسانه‌ای شدن تعاملات، رسانه‌ای شدن زمان و مکان، رسانه‌ای شدن هویت، مصرف رسانه

مقدمه و طرح مسئله

خانواده یکی از مهم‌ترین واحدهای اجتماعی است که با وجود تغییرات و تنوعات شکلی، همواره واجد نقش بنیادی در زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها بوده است. کاهش کارکردهای خانواده در قرون اخیر از اهمیت خانواده نکاسته و این واحد همچنان در صدر گروه‌هایی قرار دارد که تأمین نیازهای ارتباطی، عاطفی و تربیتی فرد را بر عهده‌دارند. این جایگاه ممتاز خانواده هم متضمن برآورده سازی بسیاری ضروریات فرد و جامعه بوده و هم آبشخور دغدغه‌هایی است که تغییرات شتابان اجتماعی به خانواده معطوف ساخته است. به‌خصوص در قرون اخیر با انتقال کارکردهای گسترده اقتصادی و آموزشی پیشین خانواده به سایر نهادها و همچنین پیوند یافتن مفاهیم عاطفی نظیر عشق و مهرورزی با عرصه خانواده؛ حیطه خانواده به فضایی شکننده‌تر و حساس‌تر بدل شده است. در چنین شرایطی است که خانواده باید بتواند وظایف اصلی خود در برآوردن نیازهای انسانی اعضا را به بهترین نحو برآورده ساخته و حریم خویش را از آسیب‌های احتمالی مصون نگه دارد. در نتیجه بحث از سلامت خانواده^۱ و وضعیت آن در تعامل با سایر مقولات فردی و اجتماعی به موضوعی قابل بررسی تبدیل می‌گردد. رسانه‌ای شدن زندگی یکی از این مقولات مرتبط و بحث‌انگیز است.

در دوران معاصر که در کلیه مناطق جهان انواع گوناگونی از رسانه در سطوح گوناگون زندگی اقشار مختلف راه گشوده است، تأثیر حضور رسانه بر زندگی خانوادگی امری معلوم و ملموس به نظر می‌رسد. با گسترش نوع و میزان حضور رسانه در فضای خانواده، پیوند خانواده با ابزار رسانه به پرسشی مهم بدل گشته و نحوه قرارگیری این ابزار در بافت پیچیده زندگی روزمره خانواده به عرصه‌ای قابل مطالعه تبدیل گشته است. متناسب با این شرایط، واژه و ایده رسانه‌ای شدن زندگی روزمره

موضوع تفکر قرار گرفته و «به همه فرآیندهای تغییری بازمی‌گردد که تحت تأثیر حضور رسانه در ساخت زندگی روزمره رخ داده و متناسب با چشم‌اندازهای رسانه‌ای در طول زمان دستخوش تغییر می‌شود» (Kaunt & Fast, 2014: 12). با توجه به اهمیت این مقوله در شرایط معاصر و درهم‌تنیدگی تجربه رسانه‌ای شدن با تجربه زیست خانواده، پژوهش حاضر قصد دارد با تمرکز بر میزان مصرف سه رسانه تلویزیون داخلی، شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنت به این دو پرسش پاسخ بگوید که آیا میان رسانه‌ای شدن زندگی و سلامت خانواده ایرانی ارتباطی برقرار است؟ و این که میزان مصرف هر یک از رسانه‌ها، در تبیین رابطه رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده چه نقشی ایفا می‌کند؟

ضرورت و اهمیت موضوع پژوهش

ضرورت تمرکز بر خانواده و قلمروهایی که می‌توانند سلامت این گروه و نهاد مهم انسانی را متأثر سازند بر کسی پوشیده نیست. ورود فزاینده انواع رسانه به زندگی انسان‌ها، همچنان که نویدبخش فصل نویی در عرصه ارتباطات و گردش اطلاعات بوده است، خصوصی‌ترین و احتمالاً امن‌ترین قلمروی زیست آن‌ها را نیز از دسترس خود مصون نگذاشته است. حضور رسانه‌ها چنان با تجربیات اعضای خانواده پیوند خورده که نمی‌توان از آن صرفاً به‌عنوان یک ابزار یاد کرد، بلکه باید آن را به‌عنوان عضو فعالی از زندگی روزمره دید که توان اثربخشی و بازسازماندهی اعمال، افکار و تعامل اعضا در خانواده‌ها را دارد. این صورت‌بندی جدید، که از آن با عنوان رسانه‌ای شدن زندگی روزمره یاد کرده‌ایم، در عین خلق امکانات بیشتر، می‌تواند مسائل جدیدی را نیز در عرصه خانواده خلق کرده و یا به مسائل از پیش موجود، شکل و صورت تازه‌ای بدهد. به‌واسطه این درهم‌تنیدگی، پرداختن به تأثیر رسانه‌ای شدن بر سلامت خانواده به پرسشی ضروری و قابل توجه و بررسی بدل خواهد شد.

مروری بر ادبیات پژوهش

رسانه‌ای شدن فرآیندی است که از طریق آن استفاده از رسانه‌های جمعی فراتر از محصولات رسانه‌ای حرکت کند و به اشکال جدیدی از کنش و واکنش در دنیای اجتماعی منجر شود (Clarck, 2012: 211). مفهوم رسانه‌ای شدن مفهوم نسبتاً جدیدی است که طی دهه اخیر به ادبیات مطالعه رسانه وارد گشته است. اگر مطالعه محتوای رسانه و مطالعه مخاطب را به‌عنوان دو رویکرد در پژوهش‌های رسانه‌ای در نظر بگیریم، این مفهوم در تکمیل این دو، به تمام دیدگاه‌هایی راجع است که به حضور ابزاری رسانه در جریان زندگی فردی و اجتماعی نظر دارند. تکوین این مفهوم و مطالعات مربوط به آن، ارتباط وثیقی با رشد گسترده دسترسی به اینترنت و گسترش سریع استفاده از تلفن همراه دارد، که تغییر در سازماندهی حیات اجتماعی انسان (در سطح خرد و کلان) را به موضوعی ملموس و قابل مطالعه در نزد متفکران بدل ساخته است. این امور و دستاوردهای آن، برخی متفکران را به سمت فهم همه رویه‌هایی سوق داده است که به حضور رسانه مربوط‌اند یا از آن نشأت می‌گیرند.

اگرچه مفهوم رسانه‌ای شدن از نظر قدمت زمانی مفهومی متأخر به شمار می‌رود، اما این موضوع پیشینه‌ای فراتر از خود واژه دارد. مارشال مک‌لوهان^۱ از جمله شناخته‌شده‌ترین نظریه‌پردازانی است که توجه خود را بر آنچه رسانه با خود به زندگی انسان‌ها آورده معطوف کرده است. از منظر وی دیدگاه‌هایی که توجه خود را بر رابطه پیام رسانه و گیرنده آن معطوف کرده‌اند، با اطلاق جایگاهی نظیر «مکملی برای روابط از پیش موجود اجتماعی یا مجراهای خنثایی که کالاهایی نمادین را انتقال می‌دهند» وجه مهمی از اثرات رسانه را مغفول گذاشته‌اند. این وجه بیش‌تر مربوط به الزاماتی است که رسانه‌ها با صرف حضور خود در اندیشه، عمل و تعاملات انسان‌ها به همراه آورده‌اند. بدین معنا «رسانه‌ها صرف‌نظر از این‌که چه محتوایی را انتقال دهند

1. Marshall McLuhan

به صورت‌بندی‌های خاص فرهنگی، اجتماعی و سیاسی منجر می‌شوند» (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱: ۲۱).

یکی از تحقیقات کاربردی این عرصه که منبع الهام سایر تحقیقات نیز بوده است تحقیق جیمز لال^۱ پیرامون کاربردهای اجتماعی رسانه در خانواده است. لال در گونه‌شناسی‌ای که از کاربردهای اجتماعی تلویزیون در خانواده‌ها ارائه کرده است به مقوله تنظیم چارچوب زمانی خانواده با اتکا به رسانه توجه داشته است. ارائه موضوع گفت‌وگو، اعمال کنترل در خانواده، و پیوند و جدایی اعضا، کاربردهای دیگر رسانه در ساخت‌دهی به زندگی روزمره هستند (Lull, 1980). در زمینه این مفهوم، دیدگاه دیوید مورلی^۲ در خصوص جایگاه رسانه‌ها در بافت زندگی روزمره نیز قابل توجه است. وی در پاسخ به این پرسش که «رسانه‌های جمعی چگونه در بافت زندگی روزمره جای می‌گیرند» مطالعه‌ای پیرامون مصرف فرهنگی تلویزیون در بین اعضای خانواده ترتیب داد و از خلال این تحقیق دریافت که مصرف تلویزیون در فضای خانواده نتایج و پیامدهایی را به دنبال دارد که تفسیر هر برنامه خاص از سوی هر یک از اعضا تنها بخشی از این پیامدها بشمار می‌رود و در سطحی بالاتر می‌توان به نقشی اشاره داشت که مصرف رسانه به‌عنوان یک رفتار اجتماعی در سایر ابعاد روابط اجتماعی افراد ایفا می‌کند. جایگاه رسانه در زندگی روزمره می‌تواند طیف متفاوتی را پوشش دهد که مواردی چون جهت‌گیری قدرت در مدیریت مصرف رسانه، انتقال مفاهیم رسانه‌ای به زندگی روزمره (نظیر تبدیل آن به موضوعی برای صحبت) و جایگاه آن به‌عنوان یک فعالیت فراغتی و رابطه آن با سایر اشکال فراغت، جزئی از آن‌اند (Morley, 1993).

علاوه بر تحقیقاتی که ذکر آن‌ها رفت و راه ورود به مقوله رسانه‌ای شدن را می‌گشایند، پژوهش‌های تجربی زیادی وجود دارند که به نحوی با موضوع تحقیقاتی حاضر ارتباط می‌یابند. به‌منظور نظام‌مند ساختن متن به‌اختصار به برخی از پژوهش‌هایی

1. James Lull
2. David Morley

اشاره می‌شود که با تعریف عملیاتی مفهوم رسانه‌ای شدن زندگی روزمره (شامل سه بُعد رسانه‌ای شدن زمان/مکان، تعاملات و هویت) و ارتباط آن با وجهی از سلامت خانواده مرتبط می‌باشند. تحقیقات زیادی به مقوله رسانه‌ای شدن زمان/مکان و خانواده مرتبط می‌گردند. بخشی از این بحث به جایگزینی زمانی مصارف رسانه‌ای و به‌خصوص اینترنت به جای زمان تعامل با خانواده معطوف است (جنادله و رهنما، ۱۳۹۷: ۶).

در این رابطه می‌توان به تحقیق جین برودی و همکاران (۱۹۸۰) اشاره داشت. این افراد با تمرکز بر موقعیت استفاده از تلویزیون در خانواده‌ها دریافته‌اند که در این زمان‌ها تعاملات اعضای خانواده دستخوش تغییر و تضعیف قرار گرفته است. همچنین عباسی و عباسی (۱۳۹۷) در تحقیق خود دریافته‌اند که میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی بر زمانی که افراد با اعضای خانواده‌شان می‌گذارند تأثیرگذار است و این تأثیر به شکل منفی است. تحقیق ویلیامز و مرتون (۲۰۱۱) نیز در خصوص حضور اینترنت در زندگی روزمره و رابطه آن با پیوندهای خانوادگی گویای آن است که به‌واسطه گذراندن زمان مشترک در استفاده از اینترنت، به کار بردن ابزارهای ارتباطی متعدد و در نتیجه تماس بیش‌تر و انتقال کار به فضای خانه، استفاده از اینترنت به پیوند خانوادگی بالاتر منجر می‌شود. باین‌حال کثرت ابزارهای ارتباطی و اینترنت به‌طورکلی با کاهش زمان‌های مشترک و تعاملات رودررو، در خارج از فضای تکنولوژیک همراه است.

در خصوص رابطه رسانه‌ای شدن تعاملات و سلامت خانواده می‌توان به تحقیقاتی اشاره داشت که بر گسترش تعاملات اعضای خانواده از طریق اینترنت تمرکز داشته‌اند. از جمله تحقیق هرتلین و انچتا (۲۰۱۴) نشان می‌دهد بالا رفتن میزان استفاده از ابزارهای ارتباطی تکنولوژیک تأثیرات مثبتی بر برقراری رابطه میان زوجها داشته است و زوجها می‌توانند با استفاده از ابزار ارتباطی اینترنتی، به توسعه روابط خود بپردازند. تحقیق کانگ (۲۰۱۲) نیز از نقش اینترنت بر گسترش روابط اعضای خانواده که دور از هم مانده‌اند دلالت دارد. بخشی از مقوله رسانه‌ای شدن تعاملات به روابط فرا زناشویی اینترنتی

بازمی‌گردد که مورد توجه پژوهش‌های بسیاری بوده است. از جمله می‌توان به تحقیقات گلدبرگ (۲۰۰۴)، اشنایدر (۲۰۰۰)، اشنایدر (۲۰۱۲) اشاره داشت که هر سه بر پیامدهای منفی روابط مجازی فرا زناشویی بر تعاملات همسران و بر سلامت ذهنی فرد و همسر دلالت دارند.

در زمینه رسانه‌ای شدن هویت می‌توان به آثار مالین اسونینگسون (۲۰۰۷) و انجا هیردمن (۲۰۰۸) اشاره داشت. این دو در تحقیقات خود دریافتند که چگونه شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند به مثابه زمینه‌هایی برای ارائه هویت دلخواه افراد عمل کنند. همچنین لیلی چولیاراکی (۲۰۱۱) و استینا بنگسون (۲۰۱۲) در پژوهش‌های خود به چالش‌های اخلاقی هویت به هنگام استفاده از فضاهای مجازی پرداخته‌اند. در اینجا به دلیل مطول نشدن متن از تمرکز بیشتر بر سایر پژوهش‌های مرتبط با تحقیق و همین‌طور پژوهش‌های مرتبط با سلامت خانواده صرف‌نظر می‌کنیم.

مبانی نظری

۱- سلامت خانواده

سلامت خانواده مفهومی مهم و درعین حال کم‌تر پرداخته شده در حوزه جامعه‌شناسی خانواده است. شناخت مفهومی سلامت خانواده در قلمروی جامعه‌شناسی خود نیازمند تلاشی مجزا است و در اینجا صرفاً کلیاتی از این موضوع ارائه خواهد شد تا ساحت ذهنی نویسنده و خوانندگان را به یکدیگر نزدیک سازد و زمینه برای پیوند با مفهوم رسانه‌ای شدن فراهم گردد. خانواده جمعی از افراد مختلف با ویژگی‌های فکری و شخصیتی متمایز است. هرگاه که خانواده واحدی فرا فردی و اجتماعی شناخته شده، موضوع دیدگاه‌های مختلف جامعه‌شناختی قرار گرفته است. تأییدکننده نظری فهم خانواده و سلامت خانواده به‌عنوان یک کل و کارپایه شناخت مفهومی سلامت خانواده در این تحقیق رویکرد سیستمی است.

رویکرد سیستمی به‌عنوان یک نوع بینش یا فلسفه، خانواده را در قالب یک واحد جمعی و ساخته‌شده از خلال تعامل اعضا می‌شناسد. از این منظر کنش اعضا از سویی متأثر از ساخت فکری و فرهنگی خانواده بوده و از سوی دیگر کارکردهای اصلی مورد انتظار از خانواده را برآورده می‌سازد. جریان پیوسته زیست در نظام خانواده در طول جریان زندگی و در برهه‌های مختلف تغییر پذیرفته و با شرایط موجود تطابق می‌یابد و این برخاسته از خصلت پویای نظام خانواده است (Whitechurch & Constantine, 2009: 328-336 و برادشاو، ۱۳۸۶: ۵۶-۳۹). در نظر گرفتن دیدگاه سیستمی در فهم سلامت خانواده ما را به سمت ساخت مدلی چندبعدی از سلامت خانواده سوق خواهد داد. این امر خود متضمن فراخواندن نظریه‌های متعددی از قلمروی جامعه‌شناسی برای صورت‌بندی و شناخت ابعاد مختلف مفهوم سلامت خانواده است. از منظر سیستمی، کنش متقابل مهم‌ترین معیار تبدیل جمع انسان‌های منفرد، به خانواده به‌عنوان یک گروه اولیه است. دیدگاه کنش متقابل از این منظر سهمی از جریان شناخت خانواده سالم را بر عهده می‌گیرد.

در بینش سیستمی جنبه دیگر قابل‌مطالعه خانواده جایی است که خانواده در قالب یک‌نهاد اجتماعی ظاهرشده، به‌عنوان بخشی از زمینه اجتماعی کلان ایفای نقش کرده و با سایر نظام‌های اجتماعی مرتبط می‌شود. این نهاد واجد ساختارهایی است که در عین شکل گرفتن از خلال روابط اعضا، ماهیتی فرا فردی پیدا می‌کند. این نهاد همچنین واجد کارکردهایی برای افراد و برای جامعه‌ای است که در آن حضور دارد. جدا از کارکردهای فردی، سطح دیگر مورد مطالعه خانواده کارکردهای آن در کل جامعه است. نظریه‌های ساختاری و کارکردی در شناخت مؤلفه‌های این ابعاد خانواده سالم، ایفای نقش خواهند کرد. مطالعه خانواده سالم همچنین در حالی تکمیل خواهد شد که خانواده را به‌عنوان یک واحد پویا در نظر گرفته و جریان تغییرات و حرکت روبه‌جلوی این واحد جمعی با اتکا بر دیدگاه چرخه زندگی در مطالعه گنجانده شود. خانواده

به‌عنوان بخشی از محیط اجتماعی نیز باید بتواند جایگاه خود در جامعه را بازیافته و تعلق خویش به این محیط را پذیرا باشد. نظریه‌های سلامت اجتماعی به فهم این بحث یاری می‌رسانند.

با در نظر داشتن این ویژگی‌های نظام خانواده و در جریان مفهوم‌سازی سلامت خانواده، پنج وجه از مفهوم سلامت از هم متمایز گشته‌اند^۱ که عبارت‌اند از:

- سلامت ساختاری به نقش‌پذیری، قواعد و مرزهای سالم در خانواده نظر دارد.
- سلامت کارکردی که به وظایف خانواده به‌عنوان عضوی از جامعه بزرگ‌تر مربوط است.

- سلامت ارتباطی که معطوف به کنش متقابل پیوسته‌ای است که پیوند و استقلال ضروری اعضای خانواده و سلامت ذهنی ایشان را فراهم می‌سازد.
- سلامت فرآیندی خانواده که منوط به توان آن در گذار سالم از مراحل مختلف زندگی است.

- سلامت اجتماعی که به احساس تعلق خانواده به جامعه و کسب حمایت از سوی آن بازمی‌گردد.

۲- مصرف رسانه و رسانه‌ای شدن زندگی روزمره

خانواده سالم با ابعادی که از آن سخن رفت بخشی از محیط اکولوژیک پیرامون خود است. مطالعه خانواده تنها با در نظر داشتن تعامل آن با سایر مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی اثرگذار ممکن خواهد گشت. در این میان رسانه به‌مثابه یک‌نهاد هنجارگذار و مصرف آن به‌عنوان یکی از ویژگی‌های فرهنگی عصر حاضر به‌گونه مستقیم و غیرمستقیم با سلامت خانواده ارتباط می‌یابد. در دنیای امروز، رسانه در کنار خانواده به

۱- بحث مفصل پیرامون صورت‌بندی مفهومی سلامت خانواده و چگونگی تفکیک آن به پنج بُعد مذکور و شناخت اجزای تشکیل‌دهنده این پنج بُعد با اتکا بر دیدگاه‌های نظری، در مقاله‌ای مجزا با عنوان صورت‌بندی مفهومی سلامت خانواده ارائه شده است.

یکی از ارکان جامعه‌پذیری تبدیل شده است. این عرصه افراد را با دنیایی بسیار وسیع‌تر از آنچه خانواده به رویش گشوده است آشنا می‌سازد (رابرتسون، ۱۳۸۵: ۱۳۴).

در استفاده از رسانه دو فرآیند وجود دارد که کم‌وبیش به‌طور هم‌زمان عمل می‌کنند و با هم نتیجه‌ای را به وجود می‌آورند که بخشی از آن به حضور خود رسانه و بخشی به پیام‌های مورد استفاده بازمی‌گردد (مک‌کوایل، ۱۳۸۵: ۱۴۰). در این پژوهش که پرسش اصلی آن معطوف به سلامت خانواده و رسانه‌ای شدن زندگی روزمره است، هر دو این فرآیندها ایفای نقش می‌کنند. مفهوم رسانه‌ای شدن به تغییرات خود رسانه‌ها و یا تجربیات متأثر از حضور رسانه محدود نمی‌شود، بلکه رسانه‌ای شدن، تجربه تغییرات گسترده‌تری است که با حضور آن‌ها در نهادها و رویه‌های پهن دامنه جامعه رخ داده است. در نتیجه بحث رسانه‌ای شدن اگرچه معطوف به رسانه‌هاست، بر خود رسانه متمرکز نمی‌شود، زیرا موضوع اصلی توجه در جایی خارج از رسانه قرار دارد، یعنی هر قلمرویی از کنش انسانی (نظیر سیاست، آموزش خانواده و...) که در عین تمایزپذیری از رسانه، از آن تأثیرپذیر باشد (Livingstone & Lunt: 2014).

نقش حضور رسانه‌ها در نظم‌دهی جدید به زندگی و روابط انسانی، در گروه‌های اولیه نظیر خانواده نمود شایانی می‌یابد. رسانه‌ای شدن زندگی روزمره، طی دهه اخیر کمابیش مورد توجه محققان قرار گرفته است، اگرچه تاکنون رد روشنی از این مفهوم در ادبیات فارسی‌زبان دیده نشده است. کاون و فست (۲۰۱۴) در نوشتار خود با نام *رسانه‌ای شدن فرهنگ و زندگی روزمره*، به دسته‌بندی آثاری پرداخته‌اند که به نحوی در این قلمرو قرار می‌گیرند. در این اثر از سه مفهوم، هویت، رویه و زمان/مکان/فضا، به‌عنوان اجزایی از زندگی روزمره که تحت تأثیر رسانه‌ای شدن دستخوش تغییر قرار می‌گیرند، بحث شده است. تحقیق پیش‌رو نیز با بهره‌گیری از این تقسیم‌بندی از رسانه‌ای شدن، دو قلمروی هویت و زمان/مکان را مورد بررسی و سنجش قرار خواهد داد. علاوه بر این بحث تعاملات رسانه‌ای به این دو مقوله افزوده شده است.

رسانه‌ای شدن هویت: بخشی از مباحث رسانه‌ای شدن زندگی روزمره، به مقوله هویت و رسانه در زندگی روزمره معطوف است، این‌که چگونه فرد از طریق رسانه هویت کسب کرده و یا از طریق رسانه به ساخت و ارائه هویت مطلوب خود می‌پردازد. وجهی از این مقوله به یکی‌انگاری با شخصیت‌رسانه‌ای و کسب هویت از طریق رسانه راجع است. هویت‌مندی می‌تواند کوتاه‌مدت و یا بلندمدت باشد. یکی‌انگاری کوتاه‌مدت عمدتاً در خلال لحظه مصرف شکل می‌گیرد و مخاطب را با همسان‌پنداری با آنچه شاهد آن است سوق می‌دهد. در یکی‌انگاری بلندمدت مخاطب تا دوره‌ای پس از مواجهه با شخصیت رسانه‌ای، خود را با او همراه دانسته و به نحوی به اندیشه‌ها، اعمال و رفتارهای او احساس نزدیکی و تعلق می‌کند (Rosengren, 2000: 159).

بخشی از رسانه‌ای شدن هویت، به موضوعات بدن و جنسیت و رفتار جنسی بازمی‌گردد. تصویرسازی مخاطب از الگوهای مطلوب و بهنجار رفتار و بدن جنسی، تعریف نقش و شخصیت جنسیتی و قدرتی که رسانه (در اینجا اینترنت) به فرد برای ارائه تصویر دلخواهانه از خود در فضای مجازی می‌بخشد، بخش‌هایی از این قلمرو هستند. از سوی دیگر، این‌که در فضای رسانه‌ای شده، از چه محتوا و مطالبی استفاده کنیم، چه ارتباط یک‌سویه و یا دوسویه‌ای از طریق رسانه برقرار سازیم و چگونه میان مناسبات مصرف رسانه و سایر وجوه زندگی خود تناسب برقرار سازیم، همگی از ملاحظات اخلاقی زیستن در فضای رسانه‌ای شده است که ممکن است پاسخ‌های روشنی در معرفت اخلاقی معمول ما نداشته باشد.

رسانه‌ای شدن زمان/مکان/فضا: تغییرات مفاهیم زمان/مکان و فضا در مطالعات اجتماعی و ارتباطی موردتوجه زیادی بوده است. اصطلاحات دهکده جهانی مارشال مک‌لوهان و فشردگی زمان و فضا در نزد دیوید هاروی، تنها بخشی از دیدگاه‌های نظری ناظر به این تغییرات هستند. کلیه متفکران رسانه‌ها را عضوی غیرقابل‌چشم‌پوشی از این جریان تحولی دانسته‌اند. از آنجاکه مصرف رسانه بخش ملموسی از فعالیت‌های روزمره افراد را تشکیل می‌دهد، تحول مفاهیم زمان و مکان متناسب با این نوع از

مصرف در جریان زندگی روزمره قابل مشاهده است. تغییرات مفاهیم زمان و مکان تأثیر بسیاری از نوع رسانه مصرفی می‌پذیرد. برای مثال کارکرد مثبت پذیرفته‌شده تلویزیون، که هم زمینه‌ساز یک فضای زمانی مشترک و هم خالق موضوع گفت‌وگوهای متقابل بود، امروزه با ظهور رسانه‌های انفرادی‌تری همچون اینترنت و همچنین با فراوان شدن و در نتیجه فردی شدن مصرف همان رسانه‌های قدیمی رو به افول نهاده است (Morley, 2007: 210) و (مارتینز، ۱۳۵۰: ۱۸۵).

با افزایش استفاده از ابزارهای رسانه‌ای انفرادی نظیر کامپیوتر و یا تلویزیون‌های شخصی، دغدغه جدیدی پیرامون اعضای خانواده و به‌خصوص کودکان خلق می‌شود که به منزوی شدن^۱ هرچه بیشتر آنان معطوف است. البته این امر ضرورتاً به معنای تنهاتر شدن این افراد نیست، بلکه به‌موازات کم‌رنگ شدن ارتباطات درون خانوادگی به گستره تعاملات مستقیم و غیرمستقیم فرا خانوادگی این افراد افزوده می‌شود. در نتیجه مرز بین فضاهای عمومی و خصوصی که برای نسل‌های پیشین، مفهومی نهادینه شده بود برای نسل‌های جدید امری کم‌معناست (Livingston, 2002: 159). با این حال آنچه در فضای خانواده رخ می‌دهد شبیه چیزی است که برخی «در کنار هم تنها بودن» خوانده‌اند. این اصطلاح به وضعیتی اشاره دارد که افرادی در کنار یکدیگرند با استفاده از ابزارهای تکنولوژیک در حال گسترش ارتباطات خود با افراد بی‌شماری هستند، و در عین حال از نزدیکان مکانی خود دورتر می‌شوند (Clark, 2012: 211).

تعامل رسانه‌ای: هر سطحی از وابستگی به رسانه، محتوا و شخصیت‌های آن می‌تواند ذیل عنوان تعامل رسانه‌ای مورد مطالعه قرار بگیرد. در میان افرادی که بدین امر نظر داشته‌اند می‌توان به آرای تامپسون استناد کرد. تامپسون در کتاب رسانه‌ها و مدرنیته (۱۳۸۹) از تجربه‌های نو و بدیعی سخن می‌گوید که مواجهه و استفاده از رسانه در اختیار افراد قرار می‌دهد. در دنیای امروز هر فرد قادر به درک دو نوع تجربه تعاملی

است، یکی تجربه زنده که از تعاملات رودررو و واقعی زندگی نشأت می‌گیرد و دیگری تجربه‌های رسانه‌ای که محصول بهره‌گیری فرد از داده‌های رسانه‌های جمعی است. تامپسون این نوع دوم تجربه را «شبه تعامل رسانه‌ای» می‌نامد و معتقد است میزان بهره‌گیری از این دو تجربه، و سهمی که هر فرد برای هر یک از آن‌ها در زندگی قائل می‌شود، می‌تواند بسیار متغیر باشد (تامپسون، ۱۳۸۹: ۲۸۰). ایده «صمیمیت‌های نامتقابل رسانه‌ای» که تامپسون در رسانه‌ای چون تلویزیون تشخیص داده بود امروزه در قالب صمیمیت‌های متقابلی که از طریق اینترنت خلق می‌شوند نیز قابل پیگیری است و البته روشن است که به دلیل قابلیت تعاملی بالای اینترنت مطالعه این وجه پیرامون آن از اهمیت بیش‌تری برخوردار می‌شود.

حضور رسانه در زندگی روزمره، ما را در ارتباط با کسانی قرار می‌دهد که جز در این حالت، احتمال رابطه با آنان بسیار کم بود. در این شرایط برای افرادی که کاربر فعال رسانه و به‌خصوص اینترنت هستند، بسیار محتمل است که فرصت آشنایی با کسانی را بیابند که ویژگی‌های مکانی، طبقاتی و یا جنسیتی در عالم واقع میان آن‌ها فاصله می‌اندازد. این امر در فضای خانواده که به‌عنوان یک گروه اولیه مستلزم حفاظت و حراست بیش‌تری از مرزها است، ممکن است با پیچیدگی‌هایی توأم شود. فهم نسبت این روابط، با دنیای واقع و روابط و قواعد آن، موضوعی است که با پرسش‌های رفتاری و اخلاقی بسیاری همراه است.

قدرت رسانه برای برقراری ارتباط با مکان و افرادی که از آن دور مانده‌ایم نیز قابل تأمل است. در فضای جهانی شده معاصر که مهاجرت و تحرک یکی از ویژگی‌های مهم آن را تشکیل می‌دهد، استفاده از رسانه ابزاری مناسب برای کم کردن فاصله‌هاست. افراد دور از وطن، با استفاده از انواع رسانه، خود را در جریان اخبار و اطلاعات سرزمین مبدأ خود قرار داده و با استفاده از انواع محتوای رسانه‌ای مرتبط، فضای دور از دسترس را به نحوی بازسازی می‌کنند. همچنین به کمک انواع ابزارهای ارتباطی تماس

با نزدیکان دور از هم مانده بسیار آسان گشته است، به نحوی که می‌توان از احساس نزدیکی، به‌رغم فواصل بعید مکانی سخن گفت. با در نظر داشتن آنچه تاکنون بیان شده تحقیق پیمایشی پیش‌رو، رابطه دو متغیر اصلی پژوهش، روابط جزئی ابعاد متغیرها و البته تأثیر سه رسانه مورد نظر بر این روابط را مورد بررسی قرار خواهد داد. فرضیه‌های پژوهش بدین قرارند:

- میان رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده رابطه وجود دارد.
- میان ابعاد و اجزای رسانه‌ای شدن زندگی روزمره با سلامت خانواده و ابعاد آن رابطه معناداری وجود دارد.
- رابطه رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده با در نظر داشتن میزان مصرف هر یک از سه رسانه تلویزیون داخلی، ماهواره و اینترنت تغییر می‌کند.

روش تحقیق

کلی‌ترین هدف این پژوهش تبیین رابطه سلامت خانواده با رسانه‌ای شدن زندگی روزمره بوده است. با توجه به تبیینی و علت‌کاو بودن این پژوهش و اتکا بر منطق قیاسی و بنیان‌های نظری، از روش پیمایش برای انجام تحقیق استفاده شده است. گردآوری داده‌های پژوهش از طریق پرسشنامه صورت گرفته است. انتخاب ۵۳۰ نمونه تحقیق بر اساس فرمول کوکران به‌دست آمده و با طرح نمونه‌گیری احتمالی و بر پایه شیوه نمونه‌گیری با احتمال متناسب با حجم (PPS) تدوین شده است. نمونه‌گیری PPS این امکان را فراهم می‌سازد که در شهر تهران، واحدهای نمونه‌ای به‌صورت احتمالی و با پراکنشی متناسب با توزیع جمعیت شناسایی شوند. در این شیوه، مکان و نقطه استقرار هر واحد نمونه‌ای منتخب بر روی نقشه شهر نمایان است. مسلمان بودن، ساکن تهران بودن و زندگی مشترک زن و مرد و حداقل یکی از فرزندان در کنار هم، ویژگی خانواده‌هایی بوده است که به‌عنوان نمونه مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. در تجزیه و تحلیل

داده‌ها از تحلیل‌های یک، دو و چند متغیره و آزمون‌های مرتبط با آن‌ها بهره برده شده است.

۱- تعاریف مفاهیم

۱-۱- سلامت خانواده

تعریف نظری: خانواده به‌عنوان یک گروه اجتماعی زمانی از سلامت برخوردار است که نیازهای فردی و جمعی اعضای خود را متناسب با مرحله زندگی آنان و بر اساس فرهنگ و ارزش‌های جامعه تأمین کند، به‌طوری‌که همه اعضای آن بتوانند با رضایت نسبی از زندگی در مسیر رشد و کمال انسانی حرکت کنند؛ این واحد جمعی همچنین به‌عنوان یک نهاد اجتماعی می‌بایست ساختاری متناسب با فرهنگ و ارزش‌های جامعه داشته و کارکردهای اساسی خود را ایفا نماید.

تعریف عملیاتی سلامت خانواده: ابعاد اصلی، فرعی، و شاخص‌های سلامت خانواده که با استناد به نظریه‌های موجود از سوی محقق ساخته و پرداخته شده، در جدول شماره یک ارائه شده است.

جدول ۱- شاخص‌های فرعی سلامت خانواده

سلامت اجتماعی خانواده	سلامت فرایندی خانواده	سلامت کارکردی خانواده	سلامت ارتباطی درون خانواده	سلامت ساختاری خانواده				
<p>پایبندی به انسجام اجتماعی</p> <p>پایبندی به مشارکت اجتماعی</p> <p>باور به شکوفایی اجتماعی</p>	<p>- تحرک، رشد و پیشرفت اعضا و کل خانواده، متناسب با چرخه خانواده</p> <p>- وجود اهداف سالم و هم‌سوی فردی و خانوادگی</p> <p>- کسب مهارت برای تطابق با مراحل مختلف زندگی</p>	<p>- فرزندآوری با توافق</p> <p>- روابط جنسی بهنجار</p> <p>- روابط جنسی رضایت‌بخش</p> <p>- مراقبت جسمانی از اعضا و تأمین نیازهای زیستی</p>	<p>گروه:</p> <p>- روابط پایدار کلامی و غیرکلامی</p> <p>- احترام، درک متقابل و تعهد</p> <p>- صمیمیت، همدلی و محبت، پذیرش و اعتماد</p> <p>- همکاری و مشورت</p> <p>- غذاکاری و چشم‌پوشی</p> <p>- وجود سیستم تنظیم روابط اعضا</p> <p>فرد:</p> <p>- آزادی عمل و استقلال</p> <p>- عزت نفس</p> <p>- ابراز احساسات و هیجانات</p>	<p>- تخصیص آگاهانه و شفاف نقش‌ها</p> <p>- وجود توافق در تقسیم نقش‌ها</p> <p>- انعطاف‌پذیری نقش‌ها</p> <p>- اجرای مناسب نقش‌ها و مسئولیت‌پذیری</p>				
				<p>- توانایی مدیریت بحران‌ها و استرس‌ها و حل مسئله</p>	<p>- تأمین رشد و خودشکوفایی برای همه اعضا</p> <p>- جامعه‌پذیری و تربیت - تأمین نیازهای عاطفی</p>	<p>کارهای زیستی:</p>	<p>افکار، عقاید، باورهای منطقی، سالم و اخلاقی</p> <p>- هویت فردی سالم</p> <p>- نگرش مثبت به یکدیگر</p> <p>- نگرش مثبت به هویت خانوادگی</p>	<p>- ضوابط روشن و اخلاقی برای تعریف کردارها</p> <p>- ثبات و انعطاف هم‌زمان قواعد</p> <p>- توزیع متناسب قدرت و وجود شعائر و مناسک خانوادگی</p> <p>- وجود قواعد تصمیم‌گیری</p>
				<p>- پرهیز از هرگونه خشونت</p> <p>- پرهیز از بهره‌کشی</p> <p>- پرهیز از تحمیل خواسته‌ها</p>	<p>- پرهیز از هرگونه خشونت</p> <p>- پرهیز از بهره‌کشی</p> <p>- پرهیز از تحمیل خواسته‌ها</p>	<p>کارهای زیستی:</p>	<p>افکار، عقاید، باورهای منطقی، سالم و اخلاقی</p> <p>- هویت فردی سالم</p> <p>- نگرش مثبت به یکدیگر</p> <p>- نگرش مثبت به هویت خانوادگی</p>	<p>- وجود مرزهای متعادل بین اعضای خانواده</p> <p>- وفاداری و حفظ مرزهای بیرونی</p> <p>- انعطاف مرزها و گردش اطلاعات</p>

۱-۲- رسانه‌ای شدن زندگی روزمره

تعریف نظری: رسانه‌ای شدن زندگی روزمره، همه فرآیندهای تغییری است که تحت تأثیر حضور رسانه در ساخت زندگی روزمره رخ داده و متناسب با چشم‌اندازهای رسانه‌ای در طول زمان دستخوش تغییر می‌شود (Kaunt & Fast, 2014: 12).

تعریف عملیاتی: در این پژوهش، مفهوم رسانه‌ای شدن زندگی روزمره سه بُعد اصلی را شامل می‌شود: رسانه‌ای شدن هویت؛ رسانه‌ای شدن زمان، مکان و فضا و تعامل رسانه‌ای. این سه بُعد از ترکیب تحقیقات پیشینی و نظریه‌های مورد استفاده به دست آمده و شاخص‌های معرف هر بُعد از سوی محقق ساخته و پرداخته شده‌اند.

- تعریف نظری رسانه‌ای شدن هویت در زندگی روزمره: این بُعد بدین امر می‌پردازد که چگونه ارائه هویت و هویت‌یابی در فضای مملو از انواع رسانه انجام می‌پذیرد (Kaunt & Fast, 2014: 45).

عملیاتی‌سازی این مفهوم موارد زیر را شامل می‌شود:

- الگوگیری از ویژگی‌های جسمانی شخصیت‌های رسانه‌ای
- الگوگیری از ویژگی‌های رفتاری شخصیت‌های رسانه‌ای
- تصویرسازی مطلوب از خود در فضای رسانه‌ای (در اینجا اینترنت)
- چالش‌های اخلاقی استفاده از رسانه

- تعریف نظری رسانه‌ای شدن زمان، مکان و فضا در زندگی روزمره: این مفهوم به تغییر مفاهیم زمان، مکان و فضا در جریان افزایش انواع و مصرف رسانه در زندگی روزمره می‌پردازد.

عملیاتی‌سازی این مفهوم موارد زیر را شامل می‌شود:

- سهم مصرف رسانه از اوقات فراغت اعضای خانواده
- سهم رسانه از موضوع گفت‌وگوها در خانواده
- نزدیکی و یا دوری جستن از دیگر اعضای خانواده به کمک مصرف رسانه
- کسب آگاهی‌های ضروری از طریق رسانه

- تعریف نظری تعامل رسانه‌ای: این مفهوم با مقوله روابط با اعضای خانواده و یا خارج از آن از طریق رسانه پیوند می‌یابد.

عملیاتی‌سازی این مفهوم دربردارنده موارد زیر است:

- تعامل یک‌سویه
- صمیمیت‌های نامتقابل و دل‌بستگی‌های یک‌طرفه فرد به موضوعات و ایده‌ها
- صمیمیت‌های نامتقابل و دل‌بستگی‌های یک‌طرفه فرد به افراد
- تعامل دوسویه
- استفاده مستمر از رسانه برای برقراری ارتباط با خویشاوندان
- استفاده مستمر از رسانه برای برقراری ارتباط با دوستان
- صمیمیت‌های متقابل و دل‌بستگی‌های دوطرفه با افراد جدید
- روابط فرا رسانه‌ای
- روابط زنده با افراد جدیدی که از طریق رسانه آشنایی آنها صورت گرفته است.

۱-۳- میزان مصرف رسانه‌ها

تعریف نظری مصرف رسانه: مصرف رسانه یکی از گونه‌های رفتار اجتماعی و نوعی بهره‌گیری از رسانه است که در آن مخاطب به شکل آگاهانه یا ناآگاهانه، دست به انتخاب نوع و محتوای رسانه‌ای خاص می‌زند. در اینجا تأکید بر میزان مصرف است.

تعریف عملیاتی میزان مصرف رسانه: این متغیر ناظر بر دو جنبه فرعی است؛ نخست نوع/انواع رسانه‌هایی که مورد استفاده اعضای خانواده قرار می‌گیرد و دوم، متوسط ساعت استفاده از هر یک از رسانه‌ها در شبانه‌روز.

○ نوع رسانه: تلویزیون داخلی، تلویزیون ماهواره‌ای و اینترنت

○ میزان مصرف: میانگین ساعات استفاده از تلویزیون داخلی، تلویزیون

ماهواره‌ای و اینترنت در طول شبانه‌روز از سوی مادران، پدران و فرزندان

تجزیه و تحلیل داده‌ها

۱- توصیف جمعیت بر حسب متغیرها

۱-۱- سلامت خانواده

در این تحقیق کلیه ابعاد سلامت خانواده در سه سطح پایین، متوسط و بالا طبقه‌بندی شده‌اند (جداول ۲ و ۳) و در همه آن‌ها به‌جز سلامت اجتماعی و فرآیندی، بیش از پنجاه درصد پاسخگویان در دسته سلامت متوسط و خانواده‌هایی با نمره سلامت بالا و سپس پایین در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند. در بُعد سلامت فرآیندی توزیع پاسخگویان به سمت نمره بالا (با ۵۱/۱ درصد) میل کرده است. به‌عکس در رابطه با سلامت اجتماعی خانواده، این افزایش تعداد در یک‌سوم پایین (۲۹/۸ درصد) مشاهده شده، که بالاترین درصد در یک‌سوم پایین را در بین پنج بُعد سلامت خانواده دریافت کرده است. در هیچ‌یک از ابعاد سلامت خانواده پاسخ‌های پاسخگویان زن و مرد تفاوت معناداری نشان نداده‌اند.

جدول ۲- توزیع جنسی پاسخگویان بر حسب شاخص سلامت خانواده

کل		جنس پاسخگو				سلامت خانواده	
		زن		مرد			
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد		
۱۰/۹	۵۸	۵/۷	۳۰	۵/۳	۲۸	پایین	کل شاخص
۵۵/۱	۲۹۲	۲۶/۶	۱۴۱	۲۸/۵	۱۵۱	متوسط	سلامت
۳۴/۰	۱۸۰	۱۵/۸	۸۴	۱۸/۱	۹۶	بالا	خانواده
۱۰۰	۵۳۰	۴۸/۱	۲۵۵	۵۱/۹	۲۷۵		جمع

۱-۲- میزان مصرف رسانه

در مقایسه مصرف سه رسانه در خانواده (تلویزیون داخلی، شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنت) و بنا بر تفکیک خانواده به والدین و فرزندان، در هر سه گروه مورد بررسی

(زنان، مردان و فرزندان) مصرف تلویزیون داخلی بیش‌ترین تعداد استفاده‌کنندگان را به خود اختصاص داده است که در میان زنان و مردان از درصد مشابهی برخوردار بوده (۸۷ و ۸۹ درصد) و در بین فرزندان افت چشم‌گیری پیدا می‌کند (۶۵ درصد). با توجه به توزیع فرزندان در گروه‌های سنی مختلف این تفاوت میزان و درصد مصرف در قیاس با مصرف بزرگسالان، طبیعی به نظر می‌رسد. در مقایسه میزان استفاده شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنت فرزندان با والدین نیز این تفاوت به چشم می‌خورد. زنان و مردان در تعداد و درصد مصرف‌کنندگان شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنت نیز میزان مشابه یکدیگر را به خود اختصاص داده‌اند. در هر سه گروه مورد بررسی (زنان، مردان و فرزندان خانواده) شبکه‌های ماهواره‌ای کم‌ترین تعداد و درصد استفاده‌کننده را پوشش داده‌اند که این تفاوت می‌تواند احتمالاً متأثر از ملاحظات پاسخگویان در گزارش این نوع از مصرف باشد.

جدول ۳- توزیع جنسی پاسخگویان برحسب ابعاد سلامت خانواده

کل	جنس پاسخگو					سلامت خانواده	
	زن		مرد				
	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۱۵/۱	۸۰	۷/۷	۴۱	۷/۴	۳۹	پایین	سلامت ساختاری خانواده
۵۹/۸	۳۱۷	۲۸/۵	۱۵۱	۳۱/۳	۱۶۶	متوسط	
۲۵/۱	۱۳۳	۱۱/۹	۶۳	۱۳/۲	۷۰	بالا	
۱۲/۱	۶۴	۶/۲	۳۳	۵/۸	۳۱	پایین	سلامت کارکردی خانواده
۵۴/۷	۲۹۰	۲۵/۳	۱۳۴	۲۹/۴	۱۵۶	متوسط	
۳۳/۲	۱۷۶	۱۶/۶	۸۸	۱۶/۶	۸۸	بالا	
۴/۷	۲۵	۲/۶	۱۴	۲/۱	۱۱	پایین	سلامت ارتباطی خانواده
۵۱/۹	۲۷۵	۲۶/۲	۱۳۹	۲۵/۷	۱۳۶	متوسط	
۴۳/۴	۲۳۰	۱۹/۲	۱۰۲	۲۴/۲	۱۲۸	بالا	
۶/۸	۳۶	۳/۴	۱۸	۳/۴	۱۸	پایین	سلامت فرآیندی خانواده
۴۲/۱	۲۲۳	۲۰/۶	۱۰۹	۲۱/۵	۱۱۴	متوسط	
۵۱/۱	۲۷۱	۲۴/۲	۱۲۸	۲۷/۰	۱۴۳	بالا	

رابطه رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده ۱۸۷

۲۹/۸	۱۵۸	۱۳/۶	۷۲	۱۶/۲	۸۶	پایین	سلامت اجتماعی خانواده
۳۵/۳	۱۸۷	۱۸/۵	۹۸	۱۶/۸	۸۹	متوسط	
۳۴/۹	۱۸۵	۱۶/۰	۸۵	۱۸/۹	۱۰۰	بالا	
۱۰۰	۵۳۰	۴۸/۱	۲۵۵	۵۱/۹	۲۷۵	جمع	

در مقایسه میانگین مصرف تلویزیون داخلی و شبکه‌های ماهواره‌ای در سه گروه مورد بررسی، زنان و فرزندان میانگین زمانی مشابهی را به خود اختصاص داده و مردان میانگین مصرف کم‌تری را گزارش کرده‌اند. در خصوص استفاده از اینترنت فرزندان خانواده با میانگین مصرف ۹۸ دقیقه بالاترین میزان مصرف روزانه را در قیاس با والدین خانواده‌ها داشته‌اند (جدول ۴). در جدول ۵ نیز میانگین مصرف کل خانواده‌ها از سه رسانه ارائه شده است.

جدول ۴- توزیع افراد بر حسب میزان استفاده روزانه از تلویزیون داخلی،

شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنت

میانگین استفاده (دقیقه)	درصد	تعداد استفاده‌کنندگان	رسانه‌ها	افراد خانواده
۱۲۳/۶۶	۸۷/۹	۴۶۶	تلویزیون داخلی	زنان
۱۰۴/۸۲	۶۶/۴	۳۵۲	شبکه‌های ماهواره‌ای	
۸۸/۳۸	۸۲/۵	۴۳۷	اینترنت	
۱۱۵/۴۰	۸۶/۸	۴۶۰	تلویزیون داخلی	مردان
۹۸/۹۹	۶۶/۶	۳۵۳	شبکه‌های ماهواره‌ای	
۸۹/۳۲	۸۳/۸	۴۴۴	اینترنت	
۱۲۳/۰۳	۶۵/۳	۳۴۵	تلویزیون داخلی	فرزندان
۱۰۳/۰۳	۵۴/۲	۲۸۷	شبکه‌های ماهواره‌ای	
۹۸/۳۳	۵۷/۰	۳۰۲	اینترنت	

جدول ۵- میانگین میزان استفاده روزانه کل اعضای خانواده از تلویزیون داخلی، شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنت به دقیقه

میزان کل مصرف	اینترنت	شبکه‌های ماهواره‌ای	تلویزیون داخلی	رسانه‌ها
۲۴۱	۱۵۵	۲۷۰	۳۱۳	میانگین (به دقیقه)

۱-۳- رسانه‌ای شدن زندگی روزمره

در این متغیر مستقل که توزیع آن در سه زیرگروه پایین، متوسط و بالا ارائه شده است، خانواده‌هایی با میزان متوسط رسانه‌ای شدن بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده و گروه‌های پایین و بالا به ترتیب جایگاه‌های بعدی را به خود اختصاص داده‌اند. باین وجود مقادیر مربوط به هر یک از این سه سطح بسیار نزدیک به هم بوده و توزیع یکنواختی بین آن‌ها مشاهده می‌شود. همچنین در پاسخ‌های ارائه شده از سوی پاسخگویان زن و مرد تفاوت معناداری مشاهده نمی‌شود (جدول ۶).

جدول ۶- توزیع جنسی پاسخگویان بر حسب رسانه‌ای شدن زندگی روزمره

رسانه‌ای شدن زندگی روزمره		جنس پاسخگو			
		زن		مرد	
کل	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد
پایین	۱۸۲	۱۷/۰	۹۲	۱۷/۴	۹۰
متوسط	۲۰۷	۱۹/۵	۱۰۴	۱۹/۷	۱۰۳
بالا	۱۳۹	۱۵/۵	۵۷	۱۰/۸	۸۲
جمع	۵۲۸	۵۲/۱	۲۵۳	۴۷/۹	۲۷۵

۲- آزمون فرضیه‌ها

۲-۱- سلامت خانواده با رسانه‌ای شدن زندگی روزمره ارتباط دارد.

بر پایه داده‌های مندرج در جدول ۶ مشخص می‌گردد که محاسبه ضریب پیرسون در تعیین همبستگی این دو متغیر با ۹۵ درصد معناداری شدت ۰/۱۸۰- را نشان می‌دهد. یعنی با بالا رفتن میزان رسانه‌ای شدن فضای خانواده، از میزان سلامت خانواده کاسته شده است. اگرچه این همبستگی از شدت ضعیفی برخوردار است، اما مؤید این فرضیه پژوهش است که رسانه‌ای شدن خانواده با کاهش سلامت آن همراه است. در تفکیک ابعاد سلامت خانواده، بُعد فرآیندی (۰/۱۲۹-) و بُعد ارتباطی (۰/۲۱۳-) ابعادی هستند که همبستگی ضعیف اما معناداری با رسانه‌ای شدن داشته‌اند.

از رابطه منفی سلامت فرآیندی با رسانه‌ای شدن زندگی روزمره می‌توان این‌گونه استنباط کرد که مواجهه با تغییرات و بحران‌های زندگی در خانواده‌هایی که تجربه رسانه‌ای‌شده‌تری دارند با دشواری‌های بیش‌تری مواجه بوده است. رابطه معنادار و منفی همبستگی رسانه‌ای شدن با سلامت ارتباطی خانواده نیز حاکی از آن است که تأمین ضرورت‌های ارتباطی درون خانوادگی (نظیر هم‌صحبتی، صمیمیت، درک متقابل و ...) در فضای زندگی رسانه‌ای شده با نقصان مواجه است، فضایی که در آن رسانه بخشی از فرصت‌های تعامل اعضای خانواده را به خود اختصاص داده، دلبستگی‌های فردی یا موضوعی برای فرد ایجاد کرده، و تجربیات ارتباطی جدید (متعارف یا نامتعارف) فراهم می‌سازد.

جدول ۷- ماتریس همبستگی سلامت خانواده، ابعاد آن و رسانه‌ای شدن زندگی روزمره

سلامت خانواده و رسانه‌ای شدن زندگی روزمره	سلامت خانواده	سلامت ساختاری	سلامت کارکردی	سلامت ارتباطی	سلامت فرآیندی	سلامت اجتماعی	رسانه‌ای شدن زندگی	ابعاد منفی رسانه‌ای شدن	ابعاد مثبت رسانه‌ای شدن
۱	۰/۵۵۷**	۱	۰/۶۶۵**	۰/۸۹۴**	۰/۳۴۷**	۰/۷۸۱**	-۰/۱۸۰**	-۰/۱۸۳**	۰/۰۱۴
		۱	۰/۲۹۴**	۰/۳۵۷**	۰/۱۲۷**	۰/۰۹۰*	-۰/۰۶۹	-۰/۰۸۰	-۰/۰۳۱
			۱	۰/۴۱۳**	۰/۱۸۹**	۰/۰۶۷	-۰/۰۷۵	-۰/۰۸۱	۰/۰۰۱
				۱	۰/۲۲۸**	۰/۱۳۱**	-۰/۲۱۶**	-۰/۲۱۳**	-۰/۰۶۵
					۱	۰/۱۱۰*	-۰/۱۰۶*	-۰/۱۲۹**	۰/۰۰۸
						۱	۰/۰۵۹	-۰/۰۶۴	۰/۰۲۷
							۱	۰/۹۸۵**	۰/۳۱۳**
								۱	۰/۱۸۶**
									۱

در طراحی ۱۶ گویه سنجش رسانه‌ای شدن در پرسش‌نامه سعی شد جنبه‌های مختلفی از این موضوع لحاظ شوند. برخی از گویه‌های پرسش‌نامه ناظر به مسائلی

هستند که عموماً از آن‌ها به‌عنوان دستاوردهای مثبت حضور رسانه در زندگی خانوادگی یاد می‌شود (نظیر افزایش رابطه با خانواده و دوستان، و احساس نزدیکی با انجام عمل مشترک مصرف رسانه و ...) و برخی دیگر با احتمال اثر منفی بر زندگی خانوادگی همراه هستند (مثل استفاده از رسانه برای فرار از هم‌صحبتی، تسهیل در برقراری روابطی که مرزهای زناشویی را زیر پا می‌گذارند و ...). به همین دلیل پس از مشاهده نمره منفی همبستگی رسانه‌ای شدن، سؤال‌های جدیدی برای محقق ایجاد شد که ناظر به جایگاه پرسش‌هایی با بار مثبت یا منفی بر نمره رسانه‌ای شدن در رابطه با سلامت خانواده بود. بر همین مبنا در ادامه پژوهش گویه‌های با بار محتوایی مثبت و منفی از یکدیگر متمایز شده و به‌طور جداگانه همبستگی آن‌ها با سلامت خانواده سنجیده شد. یافته‌های این بخش از پژوهش حاکی از آن است که میان شدت همبستگی سلامت خانواده با متغیر رسانه‌ای شدن (۰/۱۸۰-)، و ابعاد منفی رسانه‌ای شدن (۰/۱۸۳-) تفاوت چندانی وجود ندارد، و هر دو با ۹۹ درصد اطمینان معنادار هستند، اما میان سلامت خانواده و ابعاد مثبت رسانه‌ای شدن (۰/۰۱۴) رابطه معناداری وجود ندارد. بدین معنا ابعادی از رسانه‌ای شدن (شامل افزایش رابطه با خویشاوندان و دوستان، در کنار هم بودن برای مصرف رسانه، و کسب اطلاعات کاربردی از رسانه) که معمولاً به‌عنوان نتایج مثبت حضور رسانه برای خانواده‌ها شمرده می‌شوند، در کنار یکدیگر عملاً ربط معناداری با سلامت خانواده‌های مورد بررسی نداشته‌اند. به‌سان آنچه از همبستگی رسانه‌ای شدن و ابعاد سلامت خانواده گفته شد، در رابطه با گویه‌های منفی رسانه‌ای شدن، ابعاد ارتباطی و فرآیندی سلامت خانواده همبستگی معناداری داشته‌اند، که سلامت فرآیندی (۰/۱۲۹-) افزایشی جزئی نشان می‌دهد.

در ادامه جا دارد فرضیه رابطه همبستگی ابعاد سه‌گانه رسانه‌ای شدن و سلامت خانواده و ابعاد آن بررسی گردد. همان‌گونه که در بحث روش تحقیق بیان شد، در این پژوهش، رسانه‌ای شدن با اتکا بر سه مؤلفه رسانه‌ای شدن هویت، زمان/مکان و

تعاملات، تعریف و عملیاتی شده است. در بررسی رابطه این سه بُعد و شاخص کل سلامت خانواده، دو بُعد رسانه‌ای شدن هویت و رسانه‌ای شدن تعاملات رابطه معناداری با سلامت خانواده نشان داده‌اند. نمره همبستگی رسانه‌ای شدن هویت و سلامت خانواده ۰/۱۹- است که با معناداری ۰/۹۹ از کاهش سلامت خانواده با افزایش رسانه‌ای شدن هویت خبر می‌دهد. همچنین شدت همبستگی رسانه‌ای شدن تعاملات و شاخص کل سلامت خانواده ۰/۱۶۸- است که به شکل مشابه به رابطه معنادار معکوس این دو متغیر دلالت می‌کند. بر این مبنا به نظر می‌رسد که با افزایش هویت‌مندی اعضای خانواده از طریق رسانه و با افزایش تعاملات رسانه‌ای، از سلامت خانواده‌ها کاسته شده است. متغیر رسانه‌ای شدن زمان/مکان رابطه معناداری با سلامت خانواده نشان نداده است.

۲-۲- رابطه رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده متأثر از میزان

مصرف هر یک از رسانه‌هاست.

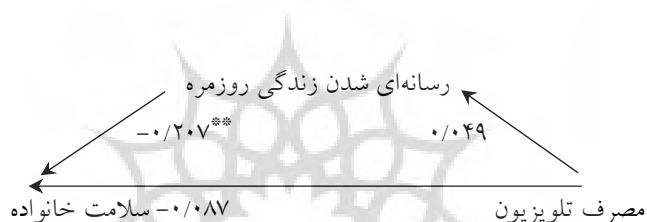
پس از بررسی رابطه مستقیم رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده، در این بخش رسانه‌ای شدن در جایگاه متغیر واسط میان مصرف رسانه و سلامت خانواده مورد بررسی قرار می‌گیرد. هدف از طرح این مقوله بررسی احتمال تغییر رابطه رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده متناسب با میزان مصرف سه رسانه تلویزیون داخلی، ماهواره و اینترنت است.

- رابطه رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده، متأثر از میزان مصرف تلویزیون داخلی:

در تحلیل رگرسیونی مصرف تلویزیون، رسانه‌ای شدن و سلامت خانواده، ضریب تعیین ۰/۰۴۸ و با ۹۹ درصد اطمینان معنادار گزارش شده است اما نمره بتای رابطه مصرف تلویزیون داخلی و سلامت خانواده (۰/۰۸۷) نشان از فقدان رابطه مستقیم بین

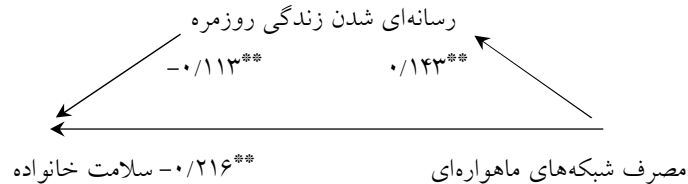
رابطه رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده ۱۹۳

این دو متغیر دارد. ضریب بتا در ارتباط میان مصرف تلویزیون داخلی و رسانه‌ای شدن نیز رابطه معناداری ندارد (۰/۰۴۹) و صرفاً ضریب بتای رابطه رسانه‌ای شدن و سلامت خانواده قابل تفسیر است که خود می‌تواند متأثر از سایر رسانه‌های مورد مطالعه نیز باشد. با وجود این اطلاعات، احتمال تأثیر میزان مصرف تلویزیون داخلی بر رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سپس بر سلامت خانواده منتفی می‌شود و نتیجه را می‌توان بدین گونه بیان داشت که در آزمون این فرضیه، مصرف تلویزیون داخلی از طریق رسانه‌ای شدن (و به شکل مستقیم) تأثیری بر سلامت خانواده ندارد.



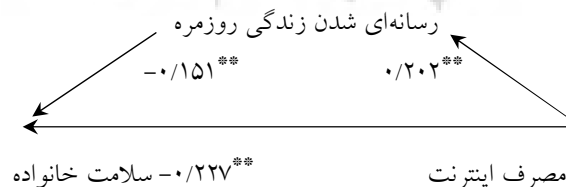
- رابطه رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده، متأثر از میزان مصرف شبکه‌های ماهواره‌ای:

در تحلیل رگرسیون خطی این سه متغیر، نمره ضریب بتا ۰/۲۱۶- محاسبه شده که از معناداری رابطه مستقیم و منفی سلامت خانواده و مصرف شبکه‌های ماهواره‌ای خبر دارد و نشان می‌دهد که با بالا رفتن مصرف رسانه، از سلامت خانواده‌های مورد بررسی کاسته شده است. در سنجش مصرف شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌ای شدن نیز رابطه معناداری مشاهده می‌شود ($\beta=0/143$) و نمره ضریب بتا در رابطه رسانه‌ای شدن و سلامت خانواده در اینجا نیز معنادار و منفی است. بر مبنای کلیه این اطلاعات می‌توان نتیجه گرفت که میزان مصرف شبکه‌های ماهواره‌ای (علاوه بر داشتن رابطه مستقیم با سلامت خانواده) با افزودن رسانه‌ای شدن با سلامت خانواده رابطه معکوس دارد.



در تحلیل جداگانه رابطه غیرمستقیم شبکه‌های ماهواره‌ای و ابعاد سلامت خانواده از مسیر رسانه‌ای شدن، این رابطه تنها با در نظر گرفتن بُعد ارتباطی سلامت معنادار است (نمره $-۰/۱۸۳^{**}$ ضریب بتا بین رسانه‌ای شدن و سلامت ارتباطی). این بدان معناست که مصرف ماهواره با بالا بردن رسانه‌ای شدن، از سلامت ارتباطی خانواده می‌کاهد.

- رابطه رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده، متأثر از میزان مصرف اینترنت: رابطه اینترنت و سلامت خانواده در تحلیل دو متغیری بالاترین ضریب همبستگی را دریافت داشته بود ($-۰/۲۵۶$). در اینجا نیز نمره بتای رابطه مستقیم مصرف اینترنت و سلامت خانواده بالاترین میزان تأثیر را در قیاس با دو رسانه دیگر نشان می‌دهد ($-۰/۲۲۷$) که از معناداری رابطه مستقیم مصرف اینترنت و سلامت خانواده در تحلیل چند متغیری حکایت دارد. در مسیر غیرمستقیم، ضریب بتای رابطه اینترنت و رسانه‌ای شدن، و رسانه‌ای شدن و سلامت به ترتیب $۰/۲۰۲$ و $-۰/۱۵۱$ است که هر دو با ۹۹ درصد اطمینان معنادار هستند، پس می‌توان نتیجه گرفت که میزان مصرف اینترنت (علاوه بر رابطه مستقیم) با افزایش رسانه‌ای شدن رابطه معکوسی با سلامت خانواده برقرار می‌سازد.



در تحلیل جداگانه رابطه غیرمستقیم اینترنت و ابعاد سلامت خانواده از مسیر رسانه‌ای شدن، این رابطه با در نظر گرفتن بُعد ارتباطی و فرآیندی سلامت معنادار است (نمره **۰/۲۱۰- ضریب بتا بین رسانه‌ای شدن و سلامت ارتباطی و نمره *۰/۰۹۰- ضریب بتا بین رسانه‌ای شدن و سلامت فرآیندی). این بدان معناست که مصرف اینترنت با بالا بردن رسانه‌ای شدن، از سلامت ارتباطی و فرآیندی خانواده می‌کاهد. افزون بر یافته‌های بالا که به کلیات مصرف رسانه، رسانه‌ای شدن و سلامت خانواده معطوف است، در این بخش جا دارد به موضوعات فرعی‌تری در این قلمرو پرداخته شود تا جزئیات لازم برای فهم رابطه رسانه‌ای شدن و سلامت خانواده متأثر از هر یک از رسانه‌ها فراهم آید. بدین منظور با استفاده از رگرسیون خطی رابطه غیرمستقیم مصرف هر یک از رسانه‌ها با سلامت خانواده از مسیر مؤلفه‌های رسانه‌ای شدن موردسنجش قرار گرفت (البته در این میان مؤلفه‌هایی که مستقیماً به مصرف اینترنت مربوط بودند کنار گذاشته شده‌اند).

جدول ۸- تأثیر غیرمستقیم مصرف رسانه بر سلامت خانواده از مسیر مؤلفه‌های رسانه‌ای شدن زندگی روزمره

مؤلفه‌های رسانه‌ای شدن زندگی روزمره	رسانه‌ها	شاخص اصلی سلامت خانواده و ابعاد سلامت خانواده	مسیر رسانه به مؤلفه سلامت خانواده و ابعاد آن
الگوبرداری جسمانی از شخصیت رسانه‌ای	تلویزیون داخلی	شاخص اصلی سلامت	۰/۱۵۴**
	شبکه‌های ماهواره‌ای	سلامت ارتباطی	۰/۱۱۵**
		سلامت ارتباطی	۰/۲۰۸**
الگوبرداری رفتاری از شخصیت رسانه‌ای	شبکه‌های ماهواره‌ای	سلامت ارتباطی	۰/۱۸۷**
تجربه نزدیکی اعضای خانواده به واسطه استفاده مشترک رسانه	تلویزیون داخلی	شاخص اصلی سلامت	۰/۱۳۰**
		سلامت ارتباطی	۰/۱۱۱*
		سلامت فرآیندی	۰/۱۱۸*
پناه بردن به مصرف رسانه برای گریز از هم‌صحبتی یا تنش	شبکه‌های ماهواره‌ای	شاخص اصلی سلامت	۰/۱۶۴**
	اینترنت	سلامت ارتباطی	۰/۱۷۹**
		شاخص اصلی سلامت	۰/۲۱۲**
		سلامت کارکردی	۰/۲۲۳**
		سلامت ارتباطی	۰/۱۴۳**
سلامت فرآیندی	۰/۱۱۰*		
اختصاص اوقات فراغت به مصرف رسانه	تلویزیون داخلی	شاخص اصلی سلامت	۰/۱۳۰**
	اینترنت	سلامت ارتباطی	۰/۰۹۴*
		شاخص سلامت	۰/۱۰۰*
بحث و گفت‌وگو پیرامون موضوعات رسانه‌ای	تلویزیون داخلی	شاخص اصلی سلامت	۰/۰۹۵*
		سلامت ارتباطی	۰/۱۷۸**
	شبکه‌های ماهواره‌ای	شاخص سلامت	۰/۱۰۰*
		سلامت ارتباطی	۰/۲۴۹**
		سلامت کارکردی	۰/۲۴۹**

رابطه رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده ۱۹۷

۰/۰۹۶*	۰/۲۳۵**	شاخص اصلی سلامت	تلویزیون داخلی	دلبستگی به برنامه‌ها و موضوعات رسانه‌ای
۰/۱۱۳**	۰/۲۳۵**	سلامت ساختاری		
۰/۱۳۹**	۰/۲۳۵**	سلامت ارتباطی		
۰/۱۶۵**	۰/۲۳۸**	شاخص اصلی سلامت	شبکه‌های ماهواره‌ای	
۰/۱۲۱**	۰/۲۳۸**	سلامت ساختاری		
۰/۱۷۵**	۰/۲۳۸**	سلامت ارتباطی		
۰/۱۴۷**	۰/۲۹۸**	شاخص اصلی سلامت	شبکه‌های ماهواره‌ای	دلبستگی به قهرمانان رسانه‌ای
۰/۱۸۰**	۰/۲۹۸**	سلامت ارتباطی		
۰/۱۶۸**	۰/۱۲۵*	شاخص اصلی سلامت	اینترنت	
۰/۱۰۴**	۰/۱۲۵*	سلامت کارکردی		
۰/۱۷۶**	۰/۱۲۵*	سلامت ارتباطی		

کلیه روابط غیرمستقیم انواع رسانه و ابعاد سلامت خانواده از مسیر رسانه‌ای شدن که در جدول ذکر شده‌اند، تأییدکننده رابطه معکوس بین مؤلفه‌های رسانه‌ای شدن و سلامت خانواده، متأثر از سه رسانه مورد بحث هستند. در این میان تنها رابطه مصرف تلویزیون داخلی و شاخص سلامت خانواده از مسیر تجربه مشترک استفاده از رسانه است که جهت مثبتی دارد و می‌توان آن را بدین‌گونه تفسیر کرد که در خانواده‌های مورد بررسی استفاده مشترک از تلویزیون داخلی با سلامت کلی خانواده، سلامت ارتباطی (پیوندهای عینی و ذهنی اعضا) و سلامت فرآیندی (توانایی گذار از مراحل و بحران‌های زندگی) هم‌تغییری مثبتی داشته است. در واقع این تنها رابطه تأییدشده میان ابعاد رسانه‌ای شدن است که بار مثبت داشته و عمدتاً به‌عنوان رهاوردهای مثبت حضور رسانه برای خانواده‌ها طرح‌شده و موضوع تحقیق قرار گرفته است. آنچه تاکنون بیان شد یافته‌های برگرفته از این تحقیق است که جا دارد با پژوهش‌های آتی جزئیات بیش‌تری از آن مورد بررسی قرار گیرند.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

رسانه‌ای شدن زندگی روزمره به تغییراتی ارجاع دارد که فراتر از پیام‌های رسانه‌ای در بافت زندگی روزمره مخاطبان به وجود می‌آید. با گسترش چشم‌گیر رسانه‌ها در زندگی و امکان دسترسی‌های آسان به آن‌ها در همه برهه‌های زندگی، نقش‌آفرینی آن‌ها در چیدمان زندگی افراد و خانواده‌ها امری مشاهده‌پذیر و تأمل‌برانگیز است. انجام این پژوهش نیز مؤید آن است که رسانه‌ای شدن زندگی روزمره توانسته است قلمروی خانواده [و سلامت خانواده به‌طور خاص] را دستخوش تأثیرات خود قرار دهد. این امر در جامعه‌ای که خانواده همواره مهم‌ترین گروه اجتماعی آن بوده و ریشه‌های عمیق فرهنگی و دینی برای حمایت و حراست از خانواده در آن عمل کرده‌اند، بسیار برجسته و قابل‌تأمل است. در این میان به‌خصوص روابط سالم در خانواده دستخوش تغییر و تأثیرپذیری از رسانه‌ای شدن زندگی روزمره قرار گرفته‌اند. این بدان معناست که قلمروی تعاملات بین فردی که در واقع بن‌مایه شکل‌گیری خانواده و فراروی آن از صرف جمع‌اعضای جدا مانده از هم است، بیش از هر قلمروی دیگری در کشاکش با سبک زندگی رسانه‌محور دستخوش چالش گشته است. این تأثیرپذیری در دو قلمروی رسانه‌ای شدن تعاملات و رسانه‌ای شدن هویت نمود یافته است. رابطه معکوس رسانه‌ای شدن زندگی تعاملات و سلامت خانواده مؤید نتایج تحقیقات گلدبرگ (۲۰۰۴)، اشنایدر (۲۰۰۰) و اشنایدر (۲۰۱۲) و ناقض نتایج تحقیق هرتلین و آنچتا (۲۰۱۴) است. چنین نتایجی خود به معنای ناهمسازی بنیادی یا ناهمسازی ناشی از فرایند تغییر ناگهانی، میان تعاملات گسترش‌یافته رسانه‌ای با تعاملات سنتی خانواده محور است. این امر به‌خصوص در مبحث روابط فرا زناشویی نمود دارد که اگرچه کانون تمرکز در این پژوهش نبوده، اما همین یافته‌های مختصر، فراوانی این تجربه و پیامد منفی آن بر سلامت خانواده را به‌سان تحقیقات مشابه تأیید کرده و ضرورت تمرکز تحقیقات بیشتر بر این موضوع را یادآور می‌شود. همچنین گسترش الگوهای

کسب هویت و ارائه هویت، به الگوها و ایده‌هایی بسیار بعید و متفاوت از گروه‌های اولیه و در دسترس، افراد را در نقش‌آفرینی و ارتباط‌گیری در مهم‌ترین گروه زندگی، یعنی خانواده، دچار مسئله ساخته است. از سوی دیگر برخلاف تحقیقات مرتبط مثل ویلیامز و مرتون (۲۰۱۱) که رسانه‌ای شدن زمان و مکان را مخل سلامت خانواده دانسته‌اند، ارتباط معکوسی که چنین پیامد منفی را تأیید کند به دست نیامده است.

در میان سه رسانه موردتوجه پژوهش، هیچ‌گونه رابطه معناداری که نشانگر عملکرد مثبت یا منفی تلویزیون داخلی در رسانه‌ای شدن و سپس در سلامت خانواده باشد به دست نیامد. این عدم معناداری حکایت از نقش خنثای رسانه ملی در افول یا ارتقای سلامت خانواده ایرانی دارد، که اگرچه در منجر نشدن به رسانه‌ای شدن زندگی و خلق نکردن مسئله‌ای نو برای ساحت خانواده واجد ارزش است، اما در بی‌تأثیری این رسانه در بهبود سلامت خانواده و ابعاد آن دارای بار منفی است و با توجه به داعیه‌های این رسانه پیرامون دغدغه‌مندی در قلمروی خانواده، این بی‌نقشی قابل پرسش و نقد است. دو رسانه دیگر، یعنی اینترنت و ماهواره به ترتیب رقم‌زننده تجربه رسانه‌ای شدن در میان خانواده‌های مورد بررسی و افول سلامت آنان بوده‌اند.

نقش ماهواره در افزایش رسانه‌ای شدن زندگی و کاهش سلامت خانواده، در کنار بی‌نقشی تلویزیون داخلی، خود خالق موضوع مهمی برای پژوهش و مهم‌تر از آن برای بازیابی فعالیت رسانه داخلی است. از سوی دیگر تأثیرگذاری بیش‌تر اینترنت بر رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و کاهش سلامت خانواده، امری کاملاً منطقی و پیش‌بینی‌پذیر است زیرا طرح رسانه‌ای شدن به‌عنوان یک موضوع و یک متغیر قابل سنجش نیز مرهون گسترش حضور اینترنت در زندگی روزمره و تغییراتی است که متناسب با ویژگی‌های این رسانه در زندگی روزمره افراد به وجود آمده است. در حال با توجه به امکانات رو به رشد رسانه اینترنت و تحولات سبک زندگی که احتمال در هم تنیدگی بیش‌تر این رسانه با زندگی روزمره را فراهم می‌سازد، و البته با توجه به

محدودیت‌های پژوهش پیمایشی در ورود به عرصه‌های خصوصی زندگی پاسخگویان، می‌توان پنداشت که اهمیت این مقوله و ضرورت واکاوی آن بیش‌تر از داده‌های آماری این پژوهش است.

در انتها باید گفت که جا دارد دغدغه دیرین و مکرر متفکران ایرانی، پیرامون حضور روزافزون رسانه‌ها و پیامدهای آن برای خانواده، بیش‌ازپیش به مقوله مهم رسانه‌ای شدن زندگی روزمره یا آنچه که رسانه‌ها با خود به زندگی روزمره می‌آورند بسط یابد. این امر نه تنها به‌عنوان خلق موضوعی نو برای مطالعات رسانه‌ای است، که نیازمند نوعی تحول معرفتی در فهم مسئله و موضوعی است که بنا است موردتحقیق قرار گیرد؛ زیرا ویژگی خاص رسانه‌ای شدن این است که نه صرفاً بیرون از قلمروی خانواده [و یا مقولاتی چون سیاست و اقتصاد و...] رخ می‌دهد، که خود زمینه شکل‌گیری مقوله رسانه‌ای شدن خانواده [و سایر مقولات] را فراهم می‌سازد. این نگرش متفاوت نحوه مواجهه پژوهشگر با کلیه فرایندهای تحقیق را متفاوت خواهد ساخت و فضا را برای روی آوردن به قلمروی گسترده‌ای از تحقیقات خواهد گشود که تاکنون در کشور ما کمتر بدان‌ها پرداخته شده است.

تحقیق حاضر تلاشی برای مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سنجش آن به‌صورت کمی بود که از خلال آن در عین اتکا بر تحقیقات پیشینی، سازه‌ای نو به این عرصه تحقیقی افزوده گشته است. این فرآیند قدمی نوپا به شمار می‌رود و جا دارد تحقیقات آتی محقق [و علاقه‌مندان] با در نظر داشتن یافته‌های پژوهش حاضر به فهم عمیق‌تر این موضوع و ابعاد آن با اتکا بر روش‌های کیفی و ژرفانگر متمرکز گردد. چنین فرآیندی در عین پروراندن این بدنه تحقیقاتی خود می‌تواند به پرورش سازه‌ای کارآمدتر برای سنجش کمی این مقوله منجر گردد.

منابع

- برادشاو، جان. (۱۳۸۶). *خانواده*. ترجمه: مهدی قراچه‌داغی. تهران: لیوسا.
- تامپسون، جان بی. (۱۳۸۹). *رسانه‌ها و مدرنیته*. ترجمه: مسعود اوحدی. تهران: سروش.
- جنادله، علی و رهنما، مریم. (۱۳۹۷). «بازنمایی آسیب‌شناسانه رسانه‌های نوین در مطالعات خانواده (فرا تحلیل مقالات چاپ‌شده در خصوص تأثیر رسانه‌های نوین بر خانواده)». *مطالعات رسانه‌های نوین*. دوره ۴، شماره ۱۶.
- رابرتسون، یان. (۱۳۸۵). *درآمدی بر جامعه*. ترجمه: حسین بهروان. مشهد: آستان قدس رضوی.
- عباسی شوازی، محمدتقی و عباسی آتشگاه، پروین. (۱۳۹۷). «اینترنت، خانواده شبکه‌ای و زمان خانواده: چگونه تکنولوژی‌های نوین ارتباطی روابط خانوادگی را متأثر می‌کنند؟». *مطالعات رسانه‌های نوین*. دوره ۴، شماره ۱۴.
- مارتینز، انریک ملون. (۱۳۵۰). *تلویزیون در خانواده و جامعه نو*. ترجمه: صدرالدین الهی. تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.
- مک‌کوایل، دنیس. (۱۳۸۵). *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*. ترجمه: حسین پرویز اجلالی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- مهدی زاده، محمد. (۱۳۹۱). *نظریه‌های رسانه*. تهران: همشهری.
- Alexander, Alison (2011). "Media and the family". In Sandra L. Calvert and Barbara J. Wilson (Eds.), *the handbook of children, media, and development* (pp. 121-141). West Sussex: Wiley- Blackwell.
- Bengtsson, Stina (2012). "Imagined user modes: Media morality in everyday life", *International Journal of Cultural Studies* vol. 15, no.2.
- Brody, Gene H. Stoneman, Zolinda and Sanders, Alice K. (1980). "Effects of Television Viewing on Family Interactions: An Observational Study". In *Family Relations*, Vol. 29, No. 2 (Apr., 1980), pp. 216-220.
- kaunt, Anne & Fast, Karin (2014). *Mediatization of Culture and Everyday Life*. Huddinge: Södertörns högskola.
- Chouliaraki, L & Orgad, S (2011). "Proper distance: Mediation, ethics, otherness." *International Journal of Cultural Studies* vol. 14, no. 4.
- Clarck, Lynn Schofield (2012). *Parent App: Understanding Families in the Digital Age*. Oxford university press.

- Goldberg, peter (2004). "An exploratory study about the impacts that cubersex is having on families and the practices of marriages and family trapists". In **www. theses.lib.vt.edu**
- Hirdman, Anja (2008) "Vision and intimacy. Gendered communication online". **Nordicom**. vol. 31, no. 1.
- Hertleine, Katherine M. & Ancheta, Katrina (2014). "Advantages and disadvantages of technology in relationship". **The qualitative report**, volume 19. Article 22.
- hitchurch, Gail. G. & Constantine, Larry. I. (2009). "System theory". In Pauline boss & others (Eds). **sourcebook of family theories and methods**. Springer.
- Kang, Tinguy (2012). "Gendered media, changing intimacy: Internet-mediated transnational communication in the family sphere". **Media culture and society**. 34(2). 146-161.
- Morley, David (2007). **Media, Modernity and Technology**. London: Routledge.
- Livingstone, Sonia & Lunt, Peter (2014). "Mediatization: an emerging paradigm for media and communication". in Lundby, K., (ed.) **Mediatization of Communication. Handbooks of Communication Science** (21). Berlin, De Gruyter Mouton
- Livingstone, Sonia (2002). "The media-rich home: balancing the private and public lives". **In young people and new media**. London: Sage.
- Lull, James (1980). "Social uses of television". Downloaded from: **https://academic.oup.com**
- Rosengern, Karl Erik (1992). "Comparative studies of media use". In J.G. Blumer, J.M. Mcleod, and K.E. Rosengren. **Comparatively speaking: communication and culture across space and time**. London: sage.
- Schneider, Jennifer P. (2012). "Is it really cheating? Sexual addiction and compulsivity". **Sexual addiction and compulsivity**. 19: 123-139.
- Schneider, Jennifer P. (2000a). "Effects of cybersex addiction on the family". **Sexual addiction and compulsivity**. 7: 31-58.
- Svenningsson, Malin (2007) "Young people's presentations of relationships in a Swedish Internet community" Young. **Nordic Journal of Youth Research**. vol. 15, no. 2.
- Willams, Amanda L., Merton, Michael J. (2011). "Ifamily: family and social media technology in the family context". **Family and cosumer science research journal**. Vol. 40. No.2.