

Provide a desirable model and future perspective of family lifestyle changes with the introduction of new communication technologies In the city of Tehran from the perspective of experts

Ameneh Bakhtiari^{*}, Seyed Amir Masoud Amir Mazaheri^{}**

Bahareh Nasiri^{*}**

Abstract

Digitization in the Iranian style and in the context of contemporary Iranian culture will have its own characteristics that may create individual, social, functional, structural, emotional, emotional and aesthetic challenges. This study aimed to provide a desirable model and future perspective of family lifestyle changes with the introduction of new communication technologies in Tehran. Qualitative research method (scenario writing), the statistical population of 29 professors specializing in the field of research Non-probability sampling is a purposeful type and the data collection tool is a semi-structured interview and a questionnaire. Validity of measuring instruments Angulation method, information analysis has been performed at both descriptive and inferential levels. The results show 6 main themes: communication courses in Iran, dealing with communication technology in Iran, relationships and relationships within the family, The new family configuration is the family interaction with the media and matrimony. Based on their importance

* Department of Cultural Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, Ameneh_b2000@yahoo.co.uk

** Department of Cultural Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author), A.amirmazaheri@gmail.com

*** Institute For Humanities And Cultural Studies, Bn.nasiri@gmail.com

Date received: 12/08/2020, Date of acceptance: 24/10/2020

Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

from the point of view of experts, 4 scenarios of eclectic media family, stable media family, Unstable media family and media turbulent family formulate, then extract common features of scenarios And by statistical assessment, the main features of each scenario were developed. The results of the structural model showed that the experts emphasized Scenario 2.

Keywords: Lifestyle, family, new communication technologies, futures studies.



ارائه مدل مطلوب و چشم‌انداز آتی تغییرات سبک زندگی خانواده با ورود فناوری‌های نوین ارتباطی در شهر تهران از دیدگاه خبرگان

آمنه بختیاری*

سید امیرمسعود امیرمظاهری**، بهاره نصیری***

چکیده

دیجیتالی شدن به سبک ایرانی و در چارچوب بستر فرهنگ معاصر ایران ویژگی‌های خاص خود را خواهد داشت که ممکن است چالش‌های فردی، اجتماعی، کارکردی، ساختاری، احساسی، عاطفی و زیبایی‌شناسی را به وجود آورد. این پژوهش با هدف ارائه مدل مطلوب و چشم‌انداز آتی تغییرات سبک زندگی خانواده با ورود فناوری‌های نوین ارتباطی در شهر تهران (از دیدگاه خبرگان) انجام گرفت. روش تحقیق کیفی (سناریونویسی)، جامعه آماری ۲۹ نفر از اساتید متخصص در زمینه موضوع پژوهش با نمونه‌گیری غیر احتمالی از نوع هدفمند و ابزار گردآوری اطلاعات از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و پرسشنامه است. روایی ابزار اندازه‌گیری روش زاویه بندی، تجزیه و تحلیل اطلاعات در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شده است. نتایج نشان‌دهنده ۶ تم اصلی: دوره‌های ارتباطی در ایران، برخورد با تکنولوژی ارتباطی در ایران، روابط و مناسبات درون خانواده، پیکره بندی نوین خانواده، تعامل خانواده با رسانه و همسریابی است

* گروه جامعه‌شناسی فرهنگی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران،

Ameneh_b2000@yahoo.co.uk

** گروه جامعه‌شناسی فرهنگی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)،

A.amirmazaheri@gmail.com

*** گروه پژوهشی مطالعات زنان، پژوهشکده مطالعات اجتماعی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات

فرهنگی، تهران، ایران، Bn.nasiri@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۵/۲۲، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۸/۰۳

که بر اساس اهمیت آنها از نگاه خبرگان، ۴ سناریوی خانواده التقاطی رسانه ای، خانواده پایدار رسانه ای، خانواده ناپایدار رسانه ای و خانواده آشفته رسانه ای تدوین، سپس ویژگی‌های مشترک سناریوها استخراج و با سنجش آماری، ویژگی‌های اصلی هر سناریو تدوین گردید. نتایج مدل ساختاری نشان داد که خبرگان به سناریو ۲ (خانواده پایدار رسانه ای) تاکید کرده اند.

کلیدواژه‌ها: سبک زندگی، خانواده، فناوری‌های نوین ارتباطی، آینده‌پژوهی.

۱. مقدمه

تحولات شگرف خانواده بیش از هر چیز سبب شده است تا این مقوله، از امری ناخودآگاه و کم‌تر انعکاس یافته به موضوعی مهم برای بحث و تأمل تبدیل شود. این واقعیت که در نتیجه گسترش رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی شکل گرفته بیش از هر چیز دیگری شناخت مسائل خانواده در جهان امروز و ایران معاصر اهمیت دارد. چرا که امروزه رسانه‌ها در خدمت بازنمایی واقعیت‌ها یا پدیده‌های انسانی و اجتماعی از جمله خانواده‌اند. این امر، تحولی اساسی در معنا، مفهوم و سبک‌های زندگی خانواده ایجاد کرده است (فاضلی، ۱۳۹۲). بررسی تغییرات سبک زندگی خانواده با رویکرد آینده‌پژوهی و تأمل درباره چگونگی تحولات کنونی و آینده‌های محتمل اهمیت بسیار دارد. چرا که در صورت غفلت و بی‌توجهی، امکان پیشی گرفتن (Anticipation) از رویدادهای آینده و تصمیم‌گیری درست و برخورد منطقی و جامع با آن وجود نخواهد داشت. به عبارتی محققان و سیاست‌گذاران دائماً در معرض تغییراتی قرار خواهند گرفت که قبلاً درباره آن‌ها پیش‌آگاهی نداشته و بنابراین پیوسته دچار احساس غافلگیری (Surprise) و عقب ماندن از روند حوادث و مسائل فرهنگی خواهند شد. این در حالی است که هدف نهایی علم، کنترل، پیش‌بینی و نظم دهی به زندگی فردی و حیات اجتماعی بشر است. در این تحقیق به دنبال این هستیم که به ارائه مدل مطلوب و چشم‌انداز آتی تغییرات در سبک زندگی خانواده با رویکرد ورود فناوریهای نوین ارتباطی در شهر تهران (از دیدگاه پردازیم.

۲. بیان مسئله و اهمیت و ضرورت تحقیق

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 آورده و این امر موجب تفاوت در سبک زندگی و نگرش‌ها در خانواده شده است. بدین ترتیب پدیده‌ای که خود در جریان تغییرات و دگرگونی‌های اجتماعی شکل گرفته است، جامعه و خانواده را نیز دچار دگرگونی کرده است.

بنا به گفته بابایی «امروزه به علت تغییر در جایگاه‌ها و وارد شدن زنان در عرصه مشارکت‌های اقتصادی در خارج از منزل، تقسیم وظایف گذشته که برای مردان و زنان در حوزه خانواده تعریفی منحصر به فرد و سستی بود، جایگاه خود را به طور کامل از دست داده و مرد دیروز که تمامی فعالیت‌هایش به بیرون از منزل محدود می‌شد، امروز قسمتی از وظایف همسر خود را در داخل خانه به گردن گرفته است که بخشی از این وظایف محوله به گفته سیف «کاملاً بر مبنای جنسیت تعریف شده بود، ولی در حال حاضر، مرزبندی جنسیتی ندارد» برعکس این موضوع هم صادق است؛ خیلی از کارهایی که مرد دیروز در عرصه درآمدزایی در خانواده متحمل می‌شد، امروز همسرش انجام می‌دهد و این جابه‌جایی نقش‌ها، بنا بر دگرگونی‌های ساختاری‌ای است که سرعت بالایی حرکت جامعه به سمت تکنولوژی به وجود آورده است و تنها به همین نقطه هم محدود نمی‌شود، بلکه تبعات بسیار دیگری هم خواهد داشت (ساروخانی، ۱۳۷۵).

از سوی دیگر، فضای ارتباطاتی و فناوری، هر روز قشر جوان را از کانون خانواده دورتر می‌کند تا آنجا که اکنون تنها حضور فیزیکی آنان در کانون خانواده مطرح است، نه هم‌فکری و مشارکتشان در جمع. به بیان تحقیقات، جمع‌پذیرای آنان نیست و این عامل باعث دوری و سردی و نبود هم‌دلی و هم‌فکری دو نسل با یکدیگر می‌شود و کانون خانواده را به فضایی سرد و پرتنش تبدیل می‌کند (امامی، ۱۳۹۰).

با توجه به این امر بسیاری از دانشمندان و صاحب‌نظران علوم اجتماعی بر این باورند که ترکیب و همگرایی فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی یا به عبارتی دیجیتالی شدن، سبک‌های نوین زندگی را به جزئی اساسی و جدایی‌ناپذیر از زندگی انسان تبدیل کرده است.

این‌گونه به نظر می‌رسد که تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، صرفاً ابزارهای ارتباط و انتقال پیام هستند و نمی‌توانند به شکل‌گیری فرهنگ و سبک زندگی خاصی منجر شوند. یعنی در تولید محتوا و پیام نقشی ندارند. اما تحقیقات انجام شده نشان دهنده آن است که محتوای این تکنولوژی‌ها از عوامل مهم فرهنگ ساز هستند و نوع فرهنگی که توسط این ابزارها ساخته، ترویج و نهادینه می‌شود، بستگی به نوع فرهنگ و مدیریت حاکم بر این‌گونه وسایل ارتباط جمعی است و سبک و منش جدیدی از روابط فردی و اجتماعی را برای خانواده‌ها به ارمغان آورده که منجر به کارکردها و پیامدها و تاثیراتی بر کنش روزمره و سبک زندگی آنان شده است.

از آنجایی که تغییر و تحولات تکنولوژیکی، ساختار سنتی خانواده ایرانی را در انواع الگوهای همسرگزینی، روابط بین همسران، روابط والدین با فرزندان و شیوه‌های فرزندپروری، روابط بین دونسل، مشاغل اقتصادی نوین در خانواده، اوقات فراغت، انگاره‌های جنسیتی و ... متاثر نموده است. بر این اساس نادیده انگاشتن اهمیت تغییرات تکنولوژیکی، فرهنگی در جامعه و سبک‌های زندگی منبعث از آن، ممکن است به ازدست‌رفتن فرصت‌ها و پیش‌بینی ناپذیری تهدیدها منجر شود.

اکنون این پرسش مطرح است که در بستر شرایط اجتماعی امروز، مدل مطلوب تغییرات سبک زندگی خانواده با رویکرد ورود فناوریهای نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان چگونه خواهد بود؟

۳. پیشینه تحقیق

- بیژن خواجه نوری و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیق با عنوان «بررسی تاثیر وسایل ارتباطی نوین بر گروه‌های خانوادگی» به این نتیجه رسیده‌اند که میزان استفاده از وسایل ارتباطی نوین با وضعیت تاهل، وضعیت ارتباط ناب و مردسالاری و گروه‌های خانوادگی رابطه معناداری دارد (خواجه نوری، ۱۳۹۵).

- فتحی و مختارپور (۱۳۹۳) در تحقیقی تحت عنوان «بررسی نقش و تاثیر رسانه‌های نوین تصویری 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،

ارائه مدل مطلوب و چشم‌انداز آتی تغییرات ... (آمنه بختیاری و دیگران) ۷

نظام ارزشی و جهان بینی متفاوتی را ایجاد می کند که منجر به کنش های گوناگونی از جانب افراد می شود و باعث می شود تا افراد در حوزه های مختلف زندگی خود از جمله اوقات فراغت و شیوه گذران آن، نگرش به ازدواج (شیوه همسرگزینی) رفتارهای دینی و مدگرایی از الگوهای متفاوتی پیروی کنند (فتحی، ۱۳۹۳).

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

- نتایج پژوهش جوانا کارالهو و همکاران (۲۰۱۵) با عنوان عملکرد خانواده و فناوری خانواده نشان از تاثیر استفاده از فناوریهای نوین ارتباطی بر انسجام خانواده، نقش خانواده، درگیری های بین نسلی، و مرزهای خانواده است. به عبارتی نتایج نشان می دهد که فناوری اطلاعات و ارتباطات تغییرات کیفی در عملکرد خانواده، شکل جدید حالات تعامل ایجاد کرده و ضرورت چپنش دوباره الگوهای رابطه در خانواده را نشان می دهد (صیادی، عطایی، ۱۳۹۶).

- کارن رومرو (۲۰۱۷) در تحقیق خود تحت عنوان تأثیر فن آوری های شکل گیری و ارتباطات بر روابط خانوادگی تأثیر فن آوری های شکل گیری و ارتباطات بر روابط خانوادگی، به این نتیجه رسیدند که فناوری اطلاعات و ارتباطات به گردش گسترده ای از اطلاعات کمک کرده است و خانواده هسته ای را تقویت می کند، اما باعث تضعیف در روند ارتباطات و زندگی خانوادگی آنها شده است (رومر، ۲۰۱۷).

- لیندا گادجورج و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان بازتولید نقش های جنسیتی از طریق کار مجازی، به این نتیجه رسیده اند که ساعات کاری طولانی و غیرانعطاف پذیر در بیرون از خانه، اغلب به عنوان یکی از موانع اصلی برای ورود زنان به فرصت های شغلی برابر با مردان شده است. در واقع کار مجازی موجب نزدیک شدن فضای شغلی با زندگی خانوادگی شده است. حضور زنان به واسطه مشاغل اقتصادی نوین برپایه تکنولوژی های نوین ارتباطی فرصت مناسبی برای به آرامش رسیدن زنان در کانون خانواده است (گادجورج و همکاران، ۲۰۱۸).

۴. مبانی نظری تحقیق

در این تحقیق سعی گردیده از ۸ نظریه که توجیه کننده علمی نتایج تحقیق می باشند، استفاده گردد. در جدول ذیل گزاره های اصلی هر نظریه آورده شده است.

۱. نظریه فردگرایی شبکه ای: بری ولمن و لی راینی (Rainie, Lee. & Barry wellman)

۲. تئوری پیشروی آرام: آصف بیات

۳. تئوری گروه های خاموش: شرلی آردنر و ادوین آردنر (Shirley Ardener & Edwin W.Ardener)

۴. نظریه فمینیسم سایبر: سادی پلنت، ان.سی. ماتریک (Plant, Sadi)

۵. نظریه استفاده و خشنودی: الیهو کاتز (Elihu Katz)

۶. نظریه موج سوم نظریه آلوین تافلر (Alvin Toffler)

۷. نظریه عرصه و میدان: پی یر بوردیو (Bourdieu, P)

۸. مدرنیته؛ سبک زندگی، هویت و بازاندیشی: آنتونی گیدنز (Anthony Giddens)

جدول ۱.۱ گزاره های تغییرات سبک زندگی با ورود فناوری های نوین ارتباطی
بر مبنای چهارچوب نظریات

| ردیف | نظریه پرداز | نظریه | گزاره های سبک زندگی |
|------|----------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱ | راینو و ولمن | نظریه فردگرایی شبکه ای راینو و ولمن | تغییر پارادیمی تعاملات انسانها، گذار از گروه های اجتماعی همبسته به شبکه های اجتماعی پراکنده و فردی، تعامل در گروه های بسته و محدود، فردهای شبکه ای: فرد مرکز توجه، تنیده شدن عرصه خانه و محل کار درهم، امکان تولید محتوا برای همه افراد، مشارکتی شدن شکل رسانه ها، در دسترس پذیری راحت اطلاعات، تبدیل شدن خانواده به یک شکل |
| ۲ | شرلی آردنر، ادوین آردنر | تئوری گروه های خاموش | ایجاد چالش نابرابری ها توسط رسانه های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، ایجاد فرصت گفتمان رسانه ای، تولید محتوا و میدان عمل باز بدون توجه به تفاوتها و تبعیض ها توسط رسانه های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، |
| ۳ | آصف بیات | تئوری پیشروی آرام | ایجاد فضایی برای گروه های فاقد امتیاز و پایین اقتصادی- اجتماعی شامل: زنان، رنگین پوستان و ... توسط تکنولوژی های نوین ارتباطی به منظور ورود به دنیا و انتقال تجارب، بهبود شرایط زندگی، کسب امتیاز بیش تر، معناسازی و هویت بخشی به زندگی |

ارائه مدل مطلوب و چشم‌انداز آتی تغییرات ... (آمنه بختیاری و دیگران) ۹

| | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------|----------|
| <p>استفاده از تکنولوژی های نوین ارتباطی برای زنان جهت مقاصدی غیر از خرید و سایت گردی، درک مقوله هایی چون سیاست، جنسیت، کار و ... ازین بردن مفهوم جنسیتی که بر مبنای جسمانیت استوار بود، ایجاد هویت بدون جنسیت، ایجاد مدل های آزاد، کثرت گرایی، ساختار دموکراتیک فضای مجازی</p> | <p>نظریه فمینیسم سایبر</p> | <p>سادی پلنت، ان.سی. ماتریکس</p> | <p>۴</p> |
| <p>رفع نیازهای آگاهانه عاملیت مخاطب یا کاربر در استفاده از فناوریهای ارتباطی، جستجوی محتوایی که بیش ترین رضایت را بر اساس نیازها و علائق فرد به دنبال دارد که این نیازها و علائق شامل: آگاهی و نظارت، روابط شخصی، هویت شخصی، سرگرمی و گریز از واقعیت است.</p> | <p>نظریه استفاده و خشنودی</p> | <p>کاتز و همکاران</p> | <p>۵</p> |
| <p>کلبه الکترونیکی و ایجاد شغل های متمرکز در خانه، کارافرینی تجاری، مهم انجام دادن کار است بدون اهمیت دادن به مکان مشارکت فرزندان در مشاغل خانگی، خانواده گسترده الکترونیکی، آن، تغییر در تعریف ازدواج و عشق، تنوع ساختار خانواده، بحران خانواده هسته ای، شیوه زندگی غیر هسته ای، انبوه زدایی نظام خانوادگی، فرهنگ بدون فرزند، زندگی مجردی، زندگی بدون ازدواج رسمی، خانواده های تک والدی، چند والدی، چند همسری، کمون ها، ازدواج های موقت، ازدواج های بی در پی،</p> | <p>نظریه موج سوم</p> | <p>آلوین تافلر</p> | <p>۶</p> |
| <p>ظهور سرمایه ها و سبک های زندگی گوناگونی بر مبنای هر میدان به صورت عادت واره، مصرف و بازنمایی سبک های مختلف و ذائقه های مختلف، مصرف کالاهایی که تمایز اجتماعی ایجاد می کند، انتخاب در گزینه های فراغت اجتماعی، انتخاب اوقات فراغت با توجه به سرمایه های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی</p> | <p>نظریه عرصه و میدان</p> | <p>پی بر بورديو</p> | <p>۷</p> |
| <p>مدرنیته و تغییر عمیق رسوم سنتی، انتخاب از میان تعداد کثیری انتخاب، مدرنیته و تنوع ناامنی از انتخاب های ممکن، اسبب در امنیت هستی شناختی فرد، جوامع سنتی و نقش عادت ها و سنتها در شکل گیری هویت شخصی، جوامع سنتی و نقشهای ثابت، جوامع مدرن و بازاندیشی هویت شخصی، جوامع مدرن و نقش رسانه ها در گزینه های انتخاب، جوامع مدرن و تصویری سیال، ساخت مداوم هویت بر مبنای دانش و اطلاعات، هویت حالت بازتابی دارد و ایستا نیست.</p> | <p>مدرنیته؛ هویت شخصی و بازاندیشی آن</p> | <p>آنتونی گیدنز</p> | <p>۸</p> |

۵. اهداف تحقیق

۱.۵ هدف اصلی

تعیین مدل مطلوب و چشم‌انداز آتی تغییرات در سبک زندگی خانواده با رویکرد ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی در شهر تهران از دیدگاه خبرگان

۲.۵ اهداف فرعی

۱. شناسایی مولفه‌ها و تم‌های اشکال مختلف خانواده با رویکرد ورود فناوریهای نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان
۲. اهمیت و اولویت‌گذاری مولفه‌ها و تم‌های اشکال مختلف خانواده با رویکرد ورود فناوری‌های نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان
۳. تعیین سبک‌های مختلف خانواده با رویکرد ورود فناوریهای نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان

۶. روش تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش کیفی: آینده‌پژوهی از نوع سناریونویسی است. این روش یک مطالعه سیستماتیک است. به طوری که در گام اول، واقعیت‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد، در گام دوم، تهیه نقشه ذهنی و در گام سوم استراتژی‌های برنامه اقدام طراحی می‌گردد. برای طراحی و سناریونویسی سه رویکرد عمده وجود دارد (هاس، ۱۹۹۸). این رویکردها عبارت‌اند از:

۱. منطق شهودی
۲. روندهای تعدیل‌یافته احتمالی
۳. رویکرد فرانسوی (مربوط به آینده)

در این پژوهش از سناریونویسی بر مبنای رویکرد شهودی (شهود خبرگان) استفاده گردیده است (شهود خبرگان). رویکرد منطق شهودی جزء تکنیک‌های کیفی است. (عامر و همکاران، ۲۰۱۳). در جدول زیر خصوصیات این روش توضیح داده شده است.

جدول ۲.۱ خصوصیات رویکرد شهودی
منبع: بردفیلد و همکاران (۲۰۰۵)

| ویژگی‌های رویکرد شهودی | ویژگی‌های سناریو |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| چندگانه، از عملکردی در یک زمان واحد، به سمت عملکردی متضمن یادگیری مداوم با هدف معنابخشیدن به موقعیت‌ها و پیشبرد استراتژی‌ها | هدف |
| توصیفی یا هنجاری | نوع سناریو |
| بین ۳ تا ۲۰ سال متغیر | چارچوب زمانی |
| رویکرد مبتنی بر فرایند، ضرورتاً ذهنی یا کیفی | نوع روش |
| معمولاً تیمی است از خود سازمان که طراحی سناریو را انجام می‌دهد | ماهیت تیم سناریو |
| ابزارهای کلی مانند توفان مغزی، آنالیز استپ (Step) و آنالیز ذی‌نفعان | ابزارها |
| تصمیم ویژه مدیریت، موضوع یا مسئله‌ای کلی | نقطه شروع |
| شهود، آنالیز استپ، تحقیق، تکنیک‌های توفان مغزی و دیدگاه کارشناسان | شناسایی عوامل اصلی پیشران |
| تعریف منطق سناریو به‌عنوان موضوعات یا اصول حاکم | طراحی مجموعه‌ای از سناریوها |
| مجموعه کیفی از سناریوهایی در قالب روایی با گزینه‌های استراتژیک، مفاهیم ضمنی و سیگنال‌های هشداردهنده اولیه که احتمال وقوع یکسانی دارند | نتایج اجرای سناریو |

۱.۶ جامعه آماری

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. لازم به ذکر است از آنجایی که پژوهشگاه علوم انسانی و

مطالعات فرهنگی قطب علمی کشور در حوزه علوم انسانی است و متخصصین و خبرگان آن علاوه بر فعالیت پژوهشی در پژوهشگاه، در حوزه های مختلف سیاست‌گذاری کشور، آموزشی، اجرایی سازمان ها و موسسات دیگر حضور و صاحب نظر هستند، لذا با عنایت به فعالیت‌های چندجانبه خبرگان آن، بیشتر متخصصین از این مجموعه انتخاب شدند.

۲.۶ حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

در این تحقیق روش‌های نمونه‌گیری غیر احتمالی مورد تأکید قرار گرفت؛ و از آنجا که در نمونه‌گیری غیر احتمالی به جای تکیه بر عامل شانس، نمونه به مدد قضاوت انسانی (ویژگی‌های جامعه آماری) انتخاب می‌گردد، از این‌رو در این مرحله از پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری غیر احتمالی از نوع هدفمند وابسته به معیار، ۲۹ نفر افراد خبره و متخصص انتخاب شدند.

۳.۶ روش و ابزار جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها

در این مرحله با توجه به روش آینده‌پژوهی، جهت گردآوری داده‌ها ابتدا از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و سپس در بخشی از تحقیق از ابزار پرسشنامه بهره گرفته شد. از این‌روهای مصاحبه 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.

۴.۶. روایی ابزار اندازه‌گیری

به منظور روایی یا اعتبار ابزار اندازه‌گیری در این بخش از پژوهش، از روش زاویه‌بندی بهره گرفته شده است. دنزین (۱۹۷۰) زاویه‌بندی را ابزاری می‌داند که قادر است به اجماع فکری محققان کمک کرده و آن‌ها به فراسوی درگیری‌های شخصی آن‌ها در حوزه‌ی پژوهش سوق دهد.

۷. یافته‌های تحقیق

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 (Code sheets) و طبقه‌بندی در محیط nvivo انجام شد.

زیرمقوله هادر 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 مقوله‌ها اصلی از آنها استخراج گردید. سپس بر مبنای مقوله‌های اصلی، تم‌ها انتزاع شد. بدین ترتیب، مولفه‌ها و تم‌های اشکال مختلف خانواده‌ها با رویکرد ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی مورد شناسایی قرار گرفت و سپس با توجه به دیدگاه خبرگان اهمیت و اولویت بندی این مولفه‌ها و تم‌ها بررسی گردید.

۱.۷ مولفه‌ها و تم‌های اشکال مختلف خانواده‌ها با رویکرد ورود فناوری‌های نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان

پس از استخراج زیرمقوله‌ها و مقوله‌ها از مصاحبه‌های خبرگان، تم‌ها تدوین گردید. که نتایج در قالب ۶ تم دسته‌بندی شده است:

۱.۱.۷ تم اول «دوره‌های ارتباطی در ایران»

از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های خبرگان ۳ مقوله از قبیل «ارتباطات شفاهی» و «ارتباطات مکتوب» و «ارتباطات الکترونیکی» ظهور کردند.

جدول ۳.۱ فرایند دسته‌بندی مقولات و زیرمقوله‌های تم اول

| تم | مقوله | زیرمقوله |
|---------------------------|---------------------|-------------------------------------------|
| دوره های ارتباطی در ایران | ارتباطات شفاهی | برنامه خبری رادیو، سخنرانی، و تلویزیون |
| | ارتباطات مکتوب | مطالعه روزنامه و مطالعه مجله |
| | ارتباطات الکترونیکی | اینترنت، موبایل، تبلت، و شبکه های اجتماعی |

۲.۱.۷ تم دوم «برخورد با تکنولوژی ارتباطی در ایران»

از تجزیه و تحلیل مصاحبه های خبرگان ۶ مقوله از قبیل «تسهیل زندگی با تکنولوژی، «سیرحضور در رایانه»، «آگاهی دهنده»، «خدمت دهنده»، «رسانه های مجازی» و «توجه صرف به معایب» ظهور کردند.

جدول ۴.۱ فرایند دسته‌بندی مقولات و زیرمقوله‌های تم دوم

| تم | مقوله | زیرمقوله |
|-------------------------------------|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| مواجهه با تکنولوژی ارتباطی در ایران | سیرحضور در رایانه | ابتدا نهادهای رسمی، دوم مراکز علمی کشور، سوم ورود تدریجی به خانه ها |
| | تسهیل زندگی با تکنولوژی | تبادلات علمی و آموزشی |
| | آگاهی دهنده | افزایش آگاهی نسبت به رسانه ها، ارتقاء بینش انسان نسبت به تکنولوژی |
| | خدمت دهنده | به خدمت گیری تکنولوژی و افزایش کیفیت زندگی |
| | رسانه های مجازی | سید ارتباطی رسانه(ارتباط اطلاعاتی، ارتباط بین نسلی، سرگرمی)،کنش غیرتعاملی و کنش تعاملی، فناوری های فراجنسیتی، فرصت ها، نقاط ضعف ها و تهدیدها |
| | توجه صرف به معایب | دیدن آسیب ها |

۳.۱.۷ تم سوم «روابط و مناسبات درون خانواده»

از تجزیه و تحلیل مصاحبه های خبرگان ۲ مقوله از قبیل «روابط و مناسبات در خانواده سنتی» و «روابط و مناسبات در خانواده مدرن» ظهور کردند.

جدول ۵.۱ فرایند دسته‌بندی مقولات و زیرمقوله‌های تم سوم

| تم | مقوله | زیرمقوله |
|------------------------------|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| روابط و مناسبات درون خانواده | روابط و مناسبات در خانواده سستی | 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 دورهمی های خانوادگی، کاهش تعامل و گفتگو و همدلی خانواده، شکاف دیجیتالی والدین و فرزندان، پیدایش و احساس نیاز به نظارت رسانه ای در خانواده (گام مقدماتی مدیریت مصرف رسانه ای در خانواده) |

۴.۱.۷ تم چهارم «پیکرده‌بندی نوین خانواده»

از تجزیه و تحلیل مصاحبه های خبرگان ۵ مقوله از قبیل «زندگی تک زیستی»، «زندگی با روابط موازی زوجین (تهی / طلاق عاطفی)»، «زندگی زنانه شدن»، «زندگی فراجنسیتی»، «زندگی باهم باشی» ظهور کردند.

جدول ۶.۱ فرایند دسته‌بندی مقولات و زیرمقوله‌های تم چهارم

| مقوله | زیرمقوله |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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 مرزبندی جنسیتی (ایجاد احساس عدالت جنسیتی، تغییر کلیشه های 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. |

۵.۱.۷ تم پنجم «تعامل خانواده با رسانه»

از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های خبرگان ۷ مقوله از قبیل «والدگری رسانه‌ای»، «واکسیناسیون رسانه ای»، «اقتصاد الکترونیکی»، «تغییر الگوی خرید»، «تغییر الگوی فراغت»، «تعامل دانشی با رسانه»، و «تعامل ابزاری با رسانه» ظهور کردند.

جدول ۷.۱ فرایند دسته‌بندی مقولات و زیرمقوله‌های تم پنجم

| تم | مقوله | زیرمقوله |
|------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| تعامل خانواده با رسانه | والدگری رسانه ای | بهبود فرزند پروری، مدیریت رسانه در خانواده، برخورد کاربردی - عملی صحیح با جهان رسانه، افزایش هوش پیامدی فرزند، آشنایی با فضای سایبر، ارتباطات الکترونیکی، افزایش آگاهی رسانه ای فرزند، افزایش مهارت خواندن و نوشتن الکترونیکی، حضور پررنگ رسانه در جامعه پذیری فرزندان، شکل گیری حافظه خانوادگی |
| | واکسیناسیون رسانه ای | آموزش سواد رسانه‌ای (آموزش بیش تر معلمان، کتب درسی، آموزش بیش تر والدین)، و آثار آموزش (همکاری و همفکری دانش آموز-نهاد آموزشی، کاهش آسیب های احتمالی، همکاری و همدلی و همفکری والدین-فرزند، بهره مندی بیشتر از فضای مجازی)، استفاده از کلینیک های رسانه ای |
| | اقتصاد الکترونیکی | توسعه مشاغل خانگی، نقش آفرینی اقتصادی زنان در فضای مجازی، هزینه اینترنت در سبب 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 در الگوی فراغت رسانه ای، کاهش فراغت واقعی، تقویت منافع فردی (پیدا کردن دوستان خوب، دریافت پیشنهادهای کاری، منافع مادی، راهنمایی های علمی) |
| | تعامل دانشی با رسانه | حضور نرم افزارهای مختلف در زندگی (در حوزه های بهداشت، سلامت، آموزش، ورزش، همسر داری، فرزند پروری، آشپزی، مدیریت بدن و...)، ارتقاء آگاهی زنان، بهره مندی از زبان های متکثر برای برقراری ارتباط خانوادگی (زبان های مکتوب، دیداری و شنیداری) |

ارائه مدل مطلوب و چشم‌انداز آتی تغییرات ... (آمنه بختیاری و دیگران) ۱۷

| | | |
|--|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | تعامل ابزاری با رسانه | رویت پذیری زوایای زندگی (درهم‌آمیختگی فضاهای عمومی و خصوصی)، مستند شدن حافظه خانوادگی، خوانا و نویساشدن خانواده (بی سواد سفید/ توهم دانایی) |
|--|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

۶.۱.۷ تم ششم «همسریابی»

از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های خبرگان ۲ مقوله از قبیل «معرفی الگوهای جدید» و «ازدواج اینترنتی» ظهور کردند.

جدول ۸.۱ فرایند دسته‌بندی مقولات و زیرمقوله‌های 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 دوست یابی و همسریابی |
| | معرفی الگوهای جدید | ظهور ولتاین، و ظهور کلینیک‌های مشاوره ازدواج |

۲.۷ اهمیت و اولویت‌گذاری مقوله‌ها و تم‌های اشکال مختلف خانواده با

رویکرد ورود فناوری‌های نوین ارتباطی

از دیدگاه همه گام‌های رویکرد شهودی همان‌گونه که از نام آن پیداست، شهودی و خلاقیتی است و میزان غنای سناریو به خلاقیت مشارکت‌کنندگان بستگی دارد. لذا در این گام از خبرگان خواسته شد به رتبه بندی مقولات براساس میزان اهمیتی که در موضوع پژوهش دارند، پردازند. به بیان دیگر، هدف از رتبه بندی، تعیین مقوله‌هایی که بیش‌ترین تأثیر را بر موضوع مورد مطالعه دارند، است. لذا ابتدا از خبرگان خواسته شد، هر متخصص ۳ عامل برای هر مولفه مهم در هر تم به ترتیب اهمیت بیان کند. در مرحله بعد از خبرگان خواسته شد، از بین نتایج بدست آمده، دو عامل که از نظر آنان مهم‌ترین عوامل در تغییر سبک زندگی خانواده با رویکرد فن آوری‌های ارتباطی نوین است، را انتخاب نمایند که نتایج در جدول زیر تنظیم شده است:

جدول ۹.۱ مهم‌ترین عامل‌های موثر در تغییرات سبک زندگی خانواده با رویکرد ورود فناوری‌های نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان

| ردیف | عوامل موثر | تعداد |
|------|--------------------------------------|-------|
| ۱ | کم‌رنگ‌شدن زنانگی و مردانگی | ۴ |
| ۲ | تحکیم پیوند والد و فرزند | ۱۱ |
| ۳ | بهبود وضعیت زنان | ۶ |
| ۴ | فردگرایی جمعی | ۴ |
| ۵ | مراجعه به کلینیک‌های مشاوره و ازدواج | ۸ |
| ۶ | آموزش سواد رسانه‌ای | ۴ |
| ۷ | شکاف دیجیتالی والدین | ۴ |
| ۸ | حضور نرم افزارهای مختلف در زندگی | ۴ |
| ۹ | پدر با خلق و خوی انعطاف پذیر | ۶ |
| ۱۰ | تعامل سازنده با رسانه | ۱۲ |

۳.۷ ارائه و تحلیل سناریوهای پژوهش از دیدگاه خبرگان

با توجه به اولویت‌های داده شده توسط خبرگان به مقولات و دسته بندی آنها توسط محقق، عوامل تاثیرگذار در تغییرات سبک زندگی خانواده با ورود فناوریهای نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان «تعامل سازنده خانواده با رسانه» و «تحکیم پیوند والد-فرزند» تعیین گردید. 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 هر یک از سناریوها و شکل دهنده آینده تغییرات سبک زندگی خانواده هستند، تشکیل می‌شوند که عبارت اند از:

۱. تعامل سازنده با رسانه در مقابل تعامل دوگانه با رسانه

۲. تحکیم پیوند والد-فرزند در مقابل پدر از جایگاه بالاتر

بر اساس عوامل فوق می‌توانیم ۴ منطق سناریو تدوین نماییم:

۱. منطق سناریوی ۱: خانواده دارای تعامل سازنده با رسانه است اما پدر از جایگاه

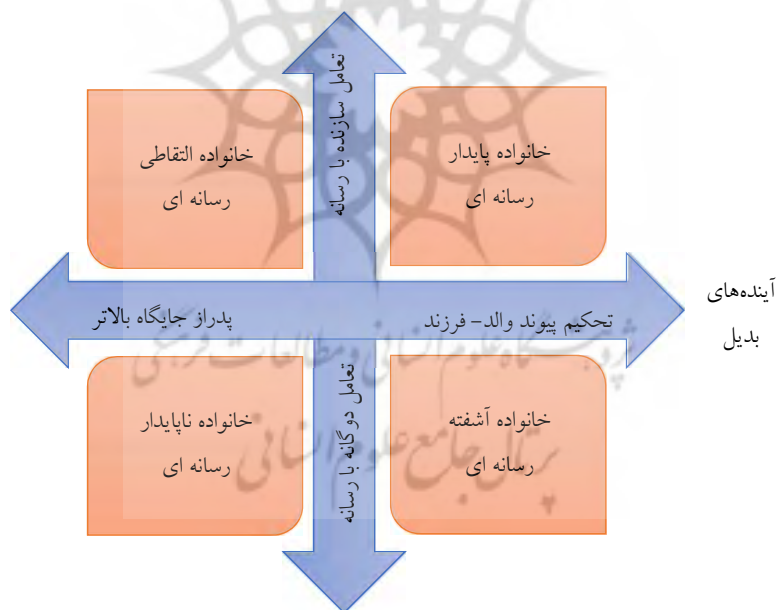
بالاتری برخوردار است.

ارائه مدل مطلوب و چشم‌انداز آتی تغییرات ... (آمنه بختیاری و دیگران) ۱۹

۲. منطق سناریوی ۲: خانواده دارای تعامل سازنده با رسانه است و تحکیم پیوند والد-فرزند نیز وجود دارد.
۳. منطق سناریوی ۳: خانواده دارای تعامل دوگانه با رسانه است اما همچنان، پدر نیز از جایگاه بالاتر برخوردار است.
۴. منطق سناریوی ۴: خانواده دارای تعامل دوگانه با رسانه است اما تحکیم پیوند والد-فرزند وجود دارد.

بر اساس ۴ منطق سناریو، ۴ سناریو به شرح زیر تنظیم گردید:

- سناریو ۱: خانواده التقاطی رسانه‌ای
- سناریو ۲: خانواده پایدار رسانه‌ای
- سناریو ۳: خانواده ناپایدار رسانه‌ای
- سناریو ۴: خانواده آشفته رسانه‌ای



شکل ۱.۱ سناریوهای پژوهش با توجه به دیدگاه خبرگان

۴.۷ تدوین ویژگی‌های مشترک سناریوها

پس از تدوین سناریوها، ویژگی‌های مشترک آنها با نظر خبرگان طی مراحل رفت و برگشت استخراج گردید که نتایج آن به شرح ذیل است:

۱. ظهور اشکال نوین خانواده: ازدواج اینترنتی، زندگی با هم باشی، "زنانه شدن" زندگی، زندگی فراجنسیتی، زندگی تک زیستی، زندگی با "روابط موازی زوجین" و ولتاین ایرانی.

۲. تعامل خانواده با رسانه: رویت پذیری زوایای زندگی (درهم آمیختگی مرز فضاهای عمومی و خصوصی)، حضور نرم افزارهای مختلف در زندگی، مستند شدن حافظه خانوادگی، خوانا و نویسا شدن خانواده، بهره مندی از زبان‌های متکثر برای برقراری ارتباط خانوادگی، شکاف دیجیتال والدین-فرزندان، مدیریت مصرف رسانه در خانواده، والدگری رسانه ای (فرزندپروری در عصر رسانه)، و واکسیناسیون رسانه ای.

۳. ساختار و مناسبات درون خانواده: روابط سلسله مراتبی در خانواده، روابط عاطفی اعضای خانواده، تعامل، گفتگو و همدلی در خانواده، گردهمایی و دورهمی های خانوادگی.

۴. روابط خانواده با جامعه: توسعه مشاغل خانگی، اجتماعی شدن در عین انزوا، نقش آفرینی اقتصادی زنان در فضای مجازی، کمک به برابری جنسیتی در استفاده از فرصت‌های فضای مجازی، ارتقاء آگاهی زنان.

۵. سبب مصرفی و فراغتی خانواده: هزینه اینترنت در سبب فرهنگی خانواده، مصرف‌گرایی خانواده، اوقات فراغت رسانه ای (خانگی شدن اوقات فراغت

ارائه مدل مطلوب و چشم‌انداز آتی تغییرات ... (آمنه بختیاری و دیگران) ۲۱

۵.۷ مورد سنجش آماری (میانگین، میانه و مد) ویژگی‌های مشترک هر سناریو

سناریو ۱: خانواده التقاطی رسانه ای

جدول ۱۰.۱ دیدگاه خبرگان نسبت به ویژگی‌های مشترک در سناریو ۱

| مؤلفه | زیرمؤلفه‌ها | مشخص‌کننده‌های مرکزی (زیرمؤلفه‌ها) | | | مشخص‌کننده‌های مرکزی (مؤلفه) | | |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------|----|------------------------------|-------|----|
| | | میانگین | میانه | مد | میانگین | میانه | مد |
| ظهور اشکال نوین خانواده | ازدواج اینترنتی | ۳.۱ | ۳.۳ | ۳ | ۲.۸ | ۳.۱ | ۲ |
| | زندگی "باهم باشی" | ۲.۱ | ۲.۴ | ۲ | | | |
| | "زنانه شدن" زندگی | ۳ | ۲.۹ | ۲ | | | |
| | زندگی "فراجنسیتی" (انسجام جنسیتی و کلیشه‌های جنسیتی) | ۲.۸ | ۲.۹ | ۲ | | | |
| | زندگی "نک زیستی" | ۳ | ۲.۵ | ۲ | | | |
| | زندگی با "روابط موازی زوجین" | ۴.۱ | ۴.۳ | ۴ | | | |
| | ولتاین ایرانی | ۳.۱ | ۳.۴ | ۳ | | | |
| تعامل خانواده با رسانه | رویت پذیری زوایای زندگی | ۳.۴ | ۳.۸ | ۳ | ۳.۳ | ۳.۵ | ۳ |
| | حضور نرم افزارهای مختلف در زندگی (در حوزه‌های بهداشت، سلامت، آموزشی، ورزش، همسرداری، فرزندپروری، و آشپزی) | ۳.۵ | ۳.۶ | ۳ | | | |
| | مستند شدن حافظه خانوادگی | ۳.۱ | ۳.۳ | ۳ | | | |
| | خوانا و نویسا شدن خانواده | ۳.۱ | ۳.۳ | ۳ | | | |
| | شکاف دیجیتال والدین-فرزندان | ۳.۸ | ۳.۸ | ۳ | | | |
| | بهره‌مندی از زبان‌های متکثر برای برقراری ارتباط خانوادگی (زبان‌های مکتوب، دیداری و شنیداری) | ۳.۵ | ۳.۷ | ۳ | | | |
| | مدیریت مصرف رسانه در خانواده | ۲.۹ | ۲.۹ | ۳ | | | |
| | والدگری رسانه‌ای (فرزندپروری در عصر رسانه) | ۲.۹ | ۳ | ۳ | | | |
| | واکسیناسیون رسانه‌ای | ۲.۸ | ۲.۹ | ۳ | | | |
| مناسبات درون خانواده | تعامل، گفتگو و همدلی در خانواده | ۲.۱ | ۲.۳ | ۲ | ۲.۸ | ۲.۹ | ۳ |
| | روابط سلسله‌مراتبی در خانواده | ۳ | ۴.۳ | ۴ | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|-----|---|-----|-----|--------------------------------------------------------|----------------------------|
| | | | ۳ | ۲.۹ | ۲.۸ | روابط عاطفی اعضای خانواده | |
| | | | ۳ | ۳.۲ | ۳ | گردهمایی و دورهمی های خانوادگی | |
| ۳ | ۳ | ۲.۹ | ۳ | ۳.۱ | ۳.۱ | اجتماعی شدن در عین انزوا(فردگرایی) | روابط خانواده و جامعه |
| | | | ۳ | ۳ | ۳ | کمک به برابری جنسیتی در استفاده از فرصت های فضای مجازی | |
| | | | ۳ | ۳ | ۳.۲ | توسعه مشاغل خانگی | |
| | | | ۳ | ۳ | ۳ | نقش آفرینی اقتصادی زنان در فضای مجازی | |
| | | | ۳ | ۳.۱ | ۳.۱ | ارتقاء آگاهی زنان | |
| ۳ | ۳ | ۲.۹ | ۳ | ۳.۹ | ۳.۷ | هزینه اینترنت در سبد فرهنگی خانواده | سبد مصرفی و فراغتی خانواده |
| | | | ۲ | ۲.۳ | ۳ | مصرف گرایی خانواده(خرید اینترنتی) | |
| | | | ۳ | ۳ | ۳.۱ | اوقات فراغت رسانه ای (خانگی شدن اوقات فراغت) | |

با توجه به دیدگاه خبرگان و نتایج آماری فوق، ویژگی های اصلی سناریوی خانواده

التقاطی عبارت است از:

ازدواج اینترنتی، زندگی با روابط موازی زوجین" و ولتاین ایرانی، رویت پذیری زوایای زندگی، حضور نرم افزارهای مختلف در زندگی (در حوزه های بهداشت، سلامت، آموزشی، ورزشی، همسرمداری، فرزندپروری و آشپزی)، مستند شدن حافظه خانوادگی، خوانا و نویسا شدن خانواده، بهره مندی از زبان های متکثر برای برقراری ارتباط خانوادگی (زبان های مکتوب، دیداری و شنیداری)، شکاف دیجیتالی والدین فرزندان، ارتقاء آگاهی زنان، توسعه مشاغل خانگی، هزینه اینترنت در سبد فرهنگی خانواده، اوقات فراغت رسانه ای.

سناریو ۲: خانواده پایدار رسانه ای

جدول ۱۱.۱ دیدگاه خبرگان نسبت به ویژگی های منتخب در سناریو ۲

| شماره | مشخص کننده های مرکزی (مولفه) | | | مشخص کننده های مرکزی (زیرمولفه ها) | | | زیرمولفه ها | توضیحات |
|-------|------------------------------|------|---------|------------------------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------|
| | مد | میان | میانگین | مد | میان | میانگین | | |
| ۴ | ۴.۱ | ۴ | ۴ | ۴ | ۴.۱ | ازدواج اینترنتی | ظهور اشکال نوین خانواده | |
| | | | ۳ | ۳.۸ | ۲.۷ | زندگی "باهم باشی" | | |
| | | | ۴ | ۴ | ۴.۱ | "زنانه شدن" زندگی | | |
| | | | ۴ | ۴.۳ | ۴.۲ | زندگی "فراجنسیتی" (انسجام جنسیتی و کلیشه های جنسیتی) | | |
| | | | ۳ | ۳.۸ | ۳ | زندگی "تک زیستی" | | |
| | | | ۴ | ۴ | ۲.۱ | زندگی با "روابط موازی زوجین" | | |
| ۴ | ۳.۸ | ۳.۷ | ۴ | ۴ | ۴.۱ | رویت پذیری زوایای زندگی | تعامل خانواده با رسانه | |
| | | | ۴ | ۴.۳ | ۴.۲ | حضور نرم افزارهای مختلف در زندگی (در حوزه های بهداشت، سلامت، آموزشی، ورزش، همسرداری، فرزندپروری، و آشپزی) | | |
| | | | ۴ | ۴.۷ | ۴.۶ | مستند شدن حافظه خانوادگی | | |
| | | | ۵ | ۴.۸ | ۴.۹ | خوانا و نویسا شدن خانواده | | |
| | | | ۴ | ۴.۲ | ۴.۱ | بهره مندی از زبان های مکتوب برای برقراری ارتباط خانوادگی (زبان های مکتوب، دیداری و شنیداری) | | |
| | | | ۲ | ۲.۲ | ۲.۱ | شکاف دیجیتال والدین-فرزندان | | |
| | | | ۳ | ۳.۲ | ۳.۱ | مدیریت مصرف رسانه در خانواده | | |
| | | | ۳ | ۳.۳ | ۳.۳ | والدگری رسانه ای (فرزندپروری در عصر رسانه) | | |
| | | | ۳ | ۳.۲ | ۳.۱ | واکسیناسیون رسانه ای | | |
| | | | ۳ | ۳ | ۳.۵ | ۴ | | ۴.۲ |
| ۳ | ۳ | ۲.۹ | | | | روابط سلسله مراتبی در خانواده | | |

| | | | | | | | |
|---|-----|-----|---|-----|-----|--------------------------------------------------------|----------------------------|
| | | | ۳ | ۳ | ۳.۹ | روابط عاطفی اعضای خانواده | |
| | | | ۳ | ۳ | ۳ | گردهمایی و دورهمی های خانوادگی | |
| ۴ | ۴.۱ | ۴.۱ | ۴ | ۴ | ۴.۱ | اجتماعی شدن در عین انزوا (فردگرایی جمعی) | روابط خانوادگی |
| | | | ۴ | ۴ | ۳.۹ | کمک به برابری جنسیتی در استفاده از فرصت های فضای مجازی | |
| | | | ۴ | ۴ | ۴.۱ | توسعه مشاغل خانگی | |
| | | | ۴ | ۴.۳ | ۴.۲ | نقش آفرینی اقتصادی زنان در فضای مجازی | |
| | | | ۴ | ۴.۲ | ۴.۱ | ارتقاء آگاهی زنان | |
| ۴ | ۴.۲ | ۴.۲ | ۴ | ۴.۶ | ۴.۵ | هزینه اینترنت در سبب فرهنگی خانواده | سبب مصرفی و فرهنگی خانواده |
| | | | ۴ | ۳.۸ | ۳.۹ | مصرف گرایی خانواده (خرید اینترنتی) | |
| | | | ۴ | ۴.۲ | ۴.۱ | اوقات فراغت رسانه ای (خانگی شدن اوقات فراغت) | |

با توجه به دیدگاه خبرگان و نتایج آماری فوق، ویژگی های اصلی سناریوی پایدار رسانه ای عبارت است از:

- ازدواج اینترنتی، زنا نه شدن زندگی، زندگی فراجنسیتی (انسجام جنسیتی و کلیشه های جنسیتی)، ولتاین ایرانی، رویت پذیری زوایای زندگی، حضور نرم افزارهای مختلف در زندگی (در حوزه های بهداشت، سلامت، آموزشی، ورزشی، همسر داری، فرزند پروری و آشپزی)، مستند شدن حافظه خانوادگی، خوانا و نویسا شدن خانواده، بهره مندی از زبان های متکثر برای برقراری ارتباط خانوادگی (زبان های مکتوب، دیداری و شنیداری)، مدیریت مصرف رسانه در خانواده، والدگری رسانه ای (فرزند پروری رسانه ای)، واکنش سبب های رسانه ای، تعامل، گفت و گو و همدلی در خانواده، روابط عاطفی اعضای خانواده، اجتماعی شدن در عین انزوا (فردگرایی)، کمک به برابری جنسیتی در استفاده از فرصت های فضای مجازی، توسعه مشاغل خانگی، نقش آفرینی اقتصادی زنان در فضای مجازی، ارتقاء آگاهی

ارائه مدل مطلوب و چشم‌انداز آتی تغییرات ... (آمنه بختیاری و دیگران) ۲۵

زنان، هزینه اینترنت در سبد فرهنگی خانواده، مصرف گرایی خانواده (خرید اینترنتی)، و اوقات فراغت رسانه ای (خانگی شدن اوقات فراغت).

سناریو ۳: خانواده ناپایدار رسانه ای

جدول ۱۲.۱ دیدگاه خبرگان نسبت به ویژگی های منتخب در سناریو ۳

| رتبه | زیرموضوع | مشخص کننده های مرکزی (مؤلفه) | | | مشخص کننده های مرکزی (زیرمؤلفه ها) | | |
|------|--------------------------|------------------------------|---------|---------|------------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | مد | میانگین | میانگین | مد | میانگین | میانگین |
| ۲ | ظهور اشکال نوین خانواده | ۳.۱ | ۲.۹ | ۳ | ۳.۳ | ۳.۱ | ازدواج اینترنتی |
| | | | | ۳ | ۳.۲ | ۳.۱ | زندگی "باهم باشی" |
| | | | | ۲ | ۲.۹ | ۲.۷ | "زنانه شدن" زندگی |
| | | | | ۲ | ۲.۹ | ۲.۸ | زندگی "فراجنسیتی" (انسجام جنسیتی و کلیشه های جنسیتی) |
| | | | | ۲ | ۲.۵ | ۲.۱ | زندگی "تک زیستی" |
| | | | | ۳ | ۳ | ۳.۹ | زندگی با "روابط موازی زوجین" |
| ۲ | تغییرات خانواده با رسانه | ۲.۸ | ۲.۷ | ۲ | ۲.۹ | ۲.۸ | ولتاین ایرانی |
| | | | | ۳ | ۳.۲ | ۳.۱ | رویت پذیری زوایای زندگی |
| | | | | ۲ | ۲.۹ | ۳.۸ | حضور نرم افزارهای مختلف در زندگی (در حوزه های بهداشت، سلامت، آموزشی، ورزش، همسرداری، فرزندپروری، و آشپزی) |
| | | | | ۳ | ۳.۲ | ۳.۱ | مستند شدن حافظه خانوادگی |
| | | | | ۳ | ۳.۶ | ۳.۵ | خوانا و نویسا شدن خانواده |
| | | | | ۳ | ۳.۷ | ۳.۵ | بهره مندی از زبان های متکثر برای برقراری ارتباط خانوادگی (زبان های مکتوب، دیداری و شنیداری) |
| | | | | ۴ | ۴.۳ | ۴.۱ | شکاف دیجیتال والدین-فرزندان |
| | | | | ۲ | ۲.۶ | ۲.۵ | مدیریت مصرف رسانه در خانواده |
| | | | | ۲ | ۲.۴ | ۲.۳ | والدگری رسانه ای (فرزندپروری در عصر رسانه) |
| | | | | ۲ | ۲.۴ | ۲.۳ | واکسیناسیون رسانه ای |

| | | | | | | | |
|---|-----|-----|---|-----|-----|--------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| ۲ | ۲.۹ | ۲.۸ | ۲ | ۲.۳ | ۲.۱ | تعامل، گفتگو و همدلی در خانواده | تأثیر و مشارکت در زندگی خانوادگی (۱) |
| | | | ۴ | ۴.۳ | ۴.۱ | روابط سلسله مراتبی در خانواده | |
| | | | ۲ | ۲.۸ | ۲.۷ | روابط عاطفی اعضای خانواده | |
| | | | ۳ | ۳ | ۳ | گردهمایی و دورهمی های خانوادگی | |
| ۲ | ۲.۶ | ۲.۵ | ۳ | ۳.۱ | ۳ | اجتماعی شدن در عین انزوا (فردگرایی جمعی) | روابط خانوادگی با توجه به نسل (۲) |
| | | | ۲ | ۲.۸ | ۲.۷ | کمک به برابری جنسیتی در استفاده از فرصت های فضای مجازی | |
| | | | ۲ | ۲.۲ | ۲.۱ | توسعه مشاغل خانگی | |
| | | | ۲ | ۲.۳ | ۲.۱ | نقش آفرینی اقتصادی زنان در فضای مجازی | |
| | | | ۲ | ۲.۶ | ۲.۵ | ارتقاء آگاهی زنان | |
| ۲ | ۲.۹ | ۲.۷ | ۳ | ۳.۹ | ۳.۷ | هزینه اینترنت در سبب فرهنگی خانواده | سبب مصرف و برقراری رسانه (۳) |
| | | | ۲ | ۱.۹ | ۱.۹ | مصرف گرایی خانواده (خرید اینترنتی) | |
| | | | ۲ | ۲.۹ | ۳.۷ | اوقات فراغت رسانه ای (خانگی شدن اوقات فراغت) | |

با توجه به دیدگاه خبرگان و نتایج آماری فوق، ویژگی های اصلی سناریوی ناپایدار رسانه ای عبارت است از:

ازدواج اینترنتی، زندگی با هم باشی، زندگی با روابط موازی، رویت پذیری زوایای زندگی، مستند شدن حافظه خانوادگی، خوانا و نویسا شدن خانواده، بهره مندی از زبان های متکثر برای برقراری ارتباط خانوادگی (زبان های مکتوب، دیداری و شنیداری)، شکاف دیجیتال والدین-فرزندان، روابط سلسله مراتبی در خانواده، هزینه اینترنت در سبب فرهنگی خانواده، اوقات فراغت رسانه ای.

سناریو ۴: خانواده آشفته رسانه ای

جدول ۱۳.۱ دیدگاه خبرگان نسبت به ویژگی های منتخب در سناریو ۴

| مؤلفه | زیرمؤلفه ها | مشخص کننده های مرکزی (زیرمؤلفه ها) | | | مشخص کننده های مرکزی (مؤلفه) | | |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------|----|------------------------------|-------|----|
| | | میانگین | میانه | مد | میانگین | میانه | مد |
| ظهور اشکال نوین خانواده | ازدواج اینترنتی | ۳.۵ | ۳.۶ | ۳ | ۳.۷ | ۳.۶ | ۳ |
| | زندگی "باهم باشی" | ۳.۱ | ۳.۲ | ۳ | | | |
| | "زنانه شدن" زندگی | ۳.۱ | ۳.۶ | ۳ | | | |
| | زندگی "فراجنسیتی" (انسجام جنسیتی و کلیشه های جنسیتی) | ۲.۵ | ۳.۶ | ۳ | | | |
| | زندگی "تک زیستی" | ۳.۷ | ۳.۸ | ۳ | | | |
| | زندگی با "روابط موازی زوجین" | ۳.۵ | ۳.۶ | ۳ | | | |
| | ولتاین ایرانی | ۴.۱ | ۴.۲ | ۴ | | | |
| تعامل خانواده با رسانه | رویت پذیری زوایای زندگی | ۲.۸ | ۲.۹ | ۲ | ۲.۷ | ۲.۸ | ۲ |
| | حضور نرم افزارهای مختلف در زندگی (در حوزه های بهداشت، سلامت، آموزشی، ورزش، همسراری، فرزندپروری، و آشپزی) | ۳.۷ | ۲.۸ | ۲ | | | |
| | مستند شدن حافظه خانوادگی | ۳.۵ | ۳.۶ | ۳ | | | |
| | خوانا و نویسا شدن خانواده | ۳.۱ | ۳.۲ | ۳ | | | |
| | بهره مندی از زبان های متکثر برای برقراری ارتباط خانوادگی (زبان های مکتوب، دیداری و شنیداری) | ۲.۸ | ۲.۹ | ۲ | | | |
| | شکاف دیجیتال والدین-فرزندان | ۳.۹ | ۳.۸ | ۳ | | | |
| | مدیریت مصرف رسانه در خانواده | ۲.۱ | ۳ | ۳ | | | |
| | والدگری رسانه ای (فرزندپروری در عصر رسانه) | ۲.۸ | ۲.۹ | ۲ | | | |
| | واکسیناسیون رسانه ای | ۲.۹ | ۲.۸ | ۲ | | | |
| ساختار و مناسبات درون خانواده | تعامل، گفتگو و همدلی در خانواده | ۲.۹ | ۳ | ۳ | ۳.۱ | ۳.۱ | ۳ |
| | روابط سلسله مراتبی در خانواده | ۳.۱ | ۳.۲ | ۳ | | | |
| | روابط عاطفی اعضای خانواده | ۲.۷ | ۲.۸ | ۲ | | | |
| | گردهمایی و دورهمی های خانوادگی | ۳.۱ | ۳.۲ | ۳ | | | |

| | | | | | | | |
|---|-----|-----|---|-----|-----|--------------------------------------------------------|--------------------------|
| ۳ | ۳.۲ | ۳.۱ | ۳ | ۳.۵ | ۳.۴ | اجتماعی شدن در عین انزوا (فردگرایی) | روابط خانواده با جامعه |
| | | | ۳ | ۳.۲ | ۲.۱ | کمک به برابری جنسیتی در استفاده از فرصت های فضای مجازی | |
| | | | ۳ | ۳.۲ | ۳ | توسعه مشاغل خانگی | |
| | | | ۲ | ۲.۹ | ۲.۸ | نقش آفرینی اقتصادی زنان در فضای مجازی | |
| | | | ۳ | ۳ | ۲.۹ | ارتقاء آگاهی زنان | |
| ۳ | ۳.۳ | ۳.۳ | ۴ | ۴ | ۴.۱ | هزینه اینترنت در سبب فرهنگی خانواده | رابطه اینترنت با خانواده |
| | | | ۳ | ۳ | ۲.۹ | مصرف گرایی خانواده (خرید اینترنتی) | |
| | | | ۳ | ۳ | ۳.۹ | اوقات فراغت رسانه ای (خانگی شدن اوقات فراغت) | |

با توجه به دیدگاه خبرگان و نتایج آماری فوق، ویژگی های اصلی سناریوی آشفته رسانه ای عبارت است از:

ازدواج اینترنتی، زندگی با هم باشی، زنانه شدن زندگی، زندگی تک زیستی، زندگی با روابط موازی زوجین، ولنتاین ایرانی، حضور نرم افزارهای مختلف در زندگی، مستند شدن حافظه خانوادگی، خوانا و نویسا شدن خانواده، شکاف دیجیتال والدین-فرزندان، روابط سلسله مراتبی در خانواده، گردهمایی و دورهمی های خانوادگی، اجتماعی شدن در عین انزوا (فردگرایی)، توسعه مشاغل خانگی، هزینه اینترنت در سبب فرهنگی خانواده، اوقات فراغت رسانه ای.

۶.۷ سبک‌های مختلف خانواده با رویکرد ورود فناوری‌های نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان

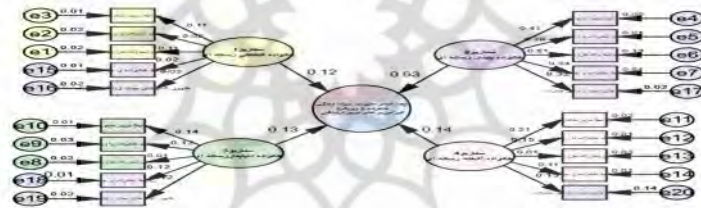
برای پاسخ گویی به این سوال تحقیق، پژوهش گر با بهره گیری از مدل ساختاری ابتدا شاخص نیکویی برازش مدل مورد بررسی قرار گرفت، سپس ضرایب بتای سناریوها و ویژگی های آن مورد بررسی قرار گرفت که نتایج در جداول زیر آورده شده است:

ارائه مدل مطلوب و چشم‌انداز آتی تغییرات ... (آمنه بختیاری و دیگران) ۲۹

جدول ۱۴.۱ نتایج شاخص‌های نیکویی برازش مدل ساختاری

| GFI | NFI | RMSEA | P. value | CMIN/df | Df | CMIN (χ^2) |
|-------|-------|-------|----------|---------|----|-------------------|
| ۰.۹۱۱ | ۰.۹۴۳ | ۰.۰۵۳ | 0.000 | ۲.۹۹ | ۶۶ | ۱۹۷.۳۴۳ |

با توجه به اینکه مقدار نسبت کای اسکوئر بر درجه آزادی (CMIN/df) کمتر از ۳، RMSE کوچکتر از ۰.۰۸ و شاخص برازش نرم (NFI) و شاخص نیکویی برازش (GFI) بزرگ‌تر از ۰.۹ است. می‌توان نتیجه گرفت که مدل اندازه‌گیری از برازش مناسبی برخوردار است. منظور از برازش، عملیات تطبیق مقوله‌ها و تم‌ها با واقعیت‌ها (قابل قبول بودن مدل‌های نظری در جامعه مورد مطالعه با استفاده از داده‌ها) است که بعد از شناسایی مولفه‌ها و شاخص‌ها توسط نرم افزار لیزرل انجام می‌شود و در نهایت به یک مدل منتهی می‌شود.



شکل ۱.۲ مدل اندازه‌گیری برازش سناریوها از دیدگاه خبرگان

با استفاده از مدل ساختاری، این روابط مورد بررسی قرار گرفت و نتایج نشان داده است، از آنجا که در سناریو ۲ (خانواده پایدار رسانه‌ی) $0.63 =$ در سطح معنی‌داری ۱٪ نسبت به سناریوهای دیگر بیشتر بوده است، از این رو می‌توان نتیجه‌گیری کرد که از دیدگاه خبرگان سناریو ۲ و ویژگی‌های آن نسبت به دیگر سناریوها مناسب‌تر بوده و از سطح مطلوبی از برازش برخوردار است. زیرا ضرایب بتا در سناریو ۱، $0.11 =$ در سناریو ۳، $0.14 =$ ، در سناریو ۴ $0.14 =$ بوده است.

۸. بحث و نتیجه‌گیری

سبک‌های خانواده (سناریوهای پژوهش) با رویکرد ورود فناوریهای نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان با بهره‌گیری از معادلات آماری مورد بررسی قرار گرفت، نتایج نشان داد، دیدگاه خبرگان در رابطه با چشم‌انداز آتی تغییرات در سبک زندگی خانواده با رویکرد ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی با سناریو ۲ (خانواده پایدار رسانه‌ای) و ویژگی‌های آن هم‌خوانی داشته و مناسب‌تر بوده است.

با توجه به دیدگاه خبرگان، زندگی در فضای سایبری امری "اجتناب‌ناپذیر" است. 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 حضور والدین و مشارکت آنان نیز ضروری است. در این سبک از زندگی، نوعی رویکرد واقع‌بینانه و دیدگاه "مصونیت بخشی و توانمندسازی" خانواده‌ها و فرزندان که با هدایت و مدیریت هوشمندانه همراه با واکسیناسیون رسانه‌ای است، مطرح شده است.

در این سبک زندگی، ویژگی‌هایی از قبیل تعامل سازنده با رسانه‌های اینترنتی، شبکه‌های مجازی و استفاده از موبایل به صورت تعامل ابزاری با رسانه یعنی رویت‌پذیری زوایای زندگی، مستند شدن حافظه خانوادگی، خوانا و نویسا شدن خانواده و تعامل دانشی با رسانه یعنی حضور نرم افزارهای مختلف در زندگی (در حوزه‌های بهداشت، سلامت، آموزشی، ورزشی، همسرداری، فرزندپروری و آشپزی)، بهره‌مندی از زبان‌های متکثر برای برقراری ارتباط خانوادگی (زبان‌های مکتوب، دیداری و شنیداری) همراه است، مشاهده می‌گردد. بنابراین در این تعامل، تحکیم پیوند والد-فرزند، والدین با خلق و خوی انعطاف‌پذیر، واکسیناسیون رسانه‌ای، بهبود وضعیت زنان و ارتقاء آگاهی آنان با بهره‌گیری از این فضا، در نظر گرفته شده است.

در ضمن 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 مصونیت بخشی و توانمندسازی در خانواده رسانه‌ای ایجاد می‌گردد. توانمندسازی خانواده در نحوه استفاده فرزندانشان 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 تامل 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 تاکید و تمرکز بر مهارت‌های سواد رسانه‌ای و والدگری رسانه‌ای به شیوه‌های 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.

آنچه در نتایج این مطالعه می‌تواند مورد توجه قرار گیرد، تحت‌الشعاع قرارگرفتن 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 هم چون ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی است. به روایت آنتونی گیدنز، هویت انسان معاصر خصلت «بازاندیشانه یا بازتابی» دارد. بازتابندگی هویت به معنای سیال بودن هویت و تغییر آن در نتیجه تغییر شرایط فرهنگی و اجتماعی و ظهور دانش‌ها، دانستنی‌ها 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 - اسلامی در معرض دیجیتالی شدن قرار می‌گیرد. 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 چشم انداز آتی تغییرات در سبک زندگی خانواده در مواجهه با ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی را در خانواده پایدار رسانه‌ای (سناریو ۲) می‌بینند؛ و معتقدند، این فرایند را باید «دیجیتالی شدن خانواده» نامید، هر چند در مسیر دیجیتالی 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 دیجیتالی شدن در خانواده و ایجاد و شکل‌گیری انواع سبک‌های زندگی منبث از آن است. به عبارتی یکی از مفاهیم محوری در اندیشه گیدنز، «بازاندیشی» است. به نظر او در نظم‌پساستی، 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).

از سوی دیگر، چگونگی بازشناسی و مفهوم‌سازی 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. بوردیو نیز در مفهوم‌سازی از عادات 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.

خبرگان و متخصصان معتقدند، ظهور فناوری‌های ارتباطی نوین در جامعه امروزی منجر به تغییر در تعاملات، روابط، مناسبات و هزینه مصرفی و فراغتی خانواده می‌شود. تاثیر

این روند را در سناریوی مطلوب خبرگان نیز ملاحظه می‌کنیم. بر این اساس، جهت استدلال علمی این تاثیرات می‌توانیم به دیدگاه رایینی و ولمن اشاره کنیم (رایینی و ولمن ۲۰۰۳). معتقدند، با ظهور فناوریهای ارتباطی نوین در جامعه امروزی، تعاملات انسان‌ها با یکدیگر دچار یک تغییر پارادایمی اساسی شده است؛ در واقع آنان به نقش ویژه فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی در این تحولات نظر داشته است. از نظر آنان در جامعه شبکه‌ای مرزها نفوذپذیرتر است، کنش متقابل با دیگران بصورت متفاوتی انجام می‌گیرد، افراد در شبکه‌های چندگانه و متعددی در رفت و آمد هستند و روابط انسان‌ها در خانه، محل کار و اجتماع از ساختار سلسله‌مراتبی و مرزبندی شده گروهی با «بافت متراکم (Densely-kni)» به شبکه‌های اجتماعی با «بافت پراکنده (Sparsely knit)» تغییر یافته است. همچنین ارتباط با ورای همسایگی‌ها، تغییر روابط بین اعضای خانواده، تنیده شدن عرصه خانه و محل کار در هم، امکان تولید محتوا برای همه افراد، مشارکتی شدن شکل رسانه‌ها، در دسترس پذیری راحت اطلاعات و... از تأثیرات فردگرایی شبکه‌ای است. همچنین آنان معتقدند، که فناوری جدید اثر منفی بر خانواده هسته‌ای ندارد؛ اما نقش هر یک از اعضا را پررنگ‌تر می‌کند. مدل چنین خانواده‌ای نمی‌تواند پدرسالارانه یا مادرسالارانه و طولی باشد، بلکه هرچه بیشتر به سوی الگوی مشارکتی حرکت می‌کند. در جامعه شبکه‌ای، خانواده‌ها در حال تبدیل شدن به یک شبکه هستند. هر یک از اعضای خانواده می‌تواند شبکه ارتباطی خود را داشته باشد. در نتیجه، می‌تواند در روابط درون خانوادگی و برون خانوادگی تغییراتی ایجاد کند و در این میان پروژه اینترنت نقشی فعال دارد (رایینی و ولمن، ۲۰۱۲).

در سناریوی مطلوب خبرگان، ظهور فناوریهای نوین ارتباطی، تحولی بنیادین در الگوی زندگی خانوادگی ایجاد خواهد کرد. این تحولات بنیادین در خانواده معاصر ایرانی می‌تواند منجر به ظهور فردگرایی، تغییر گردهمایی خانواده‌ها از صورت دایره‌وار به صورت خطی، متمایز شدن و استفاده و بهره‌مندی فردی هر یک از اعضای خانواده از محتوای شبکه‌های اجتماعی، زوال اقتدار سنتی در خانواده ایرانی، تغییر در الگوهای همسریابی و ساختار خانواده ایرانی، ظهور الگوهای جدید زندگی در زمینه اوقات فراغت (اوقات فراغت رسانه‌ای)، مصرف‌گرایی خانواده (خرید اینترنتی) و تغییر سبب فرهنگی خانواده به سوی فضای مجازی و... گردد. که با مدیریت کارآمد رسانه‌ای می‌توان بر آسیب‌های آن تا حدودی غلبه کرد.

هم‌چنین در سناریوی مطلوب، بر نقش فناوریهای دیجیتالی در ارتقاء آگاهی زنان و کمک به برابری جنسیتی در استفاده از فرصت‌های فضای مجازی اشاره شده است که براساس نظریه سایبر فمینیسم می‌توان اینگونه استدلال کرد که تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، زنان را دیگر تجسم یافته از پدرسالاری که به آن گره خورده بودند، ندانسته، بلکه برای آنان هویتی مستقل در برابر هویت پدرسالارانه پذیرفته است. لذا در این فضا زنان به مالکیت مجدد فردیت خود با کاهش احساس زندانی هویت جنسی خود شدن، دست یافته و با گزینش آگاهانه‌تر، آزاد هستند تا خود را با روشهای غیرقابل تصور در قلمرو فیزیکی معرفی و در فضایی نسبتاً امن و سازنده و بدون محدودیت، بیازمایند و قدرت را تجربه کنند (صراف، ۱۳۸۵).

بنابر تئوری گروه‌های خاموش آردنر نیز، رسانه‌های نوین ارتباطی به ویژه اینترنت، تقریباً توانسته اند نابرابری‌ها را به چالش کشیده و فضایی را به وجود آورند که گروه‌های خاموش (زنان) نیز بتوانند به گفتمان رسانه‌ای دسترسی داشته باشند (منتظر قائم، تاتار، ۱۳۸۴). به عبارتی طبق تئوری پیشروی آرام آصف بیات، زنان به دنبال توزیع مجدد امکانات و فرصت‌ها و کسب استقلال هستند. رفتارها و فعالیت‌های ارتباطی زنان در فضای مجازی صرفاً محدود به حفظ وضعیت موجود و بازتولید زندگی روزمره نیست؛ بلکه استراتژی‌های آنان از این محدوده فراتر رفته تا وضعیت موجود خود را بهبود ببخشند. به عبارتی شکل‌گیری ساختار فرصت‌ها؛ منجر به نقش فعالانه زنان در شبکه‌های اجتماعی شده تا در این راستا بتوانند به معناسازی و هویت بخشی دست پیدا کنند (بیات، ۱۳۷۹). البته چنانچه این حضور با آگاهی و بینش درست همراه نباشد ممکن است منجر به گسست زنان از خانواده و گرایش آنان به زندگی تک‌زیستی، زنانه‌شدن خانواده، ... بشود. به طوری که نتایج سناریوهای خانواده تقاطی و آشفته رسانه‌ای نیز بیان‌گر شکل‌گیری انواع سبک‌های نوین زندگی در خانواده شده است.

این مدل بر توسعه مشاغل خانگی و اقتصاد الکترونیکی نیز اشاره دارد که در این خصوص می‌توانیم به دیدگاه آلون تافلر و طرح دیدگاه کلبه الکترونیکی او اشاره کنیم؛ تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، بر ساختار جوامع و فرهنگ‌ها تاثیر گذاشته و نوع و ماهیت مشاغل در جامعه را دچار تغییر و تحول نموده است. به گونه‌ای که نگرش، بینش، اندیشه و شیوه‌های کسب درآمد در جامعه به سمت مشاغل اقتصادی نوین در فضای مجازی

سوق داده شده است. هم چنین، حضور تکنولوژی های نوین در خانه و به دنبال آن، کار در خانه؛ فرصت هایی را جهت اشتغال اعضای خانواده فراهم کرده است (سرای، ۱۳۸۵) که در سناریوی مطلوب خبرگان لحاظ شده است.

با توجه به مبانی نظری در رابطه با سبک زندگی خانواده ها و فن آوری های نوین ارتباطی، می توان به نظریه الیهون کاتز و همکارانش نیز اشاره کرد. آنان نظریه «استفاده و خشنودی» را پایه گذاری کرده اند و از این طریق، عاملیت مخاطب یا کاربر را در استفاده از فناوری های ارتباطی برای رفع نیازهای برجسته نموده اند. تمرکز این نظریه بر کاربر فعال و گزینش گر است که آگاهانه برای رفع نیازهای اجتماعی و روانی خود به سراغ رسانه ها می رود (مهدی زاده، ۱۳۸۹).

۱۸ پیشنهاد کاربردی

از آن جا که خبرگان در چشم‌انداز آتی تغییرات در سبک زندگی خانواده با رویکرد ورود فناوری های نوین ارتباطی، بر سناریو ۲ تأکید کرده اند و این سناریو ترکیبی از سبک زندگی مدرن و تعامل سازنده خانواده با رسانه ها می باشد، از این رو پیشنهاد می گردد که به منظور تقویت تعامل سازنده خانواده با رسانه ها، پیشنهاد می شود، مراکزی همانند شهرداری ها و پژوهشگاه های علمی-پژوهشی که مسئولیت آموزش شهروندان در شهر تهران را برعهده دارند، در محتوای آموزشی خود به موارد زیر توجه کنند:

- در آموزش به شهروندان به محتوای فضای سایبر از نظر هنجارهای فرهنگی و اخلاق جهانی توجه گردد.
- در آموزش به شهروندان، آثار مثبت و منفی گفتگوی های الکترونیکی در خانواده به صورت تصویری (فیلم، تبلیغات، پوستر، تابلو و...) ارائه گردد.
- در محتوا و مواد آموزشی، شکل گیری حافظه خانوادگی (ثبت رخدادهای خانواده و ارسال آن به محیط فضای مجازی (خانواده مستند شده)) و آثار مثبت و منفی آن برای خانواده و اعضای خانواده مورد توجه قرار گیرد.
- در محتوا و مواد آموزشی به اهمیت آشنایی خانواده و اعضای آن با ارتباطات الکترونیکی در رابطه با چگونگی دستیابی خانواده به دانش های روز، یافته های علمی، بهداشت و سلامت و شیوه همسرمداری مناسب تأکید گردد.

- در محتوا و مواد آموزشی، باید به خانواده‌ها در خصوص اهمیت افزایش هوش پیامدی فرزند در زمینه چگونه اندیشیدن صحیح به واکنش‌های یک کنش به ویژه در فضای مجازی توصیه‌هایی ارائه شود.

از سوی دیگر، از آنجا که شیوه والدگری در خانواده ایرانی حائز اهمیت است، از این رو پیشنهاد می‌گردد، کارشناسان و متخصصان در محیط‌های عمومی مانند سرای محله‌ها و فرهنگ‌سراها و محیط‌های آموزشی مانند مدارس و دانشگاه‌ها و مهدکودک‌ها، کارگاه‌های آموزشی را برای خانواده‌ها و والدین و دانش آموزان و دانشجویان برگزار کنند و در این دوره‌ها مواد آموزشی زیر مدنظر قرار گیرد:

- آشنایی والدین، خانواده‌ها و دانشجویان به روان‌شناسی کودک به ویژه در زمینه خواست‌ها، نیازها، فرصت‌ها و روحیات کودکان

- باز تعریف والدگری با توجه به عصر ارتباطات مجازی در زمینه توجه به فرزند و اصلاح عملکرد والدین، افزایش سطح آگاهی والدین نسبت به چگونگی و کنترل مناسب در استفاده از رسانه‌های مجازی

- افزایش سطح آگاهی رسانه‌ای والدین، فرزندان و دانش آموزان و دانشجویان در زمینه قدرت مدیریت، انتخاب گری و تشخیص محتواهای مناسب ارائه شده از سوی رسانه‌های مجازی

- از آنجا که در سناریو ۲ به تحکیم پیوند بین والد و فرزند تأکید شده است، از این رو پیشنهاد می‌گردد، آموزش‌هایی به صورت رسمی (مراکز آموزشی و دانشگاهی) و غیررسمی (فرهنگ‌سراها، سرای محله، رادیو و تلویزیون) برای والدین و فرزندان صورت گیرد و در این آموزش‌ها به موارد زیر توجه گردد:

- آشنایی والدین به درک و چگونگی تمرکز بر موفقیت‌های فرزندان

- آموزش به والدین و فرزند در رابطه با چگونگی ایجاد گفت‌وگو مشترک بین آنان و تحکیم روابط عاطفی بین آنان آموزش به والدین و فرزند به چگونگی بازتولید روابط عاطفی بین آنان 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

- آموزش به والدین در رابطه با چگونگی پرورش کودک در زمینه موقعیت‌های مناسب برای رشد عاطفی، جسمی و اخلاقی آنان
- آموزش به والدین و فرزند 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، پرکردن تنهایی فرزند، ایجاد خود کنترلی در مصرف و تدوین برنامه از سوی فرزند)
- آموزش به والدین به منظور افزایش بینش رسانه‌ای والدین در زمینه اهمیت سازگاری کودک با جهان رسانه‌ای، نقش والدین و فرزند مبتنی بر گردش اطلاعات در رسانه‌ها و بازشناسی جهان رسانه‌ای
- آموزش به والدین به منظور، مسلح شدن آنان نسبت به سواد رسانه‌ای در زمینه شناخت فضای مجازی، ارتقاء سواد دیجیتال و سواد رسانه‌ای
- از آنجا یکی از رویکردهای سناریو ۲ (خانواده رسانه‌ای)، واکنش‌های رسانه‌ای است، از این رو به منظور دستیابی به این امر موارد زیر پیشنهاد می‌گردد:
- آموزش معلمان در زمینه سواد رسانه‌ای به ویژه در مقاطع پیش دبستانی و ابتدایی
- اختصاص یک مواد درسی در زمینه سواد رسانه‌ای در مقاطع تحصیلی
- آموزش والدین در زمینه چگونگی همراهی رسانه با خانواده
- آموزش والدین در زمینه تقویت رابطه والد-فرزند در زمینه چگونگی ایجاد گفت‌وگوی صمیمانه، رفاقت با فرزند و مهارت گوش دادن و همدلی کردن
- برجسته کردن آثار آموزش در زمینه همکاری و همفکری دانش‌آموز با نهاد آموزشی از طریق مراکز آموزش رسمی و غیررسمی، گامی در جهت کاهش آسیب‌های احتمالی و افزایش همفکری و همدلی و همکاری فرزند-والدین و بهره‌مندی بیشتر و سودمند از فضای مجازی می‌گردد.

کتاب‌نامه

امامی، پدram، (۱۳۹۰)، جایگاه انسان در جامعه، تهران، انتشارات فردا.

- بیات، آصف (۱۳۷۹) سیاست‌های خیابانی جنبش تهیدستان در ایران، مترجم: اسدالله نبوی، تهران: شیرازه.
- پرهام، محمدرضا (۱۳۹۳)، عوامل مؤثر بر انسجام خانواده با تأکید بر شبکه‌های مجازی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد، واحد گرمسار.
- خواجه نوری، بیژن، بهمنی، لیلا، دلاوری، مریم السادات (۱۳۹۵). «بررسی تأثیر وسایل ارتباطی. ساروخانی، باقر، (۱۳۷۵)، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی خانواده، تهران: سروش.
- سرای، حسن، (۱۳۸۵)، «تداوم و تغییر خانواده در جریان گذار جمعیتی ایران»، نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران، سال یکم، شماره ۲.
- صراف، سها، (۱۳۸۵)، جامعه‌اطلاعاتی و جنسیت، ماهنامه زمانه، شماره ۴۸.
- صیادی، پری، عطایی، پری (۱۳۹۶)، تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر استفاده از اینترنت بر روابط افراد در خانواده (مطالعه موردی: شهر تهران)، فصلنامه علوم اجتماعی سال یازدهم، شماره دوم، پیاپی (۳۷).
- فاضلی، محمد، (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، چاپ یکم، تهران: صبح صادق.
- فتحی، سروش، مختارپور، مهدی (۱۳۹۳)، بررسی نقش و تأثیر رسانه‌های نوین تصویری در تغییر سبک زندگی (مطالعه موردی: دانشگاه علوم و تحقیقات تهران)، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، دوره ۶، شماره ۲.
- گیدنز، آنتونی (۲۰۰۶)، مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- منتظر قائم، مهدی، عبدالعزیز، تاتار (۱۳۸۴)، اینترنت، سرمایه اجتماعی و گروه‌های خاموش، مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۴، دوره ۱، ۲۲۳-۲۴۵.

- Amer, M., Daim, T. U., & Jetter, A. (2013). A review of scenario planning. *Futures*, 46, 23-40
- Gudbjorg Linda Rafnsdottir and Ólöf Júlíusdóttir (2018), Reproducing gender roles through virtual work: The case of senior management in *International Journal of Media and Cultural Politics* 14(1):77-94
- Huss, W. R. (1988). A move toward scenario analysis. *International Journal of Forecasting*, 4(3), 377-388
- Ritzer, George (2001) *The Modern Las Vegas Casino-Hotel: The Paradigmatid New Means of Consumption, Management*, Vol. 4, No. 3, pp. 83-99.
- Wright, G., Bradfield, R., & Cairns, G. (2013). Does the intuitive logics method—and its recent enhancements—produce “effective” scenarios? *Technological Forecasting and Social Change*, 80(4), 631-642