

*Bi-quarterly scientific journal of Religion & Communication, Vol.28, No.1, (Serial 59),
Spring & Summer 2021*

**Scenarios of change in Iranian family lifestyle with emphasis on
mapping new communication technologies from the perspective of
experts**

Bahareh Nasiri *

Received: 2020/12/12

Accepted: 2021/02/28

Abstract

The family as one of the social institutions in terms of lifestyle and its consequences, has undergone many changes throughout history and in different societies. The rapid growth of new communication and information technologies and the expansion of its spheres of influence in all aspects of human life, including the field of family, has brought about dramatic changes and developments. The lifestyle of Iranians, meaning the way of life and their way of life, has also undergone changes with the introduction of new communication and media technologies in some areas. Consequently, it has created a fundamental change in the meaning, concept and lifestyles of the family. Because of technological changes, the traditional structure of the Iranian family in a variety of patterns of marriage, relationships between spouses, parents' relationships with children and parenting practices, relationships between two generations, new economic jobs in the family, leisure, gender ideas, etc. have been affected. Accordingly, ignoring the importance of technological and cultural changes in society and the resulting lifestyles, It may lead to missed opportunities and unpredictability of threats. The following article is the result of a future research .In it, the identification of key components and main themes of scenarios of change in the lifestyle of the Iranian family with emphasis on the mapping of new communication technologies from the perspective of experts in Iran, using in-depth interviews and questionnaires and with the help of NVIVO software has been determined. Scenario making is done using an intuitive approach, and the titles of the scenarios are drawn and the family coordinates in each are discussed. From the experts' point of view, 4 scenarios: eclectic media family, stable media family, unstable media family and chaotic media family were developed and the main features of each scenario were presented.

Keywords: lifestyle, family, new communication technologies, family scenarios

* Assistant Professor and Faculty Member, Department of Women Studies, Institute of Humanities and Cultural Studies.
Bn.nasiri@gmail.com

سناریوهای تغییر در سبک زندگی خانواده ایرانی با تأکید بر نقش آفرینی

فناوری‌های نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان

بهاره نصیری*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۱۰

چکیده

خانواده به‌عنوان یکی از نهادهای اجتماعی به‌لحاظ سبک زندگی و پیامدهای ناشی از آن در طول تاریخ و در جوامع مختلف، دستخوش تحولات زیادی شده است. رشد سریع فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و گسترش حوزه‌های اثرگذاری آن در همه شئون زندگی انسان، ازجمله در حوزه خانواده، تغییر و تحولات شگرفی را پدید آورده است. سبک زندگی ایرانیان به معنای چگونگی جریان حیات و شیوه زندگی آنان نیز با ورود فناوری‌های نوین ارتباطی و رسانه‌ای در برخی حوزه‌ها دستخوش تحولاتی شده است و به‌تبع آن تحولی اساسی در معنا، مفهوم و سبک‌های زندگی خانواده ایجاد کرده است. از آنجایی که تغییر و تحولات فناورانه، ساختار سنتی خانواده ایرانی را در انواع الگوهای همسرگزینی، روابط بین همسران، روابط والدین با فرزندان و شیوه‌های فرزندپروری، روابط بین دو نسل، مشاغل اقتصادی نوین در خانواده، اوقات فراغت، انگاره‌های جنسیتی و ... متأثر نموده است؛ براین اساس نادیده انگاشتن اهمیت تغییرات تکنولوژیکی، فرهنگی در جامعه و سبک‌های زندگی منبعث از آن، ممکن است منجر به دست رفتن فرصت‌ها و پیش‌بینی‌ناپذیری تهدیدها شود. مقاله پیش‌رو حاصل یک تحقیق آینده‌پژوهانه است که در آن شناسایی مؤلفه‌های کلیدی و مضامین اصلی سناریوهای تغییر در سبک زندگی خانواده ایرانی با تأکید بر نقش آفرینی فناوری‌های نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان در ایران، با روش مصاحبه‌های عمیق و تکمیل پرسشنامه و به کمک نرم‌افزار ان وی و (NVIVO) تعیین شده و سناریوسازی با استفاده از رویکرد شهودی انجام شده و عناوین سناریوها ترسیم و مختصات خانواده در هر یک بحث و بررسی شده است. از دیدگاه خبرگان، ۴ سناریو: خانواده التقاطی رسانه‌ای، خانواده پایدار رسانه‌ای، خانواده ناپایدار رسانه‌ای و خانواده آشفته رسانه‌ای تدوین و ویژگی‌های اصلی هر سناریو ارائه گردید.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، خانواده، فناوری‌های نوین ارتباطی، سناریوهای خانواده.

* استادیار و عضو هیئت علمی گروه مطالعات زنان پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

مقدمه

رشد سریع فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و گسترش حوزه‌های اثرگذاری آن در همه شئون زندگی انسان، تغییر و تحولات شگرفی را پدید آورده است. 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. این نوع سبک زندگی، سبک اجتماعی نوینی است که فقط در متن تغییرات فرهنگی و تکنولوژیکی مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد. در این معنا سبک زندگی راهی است برای تعریف ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای (هویت) افراد که اهمیت آن برای تحلیل‌های اجتماعی روزبه‌روز افزایش می‌یابد. سبک زندگی بر ماهیت و محتوای خاص تعاملات و کنش‌های اشخاص در هر جامعه دلالت دارد و بیان‌کننده غرض‌ها، نیت‌ها، معانی و تفسیرهای فرد در جریان کار و زندگی روزانه است و عملکردهایی که در نوع‌گزینش، نوع زندگی، نحوه ارتباطات، برخورد و روابط میان فردی، امرارمعاش و غیره حاصل می‌کند را متبلور می‌نماید. این مفهوم پایه و اساس فهم وضعیت فرهنگی موجود و تحولات پیش‌رو در حوزه فرهنگ و تکنولوژی تلقی می‌شود و نشان می‌دهد که در بطن ارزش‌های موجود در یک خرده‌نظام فرهنگی چه می‌گذرد. درواقع با به‌کارگیری مفهوم سبک زندگی و تعمق در آن، می‌توان از هنجارهای پنهان در ذهن‌ها، باورها و رفتارهای مردم یک جامعه، نتیجه‌ای به‌دست آورد و از سوگیری و الگوهای موجود یا در حال شکل‌گیری تفسیر واقع‌بینانه‌ای ارائه کرد (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱، ص. ۴۵). بنابراین می‌توان اذعان داشت که امروزه بیش از هر چیز، این روابط خانوادگی است که در بحران فرهنگی ناشی از ژرفای تغییرات بی‌وقفه اجتماعی و تکنولوژیکی جامعه، مسئله‌آفرین شده است. خانواده ترکیبی از نقش‌هایی است که به‌شدت به یکدیگر وابسته و در تعامل با یکدیگرند؛ اما جریان ارتباطات و موج عظیم اطلاعاتی، تغییراتی در تعاملات و روابط افراد با یکدیگر به‌وجود می‌آورد و این امر موجب تفاوت در سبک زندگی و نگرش‌های آن‌ها در خانواده می‌شود. بدین ترتیب

پدیده‌ای که خود در جریان تغییرات و دگرگونی‌های اجتماعی شکل گرفته است، جامعه و خانواده را نیز دچار دگرگونی می‌کند.

دیوید ریزمن در کتاب خود به نام «انبوه تنها» سیر تحول جوامع و دگرگونی‌های آن‌ها را ناشی از تحول ارتباطات و وسایل ارتباطی می‌داند؛ به عبارت دیگر این ابزارها به تدریج فضای روانی و محیطی گفتگو را در یک ارتباط بین فردی دچار اختلال کرده و اعضای خانواده به جای همگرایی به واگرایی روی می‌آورند؛ تاجایی که فضای خانواده تبدیل به یک فضای فیزیکی مشترک شده که تعامل در آن ضعیف می‌شود (رابرتسون، ۲۰۰۴، ص. ۱۳۱). صاحب‌نظران همیشه به دگرگونی‌های نهاد خانواده - به عنوان کوچکترین واحد بنیادی جامعه - توجه داشته‌اند، زیرا تغییرات نهاد خانواده در دیگر نهادهای اجتماعی تأثیر می‌گذارد (احمدی، ۱۳۹۱، ص. ۸۲). نهاد خانواده در ایران، در معرض توأمان سنت‌گرایی و مدرنیسم قرار گرفته و دو فرآیند، آن را تحت فشار و تأثیر قرار داده‌اند. مدرنیسم از طریق تغییرات و تحولات اجتماعی و فرهنگی هدایت شده و جهانی‌شدن (ارادی و غیرارادی) به سرعت و جدیت در ساختار و مسائل خانواده ایرانی تأثیر گذاشته است و از سوی دیگر، فرهنگ و سنت‌های بومی و دینی (مثل هنجارها، سنت‌ها، میراث فرهنگی، مذهب، نظام اخلاقی و ...) به شدت در ارکان خانواده تأثیرگذارند (حاجیان، ۱۳۸۹، ص. ۲۴۷). برای شناسایی تغییرات در خانواده می‌توان آنها را در ابعاد ساختاری، کارکردی، نگرشی (ارزشی) و سبک زندگی بررسی کرد. سبک زندگی نوعی انتخاب است از میان تعداد بی‌شمار امکان‌های موجود که در عمل از نسل گذشته دریافت نمی‌شود، بلکه پذیرفته می‌شود (خالدی، ۱۳۹۲، ص. ۹۲). برای شناسایی تغییرات سبک زندگی باید ابتدا مؤلفه‌های سبک زندگی را احصا کرد و سپس با بررسی تغییراتی که در مؤلفه‌ها رخ داده به تغییرات سبک زندگی پی برد. پرسش اصلی مطرح در این پژوهش آن است که در بستر شرایط اجتماعی امروز و با رویکرد ورود فناوری‌های نوین ارتباطی، خانواده دیجیتال چه مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی را در تغییرات سبک زندگی تجربه خواهد کرد؟ و سناریوهای سبک‌های مختلف خانواده با رویکرد ورود فناوری‌های نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان کدامند؟ از آنجاکه اساساً آینده دارای عدم قطعیت است، با این‌همه آثار و رگه‌هایی از اطلاعات و

واقعیت‌ها که ریشه در گذشته و اکنون دارند، می‌توانند رهنمون ما به آینده باشند. بنابراین نگرشی تازه به آینده خانواده و مناسبات درون آن جهت برنامه‌ریزی باتوجه‌به الگوی ایرانی اسلامی ضروری است.

تحقیقات در مقوله خانواده و سبک زندگی

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

«رابطه مصرف رسانه‌ای با تغییرات سبک زندگی» (جعفری و فتحی، ۱۳۹۶) در پژوهش خود به این نتایج رسیده‌اند که بین مصرف رسانه‌ای و سبک زندگی رابطه وجود دارد. همچنین بین میزان مصرف رسانه‌های دیجیتال با مصرف فرهنگی، مصرف مادی، رفتار سیاسی و دین‌داری همبستگی مستقیم وجود دارد. نتایج آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه نیز نشان داد که بین نوع رسانه و سبک زندگی رابطه معناداری وجود دارد؛ به‌گونه‌ای که تغییرات سبک زندگی در دانشجویانی که غالباً از ماهواره استفاده می‌کنند بیشتر و در بین دانشجویانی که غالباً از اینترنت استفاده می‌کنند کمتر است؛ به‌عبارت‌دیگر مصرف ماهواره بیشترین تغییر را در سبک زندگی دانشجویان ایجاد کرده است.

«بررسی رابطه بین سبک زندگی متأثر از فضای مجازی و طلاق عاطفی در شهر ایلام» (قاسمی پور و مظفری نیا، ۱۳۹۶) در تحقیق خود به این نتایج رسیده‌اند که سبک زندگی متأثر از فضای مجازی در بین زنان و مردان یکسان است و همچنین بین سبک زندگی متأثر از فضای مجازی و طلاق عاطفی، رابطه معنادار وجود دارد. «پیش‌بینی الگوی مصرف بر اساس مؤلفه‌های سبک زندگی» (ملاسعیدی ۱۳۹۶) در تحقیق خود به این نتیجه رسیده است که میان سبک زندگی مبتنی بر معنویت و سلامت جسمی و روانی با الگوی مصرف مبتنی بر تبلیغات رابطه وجود دارد و اصلاح الگوی مصرف مستلزم ارتقا سبک زندگی در ابعاد مختلف (بعد معنوی، روان‌شناختی و تندرستی و...) می‌باشد.

«تأثیر رسانه بر سبک زندگی افراد خانواده» (معصوم شاهی و همکاران، ۱۳۹۶) در تحقیق خود به این نتیجه رسیده‌اند که تأثیر رسانه‌ها ابتدا در زندگی فرد و سپس در سبک زندگی افراد جامعه نمایان می‌شود و البته نمی‌توان اثرات مفید و مثبت رسانه‌ها را در تدوین و ترویج فرهنگ، افزایش اطلاعات، تبلیغ مسائل مذهبی و... نادیده گرفت. رسانه‌ها با برنامه‌ریزی صحیح و اصولی می‌توانند فرهنگ و هنجارها را در جامعه درونی‌سازی نمایند و این مسئله برای جامعه‌ای که افراد آن شخصیت و باورهای تثبیت‌شده‌ای ندارند مضر و مخرب است و پایه‌گذاری این اصول در نهاد خانواده انجام می‌گیرد و در نهادهای بزرگ‌تر جامعه و با استفاده از ابزار رسانه تقویت و تثبیت می‌شود و شیوه و سبک زندگی افراد را بنیان می‌نهد. اگر محتوای رسانه‌ها به‌صورت اصولی تنظیم گردد سبک زندگی افراد نیز مطابق هنجارهای جامعه پیش می‌رود و به خطر نمی‌افتد.

«تحولات سبک زندگی در ایران» (حبیب پور کتابی، ۱۳۹۶) محقق به هفت شاخص سبک زندگی و تعیین و تحولات آن رسیده است. بر اساس این هفت شاخص، جهت‌گیری سبک زندگی ایرانیان به‌صورت گذران اوقات فراغت به‌صورت غیرفعال، مصرف کم کالاهای فرهنگی، گوش دادن به موسیقی پاپ، استفاده از رسانه‌های ماهواره‌ای، نگرش مثبت به مدیریت بدن، مصرف غذای رستوران و فست فود،

گرایش به پوشش مانتو، کاهش میل به فرزندآوری، کاهش میل به ازدواج و کاهش پایبندی به مناسک مذهبی تغییر کرده است.

«خانواده و سبک زندگی اسلامی حاکی از نقش مهم خانواده در انتخاب و به‌کارگیری سبک زندگی ایرانی اسلامی» (کریمی لویی، ۱۳۹۵) یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد هرچقدر میزان سبک زندگی دینی و اسلامی در دستور کار فعالیت‌های فرهنگی قرار گیرد، می‌توان به کاهش آسیب‌های روانی و افزایش سلامت خانواده کمک کرد.

«خانواده و الگوی مصرف: تحلیلی کیفی بر الگوهای رفتار خرید مبتنی بر نظریه‌های سبک زندگی» (محمدیان و همکاران، ۱۳۹۵) یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد الگوی مصرف و خرید مردم به‌عنوان یک پدیده فرهنگی تلقی می‌شود که ذیل مقوله سبک زندگی قابل تبیین و بررسی است. هدف این پژوهش بررسی رویکردهای کلان در حوزه رفتار خرید و نیز تبیین نظریه‌های حوزه سبک زندگی که به رفتار خرید اشاره دارد، است. با استفاده از روش تحلیل محتوای جهت‌دار، پس از بررسی و مقایسه جامع الگوهای مختلف رفتار خرید مصرف‌کننده مبتنی بر سبک زندگی، منطق حاکم بر آن‌ها استخراج شده و مورد بحث قرار گرفته و در نهایت عوامل درونی و محیطی مؤثر بر رفتار خرید با توجه به نقش کلیدی سبک زندگی تبیین و ارائه شده است.

اگر بخواهیم از پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه سبک زندگی سنخ‌شناسی داشته باشیم؛ براساس جدول شماره ۱ می‌توان به چهار دسته از پژوهش‌ها در این حوزه اشاره کرد. اغلب این پژوهش‌ها با مطالعه موردی بر روی قشر خاصی (زوج‌ها، زنان، دانشجویان و جوانان) انجام شده‌اند؛ درحالی‌که پژوهش حاضر مبتنی بر دیدگاه خبرگان بوده است. با توجه به این‌که بخش‌هایی از پژوهش‌های انجام‌شده با پژوهش حاضر همسو بوده و منطبق با یافته‌های به‌دست‌آمده است؛ اما به لحاظ توجه به مفهوم‌پردازی تغییرات سبک زندگی خانواده ایرانی و تحلیل مؤلفه‌ها و شاخص‌های این تغییرات با تأکید بر حضور فناوری‌های نوین ارتباطی از منظر خبرگان، پژوهشی یافت نشد و وجه تمایز پژوهش حاضر با سایر پژوهش‌های انجام‌شده، تمرکز بر روند تحولات در ابعاد ساختاری و سبک زندگی خانواده ایرانی است.

جدول ۱. سنخ‌شناسی پژوهش‌های حوزه سبک زندگی

ردیف	سنخ‌شناسی پژوهش‌های حوزه سبک زندگی
۱	پژوهش‌های مربوط سبک زندگی و مدیریت بدن (ظاهرآرایی، مدگرایی، ورزشی، سلامت‌محور و...)
۲	پژوهش‌های مربوط سبک زندگی و به مصرف رسانه‌ای (الگوی مصرف رسانه‌ای، مصرف صنایع رسانه‌ای، مصرف کالاهای فرهنگی، خرید اینترنتی و...)
۳	پژوهش‌های مربوط به سبک زندگی ایرانی - اسلامی
۴	پژوهش‌های مربوط به سبک زندگی و نحوه گذران اوقات فراغت (سبک‌های فراغتی مدرن، سبک فراغتی معمول روزانه، سبک فراغتی ناسالم و...)

قلمرو تحقیق

موضوع تحقیق سبک زندگی خانواده است که از منظر جامعه‌شناختی و با استفاده از روش‌های استفاده‌شده در تحقیقات آینده‌پژوهی به آن پرداخته شده است. تمرکز تحقیق حاضر بر روند تحولات در ابعاد ساختاری و سبک زندگی خانواده بوده و سناریوهای آینده خانواده در ایران را مدنظر قرار داده است. داده‌ها و نتایج حاصل از این تحقیق مربوط به سال ۱۳۹۸ است.

جدول ۲. نقشه راه تحقیق در یک نگاه

سؤال اصلی تحقیق: در بستر شرایط اجتماعی امروز و با رویکرد ورود فناوری‌های نوین ارتباطی، خانواده دیجیتال چه مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی را در تغییرات سبک زندگی تجربه خواهد کرد؟			
هدف اصلی تحقیق: سناریوهای سبک‌های مختلف خانواده با رویکرد ورود فناوری‌های نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان کدامند؟			
سؤال‌های تحقیق	اهداف تحقیق	روش تحقیق	ابزار استفاده‌شده
مؤلفه‌ها و مضامین سبک زندگی خانواده‌های ایرانی کدامند؟	شناسایی مؤلفه‌های کلیدی، مضامین تأثیرگذار در آینده‌ی خانواده در ایران	مرور تحقیقات پیشین و مصاحبه‌های عمیق	منابع کتابخانه‌ای پرسشنامه نرم‌افزار ان وی و (NVIVO)

سناریوهای آینده خانواده در ایران از حیث ساختار و سبک زندگی کدامند؟	شناسایی سناریوهای سبک خانواده در ایران	سناریوسازی	استفاده از رویکرد شهودی (شهود خبرگان)
---	---	------------	--

سبک زندگی^۱

سبک زندگی از جمله واژه‌هایی است که معانی و مفاهیم متعددی دارد. این واژه اگرچه ریشه جامعه‌شناسی و روان‌شناسی دارد، لیکن می‌تواند در دیگر حوزه‌های علوم انسانی نیز به کار رود. لذا ارائه تعریفی جامع و مانع از سبک زندگی دشوار به نظر می‌آید؛ اما در اینجا به چند تعریف که با موضوع پژوهش قرابت بیشتری دارد اشاره می‌کنیم:

❖ سوبل سبک زندگی را مجموعه‌ای از رفتارهای قابل مشاهده و معنی دار می‌داند که از سوی افراد تعریف می‌شود (سوبل، ۱۹۸۱، ص. ۲۴). بر مبنای تعریف وی، تشخیص سبک‌های زندگی از روی رفتار عینی و قابل مشاهده افراد امکان‌پذیر است. بنابراین تأکید او بیشتر بر رفتارها و انتخاب‌های مصرفی است.

❖ سولومون^۲ اعتقاد دارد که هر جامعه‌ای دارای سبک و شیوه زندگی متفاوتی است. سبک زندگی، فعل و انفعال فرد را در محیط زندگی او نشان می‌دهد. در جوامع سنتی، انتخاب‌های مبتنی بر مصرف به شکل گسترده‌ای بر پایه طبقه، کاست، محیط روستا یا خانواده دیکته می‌شود؛ در حالی که در جوامع مدرن مردم دارای آزادی عمل بیشتری در انتخاب کالاها و خدمات و فعالیت‌هایی هستند که به نوبه خود هویت اجتماعی را خلق می‌کند (رسولی، ۱۳۸۲، ص. ۳۴).

❖ دنیس رانگ در مقاله‌ای در مورد اندیشه‌های وبر می‌گوید: «منظور وبر از سبک زندگی، ارزش‌ها و رسم‌های مشترکی است که به گروه احساس هویت جمعی می‌بخشد؛ یعنی به منزله یک روش یا راه زندگی که سبب سازگاری‌اش با نیازهای روان‌شناختی افراد، آزادانه انتخاب می‌شود» (سوبل، ۱۹۸۱، ص. ۸۷).

1. Lifestyle
2. Solomon

❖ آدلر و پیروان او سبک زندگی را در شش محور تعریف می‌کنند. در جمع‌بندی گفته‌های آدلر و شارحان و شاگردان او، این نتیجه به دست می‌آید که سبک زندگی، همان رفتارها و وظایف زندگی روزمره انسان در شش محور زیر است:

۱. داشتن روحیه اجتماعی یا حس مشارکت؛

۲. توجه به زندگی عاشقانه؛

۳. تحقق خود بر اساس کار و شغل؛

۴. وظیفه فرد در قبال خود؛

۵. وظیفه معنوی؛

۶. وظیفه خانوادگی (کاویانی، ۱۳۹۱، ص. ۵۶).

❖ از نظر سازمان بهداشت جهانی^۱، سبک زندگی به الگوهای رفتاری و عادات فردی در سراسر زندگی (شامل تغذیه، تحرک، عادات رفتاری) اطلاق می‌شود که در پی فرایند اجتماعی شدن به وجود آمده است.

سبک زندگی مفهومی است که با انتخابی شدن زندگی روزمره در اشکال مختلف معنا می‌یابد. برخلاف جوامع سنتی، در جامعه معاصر به واسطه اهمیت خود و مسئولیت شخصی و ظهور جامعه مصرفی در زندگی، قدرت انتخاب نیز بیشتر شده است. بنابراین، پدیده اجتماعی سبک‌های زندگی از اجزای سازنده تحولات مدرنیته تلقی می‌شود؛ زیرا سبک‌های زندگی بازنمودی از جستجوی هویت و انتخاب فردی است. به علاوه، این موضوع از چنان قابلیت برخوردار است که قادر است ابعاد مختلف مدرنیته را معرفی کند. در دنیای امروز مفهوم سبک زندگی، راهی برای تعریف ایستارها، ارزش‌ها و همچنین نشانگر ثروت و موقعیت اجتماعی افراد است. مطالعات سبک زندگی از این جهت اهمیت دارد که شیوه‌های ارتباط و پیوند اجتماعی حاصل از فرایندهای فرهنگی و اقتصادی مدرن را آشکار می‌سازد.

خانواده دیجیتالی^۱

امروزه رسانه‌های نوین ارتباطی همچون انواع شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنت و فضای مجازی و... در سبب فرهنگی خانواده امروزی قرار گرفته و تأثیرات عمیقی بر ساختار فرهنگی به‌ویژه الگوها و روش‌های آن گذاشته است؛ بنابراین یکی از واقعیت‌های انکارناپذیر و مهم دیجیتالی شدن، دگرگونی در خانواده است. تحول در خانواده ایرانی، در ابعاد گوناگون روی داده است. دامنه این تحول از مرحله همسریابی و همسرگزینی تا تشریفات عروسی و بعدازآن، تداوم زندگی خانوادگی، روابط بین اعضای خانواده، نگرش جامعه به نهاد خانواده، کارکردهای آن، انگاره‌های روابط بین زن و مرد، انگاره‌های جنسیتی، ایجاد مشاغل اقتصادی نوین، اوقات فراغت، مصرف‌گرایی و بسیاری مسائل را در برمی‌گیرد (فاضلی، ۱۳۹۲، ص. ۱۹).

فرآیند مدرن شدن سبک زندگی خانواده ایرانی در پرتو تحولاتی همچون جهانی شدن، چند فرهنگی شدن^۲، مجازی شدن^۳، رسانه‌ای شدن^۴ و نفوذ بیشتر فرهنگ عامه‌پسند، این خصلت بازاندیشانه را پذیرفته است. جهان زیست خانواده ایرانی دیگر آن کلیت منسجم و یکپارچه نیست و به نظر می‌رسد، موجودیتی در عصر حاضر با خصلت‌های آنارشیک، متکثر و گریز از مرکز خود و «چهل تکه»^۵ تبدیل شده است (رضوی زاده، ۱۳۸۶، ص. ۴۴).

در کانون خانواده امروزی ما، بخش به نسبت قابل ملاحظه‌ای از ایرانیان در تلاش‌اند تا تعریف دیگری از بهنجاری و «زندگی خوب» را از طریق فضای مجازی به نمایش بگذارند. برای مثال سبک‌های پنهان خواهان رؤیت‌پذیری^۶ بیشتری در حوزه یا فضای عمومی شده‌اند. همچنین با حضور فناوری نوین ارتباطی شاهد کاهش اقتدار نهادهای سنتی جامعه‌پذیر کننده، در جامعه ایرانی (حداقل در شهرهای بزرگ) هستیم.

-
1. Digital family
 2. Multiculturalization
 3. Virtualization
 4. Mediasation
 5. Idented arlequin
 6. Visibility

لذا با وجود آنکه جامعه ایران مدت‌های مدیدی با ارزش‌های اجتماع‌گرایانه و سنت‌های خاص آن هم‌نوا بوده است، اما اکنون فرایند «رسانه‌ای شدن»^۱ و «خانگی شدن»^۲ توصیف‌کننده گذران بخش عمده‌ای از سبک مدرن خانواده دیجیتال ایرانی را شکل داده است. نسل جوان ایام خود را بیش‌ازپیش در خلوت سپری کرده و برای سرگرم شدن به‌طور فزاینده‌ای سبکی از زندگی «رسانه‌ای شده» را انتخاب کرده است (قرلسفلی و فرخی، ۱۳۹۳، ص. ۳۸). چراکه امروزه دیگر منش‌های سنتی نیستند که هویت یک فرد را می‌سازند؛ بلکه این رویدادهای پیش‌بینی‌ناپذیر روز هستند که فرد را ساده و سریع تحت تأثیر خود قرار می‌دهند و به هر سو نائل می‌کنند. این امر بیش از هر چیز سبب شده تا مقوله خانواده، از امری ناخودآگاه و کمتر انعکاس یافته به موضوعی مهم برای بحث و تأمل تبدیل شود و شناخت مسائل آن در جهان امروز و ایران معاصر اهمیت یابد.

فناوری نوین ارتباطی^۳

فناوری نوین ارتباطی، ظرفیت‌های ارتباطی جدیدی را از جمله: سرعت، دامنه دسترسی، قابلیت ذخیره بالا، گزینش‌گری، تعاملی بودن را فراهم آورده‌اند. ادعای پاستر این است که گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی و تکنولوژی اطلاعات، اثرات عمیقی بر شیوه زندگی و تفکر ما درباره خود و محیط اطرافمان بر جای می‌گذارد؛ چراکه این گسترش، شبکه روابط اجتماعی را دگرگون می‌کند (رحیمی، ۱۳۹۲، ص. ۴۴). با توجه به رشد و توسعه تکنولوژی‌های رسانه‌ای و افزایش استفاده از ابزارهای رسانه‌ای از قبیل اینترنت و شبکه‌های اجتماعی می‌توان شاهد بروز تغییرات هویتی، فرهنگی و نیز دگرگونی در سبک زندگی خانواده‌ها، تحت تأثیر فناوری نوین ارتباطی در سطح جامعه بود.

گفتمان تحولی سبک زندگی خانواده با تکیه بر فناوری‌های نوین ارتباطی

رونالد اینگلهارت^۱ در زمینه تحولات خانواده تحقیقات مفصلی انجام داده است. او کار خود را با نقد نظریه نوسازی آغاز می‌کند: وقتی نسیم دگرگونی در جامعه‌ای وزیدن

1. Mediatiation
2. Domestification
3. New communication technology

می‌گیرد، می‌توان پیش‌بینی کرد که در درازمدت به احتمال زیاد چه تغییراتی در سیمای خانواده روی خواهد داد. وی معتقد است هرچند نمی‌توان باتوجه به شرایط زمانی و مکانی نوع دگرگونی را به‌طور دقیق پیش‌بینی کرد؛ اما می‌توان طرحی کلی از بعضی روندهای عمده به دست داد (اینگلهارت، ۲۰۰۴). تأثیر فناوری بر سبک زندگی خانواده متفاوت است و هر یک آثار مثبت و منفی خاص خود را دارند. این فناوری‌ها به‌عنوان عامل مهم اثرگذار امروزی، در زوایای مختلف زندگی خصوصی و اجتماعی افراد تأثیر داشته و تغییر زیادی را ایجاد کرده است. یکی از مهم‌ترین موارد تغییر و تحول در خانواده‌های ایرانی به‌ویژه در دهه‌های اخیر، ساختار خانواده است که در سبک زندگی خانواده ایرانی بسیار مؤثر بوده است. منظور از ساختار خانواده چگونگی و کم‌وکیف خانواده است که مهم‌ترین آن‌ها شامل: تغییر از وضعیت گستردگی به وضعیت هسته‌ای، تحول در جمعیت خانوار، تغییر در وضعیت برتری جنسیتی مرد است (شیخی، ۱۳۸۹). تغییر و تحول کارکردی خانواده‌های ایرانی و تأثیر آن در سبک زندگی خانواده‌هاست که مهم‌ترین آن‌ها شامل: تغییر در نقش اعضای خانواده، تغییر در نقش والدین در تعلیم و تربیت و جامعه‌پذیری فرزندان، تغییر در کارکرد تربیتی و جامعه‌پذیری، اعمال و مناسک دینی، واگذار شدن برخی کارکردهای خانواده به دیگر نهادهای اجتماعی، تغییر و تحول نگرشی و فرهنگی خانواده‌ها، تغییر در رابطه نسلی در خانواده، تفاوت در علائق، نوع زندگی و دریافت از محیط پیرامونی و ارتباطات اجتماعی، تفاوت در نحوه گذراندن اوقات فراغت، تغییر در الگوی همسرگزینی، افزایش سن ازدواج، افزایش میزان طلاق، تغییر و تحول در وضعیت زنان، مدگرایی و عرفی شدن برخی خانواده‌ها، فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی و مشاغل اقتصادی نوین است.

مدرنیته و نوخواهی ایرانی در سبک زندگی

به عبارتی، مفهوم مدرنیته مبنای مفهومی جدیدی برای زیستن ایجاد کرده است. این مفهوم مسیر آینده زندگی روزمره را مسیری چالش‌برانگیز دانسته که همراه با نگرانی‌ها، مخاطرات و فرصت‌ها است.

در این راستا، مهم‌ترین چالش ما ایرانیان ارائه قرائتی بومی از مدرنیته برای سبک زندگی ایرانی بوده است؛ به عبارت دیگر، همان‌طور که جیمز کلیفورد اشاره می‌کند: هر جامعه‌ای ناگزیر است برای نیل به مدرنیته تفاوت آن را از دیگر مدرنیته‌ها ابداع و بازشناسی کند (رضوی زاده، ۱۳۸۶، ص. ۴۴).

بنابراین فرایند مدرن شدن سبک زندگی ایرانی نیز می‌تواند در ماهیت خود با نوعی بومی‌سازی مداوم و منحصربه‌فرد همراه شود. از این‌رو، جامعه ایرانی در پرتو تحولاتی چون جهانی شدن، چند فرهنگی شدن^۱، مجازی شدن^۲، رسانه‌ای شدن^۳ و نفوذ بیشتر فرهنگ عامه‌پسند، همین خصلت بازاندیشانه را پذیرفته است.

جهان زیست ایرانی دیگر آن کلیت منسجم و یکپارچه نیست و به نظر می‌رسد، موجودیتی در عصر حاضر با خصلت‌های آنارشیک، متکثر و گریز از مرکز خود و «چهل تکه^۴» تبدیل شده است (همان).

در کانون زندگی امروزی ما، بخش به نسبت قابل ملاحظه‌ای از ایرانیان در تلاش‌اند تا تعریف دیگری از بهنجاری و «زندگی خوب» به نمایش بگذارند. برای مثال سبک‌های پنهان خواهان رؤیت‌پذیری^۵ بیشتری در حوزه یا فضای عمومی شده‌اند، همچنین به یمن فناوری نوین ارتباطی شاهد کاهش اقتدار نهادهای سنتی جامعه‌پذیر کننده در جامعه ایرانی (حداقل در شهرهای بزرگ) هستیم. از این نظر بخشی از مردم به سبک‌های زندگی دوگانه عادت کرده‌اند: دنیای عمومی و دنیای خصوصی یا دنیای رسمی و غیررسمی. ظاهر، رفتار و زندگی عمده‌ای از آن‌ها در پشت درهای بسته خانه

-
1. Multiculturalization
 2. Virtualization
 3. Mediasation
 4. Idented arlequin
 5. Visibility

(حوزه خصوصی) و در محیط‌های فرهنگی دیگر (سفرهای خارجه) تا حد زیادی متفاوت از آن چیزی است که در اماکن عمومی داخل کشور مشاهده می‌شود. لذا باوجود آنکه جامعه ایران مدت‌های مدیدی با ارزش‌های اجتماع‌گرایانه و سنت‌های خاص آن هم‌نوا بوده است؛ اما اکنون فرایند «رسانه‌ای شدن»^۱ و «خانگی شدن»^۲ توصیف‌کننده گذران بخش عمده‌ای از سبک زندگی مدرن ایرانی را شکل داده که این می‌تواند نگران‌کننده باشد؛ نسل جوان ایام خود را بیش‌ازپیش در خلوت سپری کرده و برای سرگرم شدن به‌طور فزاینده‌ای سبکی از زندگی «رسانه‌ای شده» را انتخاب کرده است که نتایج منفی ملموس آن، تقلیل سرمایه اجتماعی، انزوا و بریدگی از مشارکت‌های عینی، تغییر روابط از اجتماعات و گروه‌های آشنا به اجتماعات شبکه‌ای و نیز قطعه‌قطعه شدن افراطی^۳ سلیقه‌ها و فرهنگ سنتی و اسلامی و در نتیجه توده‌وارسازی^۴ است (فزلسفلی و فرخی، ۱۳۹۳، ص. ۳۸).

نظریه فردگرایی شبکه‌ای: بری ولمن و لی راینی^۵

ولمن و لی راینی کتاب خود معتقدند: فردگرایی شبکه‌ای در نتیجه انقلاب‌های سه‌گانه^۶ «شبکه اجتماعی»^۷، «اینترنت»^۸ و «گوشی‌های همراه»^۹ به وجود آمده است. گسترش ابزارهای ارتباطی نوین، تغییری اساسی در نحوه تعاملات بین انسان‌ها ایجاد کرده است، بدین‌صورت که مردم به‌جای این‌که در گروه‌ها قرار داشته باشند، به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان فردهایی شبکه‌ای شده، عمل می‌کنند. در دنیای فردهای شبکه‌ای^{۱۰} این فرد است که در مرکز توجه قرار دارد نه خانواده، واحد کار، همسایگی و نه گروه اجتماعی (راینی و ولمن، ۲۰۱۲). در پژوهش حاضر، با توجه به دیدگاه خبرگان ظهور فناوری‌های

-
1. Mediatiation
 2. Domestication
 3. Hypersementation
 4. Massification
 5. Rainie, Lee. & Barry wellman
 6. Triple revolution
 7. Social network revolution
 8. Internet revolution
 9. Mobile revolution
 10. Person

نوین ارتباطی، تحولی بنیادین در الگوی زندگی خانوادگی مشاهده گردیده است. از یک سو، پیش از ورود تکنولوژی، حضور اعضای خانواده در کنار یکدیگر به صورت دایره وار بوده است، با ورود تلویزیون نحوه گردهمایی خانواده‌ها تغییر کرده و به صورت خطی درآمده، در ادامه با ظهور و ورود فناوری‌های نوین ارتباطی و استفاده خانواده‌ها از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی منجر به اتمیزه شدن و استفاده بهره‌مندی فردی هر یک از اعضای خانواده از محتوای شبکه‌های اجتماعی شده است. این موضوع خود بیانگر شدت فردگرایی در میان خانواده‌های ایرانی شده است.

نظریه عرصه و میدان: پی‌یر بوردیو^۱

پی‌یر بوردیو در عرصه اوقات فراغت و سبک زندگی، دیدگاه جدیدی را پدید آورد و به عرصه و میدان توجه می‌کند. مطابق با هر میدان، سرمایه‌هایی شکل می‌گیرد که سبک زندگی گوناگونی را به صورت عادت‌واره به وجود می‌آورد (خواججه‌نوری و مقدس، ۱۳۸۷). در نظریه بوردیو، میدان پهنه اجتماعی کم‌وبیش محدودی است که در آن تعداد زیادی از بازیگران یا کنشگران اجتماعی، با منش‌های تعریف‌شده و توانایی‌های سرمایه‌ای، وارد عمل می‌شوند و به رقابت، همگرایی یا مبارزه با یکدیگر می‌پردازند تا بتوانند به حداکثر امتیازات دست یابند (فکوهی، ۱۳۸۴). در واقع، یکی از کارکردهای اوقات فراغت، تمایزبخشی است. بوردیو برای تبیین نظری خود از مفهومی به نام «ذائقه» بهره می‌برد. ذائقه عملکردی است که یکی از کارکردهای آن دادن ادراکی از جایگاه فرد در نظام اجتماعی به اوست (کوزر، ۱۳۸۴). به معنای دقیق‌تر، مصرف اجازة بازنمایی سبک‌های زندگی مختلف و ذائقه‌های متفاوت را می‌دهد و در نهایت، سبک‌های زندگی و ذائقه‌هایی که بر مبنای سرمایه‌های بالا شکل می‌گیرند، به مصرف کالاهایی می‌انجامند که تمایز اجتماعی ایجاد می‌کنند. این منطق تمایز در مصرف، در قانون توجه بوردیو قرار دارد (سوترتون^۲، ۲۰۰۱). در واقع می‌توان اذعان داشت که سیر فعالیت‌ها و برنامه‌های اوقات فراغت در خانواده، نشانگر نوعی دگرگونی و دگردیسی در شکل و محتوای آن است. البته خود این دگرگونی، متأثر از عوامل چندگانه از جمله

1. Bourdieu, P
2. Southerton

طبقه اجتماعی، میزان درآمد، سرمایه‌های در اختیار (فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی)، جنسیت، شهری و روستایی بودن و ... است. جدای از متغیرهای دخیل در نحوه غنی‌سازی اوقات فراغت، واقعیت موجود جامعه و بررسی‌های میدانی این پژوهش و بنا به نظر خبرگان حاکی از آن است که مصرف منفعلانه و خانگی فراغت در حال شکل‌گیری در میان خانواده‌های ایرانی است که به‌نوعی بازتاب و تقویت‌کننده روحیه فردگرایی در فراغت‌های رسانه‌ای اعضای خانواده است.

نظریه فمینیسم سایبر: سادی پلنت، ان.سی. ماتریکس^۱

مفهوم فمینیسم سایبر اولین بار در سال ۱۹۹۲ توسط یک نظریه‌پرداز اجتماعی انگلیسی به نام سادی پلنت و یک گروه هنری استرالیایی به نام و. ان. سی ماتریکس به - طور جداگانه - مورد استفاده قرار گرفت. این لغت از تلفیق دو لغت فمینیسم و فضای مجازی که افراد از طریق اینترنت در آن ارتباط برقرار می‌کنند، به وجود آمده است (صراف، ۱۳۸۵، ص. ۴۲).

فمینیسم سایبر از اینترنت برای آن دسته از فعالیت‌های فمینیستی استفاده می‌کند که زنان را قادر می‌سازند در همان حال که برای ایجاد تغییر در جامعه تلاش می‌کنند، از تکنولوژی نیز بهره‌مند گردند. می‌توان گفت اصطلاح فمینیسم سایبر به استفاده زنان از فناوری اینترنت برای مقاصد غیر از خرید در اینترنت و سایت گردیناب اشاره دارد. فمینیسم سایبر بر پایه فمینیسم‌های مختلف بنا شده و محصول یک تغییر جهت در درک مقوله‌هایی چون سیاست، جنسیت، کار و ... است. فمینیست‌های سایبر معتقدند فناوری نوین می‌تواند شرایط اجتماعی را تغییر دهد و امکانات جدیدی همچون تغییر در مقوله‌های جنسیت را فراهم آورد و در واقع مفهوم جنسیتی را که بر مبنای جسمانیت استوار است، کنار گذاشته و هویت جنسی جدید و یا حتی هویتی بدون جنسیت را در فضای مجازی بنا نهد. زنانی که خود را فمینیست سایبر می‌نامند، نسبت به فناوری‌های جدید واکنش نشان می‌دهند؛ چراکه نیازمند استفاده از آن هستند و می‌خواهند در این فناوری‌ها جایی را برای زنان به دست آورند. فمینیست‌های

سایبر معتقدند باید یک نقد اساسی و زیربنایی از رسانه‌ها و فناوری جدید انجام گیرد و تفسیری از مدل‌های آزادی، کثرت‌گرایی و ساختار دموکراتیک فضای مجازی ارائه شود (همان منبع). از آنجاکه زنان به صورت فطری میل به دیده شدن دارند؛ لذا فناوری نوین ارتباطی بستری برای به منصفه ظهور درآمدن توانایی‌ها و استعدادهاى زنانه همراه با امنیت ایجاد کرده است. زنان با تولید معانی زنانه، به نوعی نشانه‌هایی را در فضاهاى مجازی تصاحب و به نفع خود تغییر داده‌اند و این فرصتی برای پیشروی آرام، بدون خشونت و درگیری در فرم‌های زیباشناسانه (شعر، داستان، هنر، ورزش و ...) و حوزه‌های علمی - پژوهشی ایجاد و موجبات شکل‌گیری گفتمان زنانه را در فضای مجازی ایجاد کرده است. بر طبق دیدگاه‌های خبرگان، ما شاهد پیکره‌بندی نوینی در خانواده ایرانی هستیم و آن زنانه شدن زندگی است.

روش تحقیق

این پژوهش، باتکیه بر دانش آینده‌پژوهی و روش‌های کارآمد در این حوزه، سناریوهای تغییر در سبک زندگی خانواده ایرانی با تأکید بر نقش آفرینی فناوری‌های نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان در ایران ارائه شده است که در آن شناسایی مؤلفه‌های کلیدی و مضامین اصلی با استفاده از مصاحبه‌های عمیق و پرسشنامه و به کمک نرم‌افزار ان وی وو (NVIVO) تعیین شده و سناریوسازی با استفاده از رویکرد شهودی بر سناریوسازی انجام شده است. این روش یک مطالعه سیستماتیک است. به طوری که در گام اول، واقعیت‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد و در گام دوم، تهیه نقشه ذهنی و در گام سوم استراتژی‌های برنامه اقدام طراحی می‌گردد.

در این مرحله، با رویکردهای هنجاری، اندیشیدن درباره آینده همراه است. در اینجا تمرکز بر شناسایی، سنجش آگاهانه و تبادل نظر پیرامون آینده‌های دلخواه (آینده‌های بدیل) است. از جمله فنون موجود در این زمینه می‌توان به ذهن‌انگیزی (توفان فکری) و سناریوها اشاره کرد. همچنین رویکردهای هنجاری با مشارکت خبرگان سازگاری بیشتری دارند. مسئله دیگری که در این مرحله اهمیتی ویژه دارد، به تصویر کشیدن و توصیف یافته‌ها است (خزایی و محمودزاده، ۱۳۹۲). مرحله بعد، به تصویر کشیدن آینده دلخواه، با بهره‌گیری از شگرد (فنون) ره نگاشت (نقشه راه)،

راهبردهای تحقق، شکل گرفت و از آنجاکه این روش به میزان درخور توجهی مشارکتی است، از نظرات خبرگان بهره گرفته شد. جامعه آماری شامل ۲۹ نفر از اساتید خبره و متخصص در زمینه موضوع پژوهش با نمونه‌گیری غیر احتمالی از نوع هدفمند و ابزار گردآوری اطلاعات از مصاحبه نیمه ساختاریافته و پرسشنامه بهره گرفته شده است. برای طراحی و سناریونویسی سه رویکرد عمده وجود دارد (هاس، ۱۹۹۸، ص. ۳۶). این رویکردها عبارت‌اند از:

۱. منطق شهودی؛

۲. روندهای تعدیل‌یافته احتمالی؛

۳. رویکرد فرانسوی (مربوط به آینده).

در این پژوهش از سناریونویسی از رویکرد شهودی (شهود خبرگان) استفاده گردیده است (شهود خبرگان). رویکرد منطق شهودی جزء تکنیک‌های کیفی است (عامر و همکاران، ۲۰۱۳، ص. ۳۵).

۳۵. در جدول زیر خصوصیات این روش توضیح داده شده است:

جدول ۳. توزیع ویژگی‌های جمعیتی خبرگان

ردیف	جنسیت	تخصص	سابقه کار (سال)	محل کار
۱	مرد	جامعه‌شناسی	۱۰	هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۲	مرد	جامعه‌شناسی	۱۰	هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۳	زن	علوم ارتباطات اجتماعی	۱۰	هیئت علمی دانشکده صداوسیما
۴	زن	مطالعات زنان	۲۰	هیئت علمی گروه مطالعات زنان و خانواده دانشگاه الزهرا (س)
۵	زن	علوم ارتباطات اجتماعی	۲۵	پژوهشگر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۶	زن	مدیریت رسانه	۲۸	هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۷	زن	مدیریت فرهنگی	۱۰	هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	۱۲	علوم ارتباطات اجتماعی	زن	۸
هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	۱۲	جامعه‌شناسی	زن	۹
هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	۲۰	جامعه‌شناسی	مرد	۱۰
هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	۲۵	مطالعات زنان	زن	۱۱
مدیر عامل و عضو هیئت‌مدیره شرکت توسعه راهکارهای هوشمند امین	۱۸	مدیریت فرهنگی	مرد	۱۲
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	۱۰	جامعه‌شناسی	زن	۱۳
مدیر بخش انفورماتیک	۲۵	مهندس کامپیوتر	مرد	۱۴
هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	۲۵	مردم‌شناس	مرد	۱۵
مدیر بخش پژوهش و سنجش دانشگاه تهران و عضو هیئت علمی دانشگاه	۲۷	علوم ارتباطات اجتماعی	مرد	۱۶
هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	۳۰	علوم ارتباطات اجتماعی	مرد	۱۷
پژوهشگر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	۱۴	علوم ارتباطات اجتماعی	مرد	۱۸
پژوهشگر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	۲۳	مطالعات خانواده	زن	۱۹
پژوهشگر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	۲۰	علوم ارتباطات اجتماعی	مرد	۲۰
هیئت علمی گروه مطالعات زنان و خانواده دانشگاه تربیت مدرس	۱۰	مطالعات خانواده	زن	۲۱
هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	۱۰	علوم ارتباطات اجتماعی	مرد	۲۲
هیئت علمی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری (انسان‌شناس)	۱۸	مطالعات خانواده	مرد	۲۳
هیئت علمی گروه مطالعات زنان و خانواده دانشگاه تربیت مدرس	۲۹	مطالعات خانواده	زن	۲۴
هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	۱۰	علوم ارتباطات اجتماعی	مرد	۲۵

فرهنگی		اجتماعی		
هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	۲۵	جامعه‌شناسی	مرد	۲۶
هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	۳۳	مطالعات زنان و خانواده	زن	۲۷
هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی	۲۹	علوم ارتباطات اجتماعی	مرد	۲۸
هیئت علمی و استاد دانشگاه علامه طباطبائی	۲۰	علوم ارتباطات اجتماعی	مرد	۲۹

روش و ابزار جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها

در این مرحله باتوجه به روش آینده‌پژوهی، جهت گردآوری داده‌ها ابتدا از مصاحبه نیمه ساختاریافته و سپس در بخشی از تحقیق از ابزار پرسشنامه بهره گرفته شد. از این رو مصاحبه‌ها باتوجه به اهداف و سؤال‌های پژوهش تدوین و تنظیم گردید.

مصاحبه‌ها در چند مرحله و به صورت رفت و برگشت با خبرگان و متخصصان انجام گرفت.

در **مرحله اول** مصاحبه، سؤال‌های نیمه ساختاریافته برای خبرگان ارسال گردید. در **مرحله دوم**، پس از شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه و مفاهیم، نتایج برای خبرگان ارسال طی چند بار رفت و برگشت از آنان خواسته شد تا درجه اهمیت ابعاد و مؤلفه‌ها را مشخص نمایند. در **مرحله سوم** مصاحبه، پس از تعیین درجه اهمیت ابعاد و مؤلفه‌ها، سناریوها باتوجه به دیدگاه آنان تدوین و تنظیم گردید. در **مرحله چهارم** مصاحبه، از خبرگان خواسته شد تا ویژگی‌های مشترک سناریوها را بیان کنند. سپس باتوجه به دیدگاه خبرگان پرسشنامه‌ای تدوین و تنظیم گردید و در **مرحله پنجم**، پرسشنامه‌ها برای خبرگان ارسال گردید و دیدگاه آنان مورد بررسی قرار گرفت.

به سخن دیگر، پرسشنامه‌ای محقق ساخته (پرسشنامه‌ای که با همکاری و همفکری خبرگان با ۶۷ گویه تهیه و تنظیم شد. گویه‌های پرسشنامه باتوجه به ویژگی‌های مشترک سناریوها تدوین شد. 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.

در راستای محورهای فوق و باتوجه به موضوع تغییرات سبک زندگی خانواده و با ورود فناوری‌های نوین ارتباطی که موجب چالش‌هایی در جامعه ایرانی شده است، محقق به صورت مستقیم و چهره به چهره به گفت‌وگو و مصاحبه با خبرگان و صاحب‌نظران برای روشن شدن شاخص‌ها و مقولات اصلی این تغییرات و دستیابی به مضامین اصلی اقدام کرد و به طرح سؤالاتی پرداخت که شامل موارد ذیل است: با حضور رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی، فرایند تغییرات در مناسبات خانوادگی به‌ویژه رابطه والدین با فرزندان، والدین با یکدیگر، همسراری، همسریابی، فرزندپروری، نوع و شیوه تربیت فرزندان (فرزندپروری) و ساختار خانواده بر چه مضامینی متمرکز بوده است؟ چه تصمیماتی باید گرفته شود؟ و چه اقداماتی باید صورت گیرد؟ تأثیر فناوری‌های نوین ارتباطی در ایجاد مشاغل جدید در خانواده به چه شکلی درآمده است؟ اقدامات و تصمیمات باید چگونه باشد؟ زندگی رسانه‌ای چه تأثیری در بازنمایی انگاره‌های جنسیتی داشته است؟ روندها چگونه بوده و چه اقدامات و تصمیماتی باید اتخاذ شود؟ فراغت‌های رسانه‌ای منجر به ورود چه تغییراتی در گذران اوقات فراغت خانواده‌ها داشته است؟ روندها چگونه بوده و چه اقدامات و تصمیماتی باید اتخاذ شود؟

چنانچه مؤلفه و شاخص‌های دیگری در راستای موضوع پژوهش حائز اهمیت و تأثیرگذار است، بیان نماید. مصاحبه‌ها در چند مرحله و به صورت رفت‌وبرگشت انجام گرفت. در مرحله اول مصاحبه، سؤال‌های نیمه ساختاریافته برای خبرگان ارسال گردید. در مرحله دوم، پس از شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه و مفاهیم، نتایج برای خبرگان ارسال طی چند بار رفت‌وبرگشت از آنان خواسته شد درجه اهمیت ابعاد و مؤلفه‌ها مشخص گردد. در مرحله سوم مصاحبه؛ ابعاد، مؤلفه‌ها، سناریوها به دست آمده، حاصل از اجماع خبرگان پس از تعیین درجه اهمیت، تدوین و تنظیم گردید. در مرحله چهارم مصاحبه، از خبرگان خواسته شد، ویژگی‌های مشترک سناریوها را بیان کنند. سپس باتوجه به دیدگاه خبرگان پرسشنامه‌ای تدوین و تنظیم گردید و در مرحله پنجم، پرسشنامه‌ها برای خبرگان ارسال گردید و دیدگاه آنان مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۴. توزیع ویژگی‌های مشترک سناریوهای پژوهش با توجه به تعداد گویه‌ها از دیدگاه خبرگان

مؤلفه	زیر مؤلفه‌ها	تعداد گویه‌ها
ظهور اشکال نوین خانواده	ازدواج اینترنتی	۱۴
	زندگی «باهم باشی» (ازدواج سفید)	
	«زنانه شدن»	
	«زندگی» فراجنسیتی (انسجام جنسیتی و کلیشه‌های جنسیتی)	
	زندگی «تک زیستی»	
	زندگی با «روابط موازی زوجین»	
ولنتاین ایرانی		
تعامل خانواده با رسانه	رؤیت‌پذیری زوایای زندگی (درهم‌آمیختگی مرز فضاهاى عمومى و خصوصى)	۲۱
	حضور نرم‌افزارهاى مختلف در زندگى (در حوزه‌هاى بهداشت، سلامت، آموزشى، ورزش، همسردارى، فرزندپرورى و آشپزى)	
	مستند شدن حافظه خانوادگى	
	خوانا و نویسا شدن خانواده	
	بهرمندی از زبان‌های متکثر برای برقراری ارتباط خانوادگی (زبان‌های مکتوب، دیداری و شنیداری)	
	شکاف دیجیتال والدین-فرزندان	
	مدیریت مصرف رسانه در خانواده	
	والدگری رسانه‌ای (فرزندپروری در عصر رسانه)	
واکسیناسیون رسانه‌ای		
ساختار و مناسبات درون خانواده	تعامل، گفتگو و همدلی در خانواده	۱۵
	روابط سلسله‌مراتبی در خانواده	
	روابط عاطفی اعضای خانواده	
	گردهمایی و دورهمی‌های خانوادگی	
روابط خانواده با جامعه	توسعه مشاغل خانگی	۱۲
	اجتماعی شدن در عین انزوا (فردگرایی)	
	نقش‌آفرینی اقتصادی زنان در فضای مجازی	
	کمک به برابری جنسیتی در استفاده از فرصت‌های فضای مجازی	

	ارتقاء آگاهی زنان	
۵	هزینه اینترنت در سبک فرهنگی خانواده مصرف‌گرایی خانواده (خرید اینترنتی)	سبک مصرفی و فراغتی
	اوقات فراغت رسانه‌ای (خانگی شدن اوقات فراغت)	خانواده

مضمون اول: دوره‌های ارتباطی در ایران

منظور از مضمون اول ظهور یافته از مصاحبه، بیشتر معطوف به جنبه «دوره‌های ارتباطی در ایران» بوده است. از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های خبرگان ۳ مقوله از قبیل «ارتباطات شفاهی» و «ارتباطات مکتوب» و «ارتباطات الکترونیکی» ظهور کردند که مقوله و زیر مقوله‌های این مضمون در جدول زیر تنظیم شده است:

جدول ۵. فرایند دسته‌بندی مقولات و زیر مقوله‌ها مضمون اول

مضمون	مقوله	زیر مقوله
دوره‌های ارتباطی در ایران	ارتباطات شفاهی	ارتباطات رودررو و چهره به چهره
	ارتباطات مکتوب	مطالعه روزنامه، مجله و کتاب
	ارتباطات الکترونیکی	استفاده از رادیو، تلویزیون، اینترنت، موبایل، تبلت و شبکه‌های اجتماعی

نتایج مصاحبه‌ها نشان داد، خبرگان معتقد بودند، دوره‌های ارتباطی در ایران به صورت جهشی بوده است. به طوری که ایران از دوران ارتباطات شفاهی به صورت جهشی وارد دوران ارتباطات الکترونیکی شده است و فرصت کتبی شدن را پیدا نکرده‌اند؛ و خبرگان دلایل این جهش را اولاً مربوط به تأخیر در ورود صنعت چاپ به

ایران دانسته‌اند. ثانیاً معتقدند، ایرانی‌ها شنیدن خبر را به خواندن آن ترجیح می‌دهند. از سوی دیگر، آنان به این امر نیز اشاره کرده بودند، ایرانی‌ها یک‌باره از پای سخنرانی‌ها (ارتباطات شفاهی) درحالی‌که به ارتباطات مکتوب عادت نکرده بودند، به استقبال رسانه‌های الکترونیک (ارتباطات الکترونیکی) رفتند و بدین ترتیب ناخودآگاه به جهان تصاویر پرتاب شدند.

مضمون دوم: برخورد با تکنولوژی ارتباطی در ایران

منظور از مضمون دوم ظهور یافته از مصاحبه، بیشتر معطوف به جنبه «مواجهه با فناوری ارتباطی در ایران» بوده است. از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های خبرگان ۶ مقوله از قبیل تسهیل زندگی با فناوری، سیر حضور در رایانه، آگاهی دهنده، خدمت دهنده، رسانه‌های مجازی، توجه صرف به معایب ارائه کردند؛ که مقوله و زیرمقوله‌های این مضمون در جدول زیر تنظیم شده است:

جدول ۶. فرایند دسته‌بندی مقولات و زیرمقوله‌ها تم دوم

مضمون	مقوله	زیرمقوله
مواجهه با تکنولوژی ارتباطی در ایران	سیر حضور در رایانه	ابتدا نهادهای رسمی، دوم مراکز علمی کشور، سوم ورود تدریجی به خانه‌ها
	تسهیل زندگی با فناوری	تبادلات علمی و آموزشی
	آگاهی دهنده	افزایش آگاهی نسبت به رسانه‌ها، ارتقاء بینش انسان نسبت به فناوری
	خدمت دهنده	به خدمت‌گیری فناوری و افزایش کیفیت زندگی
	رسانه‌های مجازی	سبب ارتباطی رسانه (ارتباط اطلاعاتی، ارتباط بین نسلی، سرگرمی)، کنش غیرتعاملی و کنش تعاملی، فناوری‌های فراجنسیتی، فرصت‌ها، نقاط ضعف‌ها و تهدیدها

	توجه صرف به معایب	توجه به آسیب‌ها و نقاط ضعف رسانه‌ها (رسانه هراسی)
--	-------------------	---

از دیدگاه خبرگان ورود فناوری در جامعه، منجر به ایجاد تغییرات زیادی در مناسبات خانوادگی و سبک زندگی شده است. با افزایش سطح آگاهی افراد جامعه به‌ویژه والدین نسبت به فناوری‌های جدید می‌توان از میزان آسیب‌های این‌گونه فناوری‌ها پیشگیری به عمل آورد و نباید صرفاً بر نقاط ضعف و تهدیدهای رسانه‌ها تأکید کرد، چراکه این امر منجر به رسانه هراسی و گریز از استفاده مطلوب از رسانه‌ها خواهد شد.

مضمون سوم: روابط و مناسبات درون خانواده

منظور از مضمون سوم ظهور یافته از مصاحبه، بیشتر معطوف به جنبه «روابط و مناسبات درون خانواده» بوده است. از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های خبرگان ۲ مقوله از قبیل «روابط و مناسبات در خانواده سنتی» و «روابط و مناسبات در خانواده مدرن» ظهور کردند که مقوله و زیرمقوله‌های این مضمون در جدول زیر تنظیم شده است:

جدول ۷. فرایند دسته‌بندی مقولات و زیرمقوله‌ها تم سوم

مضمون	مقوله	زیرمقوله
روابط و مناسبات درون خانواده	روابط و مناسبات در خانواده سنتی	تفاوت بین نسلی، تمرکز بر محور عاطفه، شیوه فرزند پروری استبدادی، مشترک بودن همه چیز در خانواده، اقتدار والدین (محدود بودن حیطه اختیارات و روابط فرزند) و تأمین اقتصادی خانواده توسط پدر
	روابط و مناسبات در خانواده مدرن	والدین به‌عنوان مهاجران دیجیتال و فرزندان به‌عنوان بومیان دیجیتال، کاهش گردهمایی و دوره‌همی‌های خانوادگی، کاهش تعامل و گفتگو و همدلی خانواده، شکاف دیجیتالی

		والدین و فرزندان، پیدایش و احساس نیاز به نظارت رسانه‌ای در خانواده (گام مقدماتی مدیریت مصرف رسانه‌ای در خانواده)
--	--	--

از دیدگاه خبرگان روابط و مناسبات درون خانواده در قالب دو نسل (والدین به‌عنوان مهاجران دیجیتال و فرزندان به‌عنوان بومیان دیجیتال) (به نقل از فاضلی، ۱۳۹۵) مورد شناسایی قرار گرفت. ویژگی‌ها در خانواده مدرن در نسل اول از نظر خبرگان «وجود تجربه ارتباط واقعی با طبیعت و محیط»، «بیان خطرات فضای مجازی»، «فقدان فضای گفتگوی مشترک بین والد-فرزند» و «وجود تفریحات در بین اعضای خانواده» می‌شود. از جمله ویژگی‌های نسل دوم به مؤلفه‌های «تجربه زیسته‌ای از گذشته والدین و مادر بزرگ و پدر بزرگ» ندارند، «وجود شکاف دیجیتالی بین والد-فرزند»، «افزایش فاصله عاطفی و هیجانی و کاهش روابط عاطفی بین والد-فرزند»، «افزایش فاصله شناختی میان اعضای خانواده»، «نیاز به ارتباط با فضای مجازی» اشاره کرده‌اند.

مضمون چهارم: پیکره‌بندی نوین خانواده

منظور از مضمون چهارم ظهور یافته از مصاحبه، بیشتر معطوف به جنبه «پیکره‌بندی نوین خانواده» بوده است. از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های 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 که مقوله و زیرمقوله‌های این مضمون در جدول زیر تنظیم شده است:

جدول ۸. فرایند دسته‌بندی مقولات و زیرمقوله‌ها تم چهارم

مضمون	مقوله	زیرمقوله
پیکره‌بندی نوین خانواده	زندگی تک زیستی	جمع‌گریزی، بالا رفتن 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 تأمین 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.
زنانه شدن زندگی	تمرکز بیشتر زنان، کانون خانواده بر تصمیمات زن، عمل خانواده بر اساس سلیقه زن، کاهش خشونت مردان علیه زنان، شیء پرستی بیشتر زنان، ترفیع یافتن وضعیت زنان، شوهر تابع همسر
زندگی فراجنسیتی	تغییر کیفیت زندگی، کم‌رنگ شدن مرزبندی جنسیتی ایجاد احساس عدالت جنسیتی، تغییر کلیشه‌های جنسیتی، تغییر در هنجارهای جنسی و زنان نوگرا.
زندگی باهم باشی	عدم پیوند رسمی ازدواج، هم خانگی بدون ازدواج، عدم پیوند رابطه زن و شوهری، عدم وجود مسئولیت‌پذیری بین زن و مرد، عدم وجود تعهد بین زن و مرد.

از جمله مهم‌ترین مؤلفه‌های موردنظر خبرگان در پیکره‌بندی نوین خانواده زنانه شدن زندگی است. ویژگی‌های این نوع از سبک زندگی از دیدگاه خبرگان شامل: «قدرت گرفتن زنان در چارچوب خانواده»، «فعالیت زنان در بیرون از خانه»، «زنان در جایگاه مردان»، «داشتن قدرت در خارج از خانه»، «افزایش آگاهی زنان نسبت به حقوقشان» است. همچنین، گرایش به «سبک زندگی فراجنسیتی» که مرزهای وظایف و عملکردهای سنتی زنان و مردان درنوردیده شده و تأثیر عمیقی در بازتاب زندگی زوج‌ها ایجاد کرده است. به طوری که امروزه برخی از مردان دارای خصوصیات و افکار زنان و برخی از زنان با خصوصیات و افکار مردان هستند. از دیگر مؤلفه‌های پیکره‌بندی نوین خانواده، زندگی باهم باشی و عدم پیوند رسمی ازدواج است. ویژگی‌های این نوع از سبک زندگی از دیدگاه خبرگان شامل، «عدم پیوند رسمی

ازدواج»، «هم خانگی بدون ازدواج»، «عدم پیوند رابطه زن و شوهری»، «عدم وجود مسئولیت‌پذیری بین زن و مرد» و «عدم وجود تعهد بین زن و مرد» بوده است.

مضمون پنجم: تعامل خانواده با رسانه

منظور از مضمون پنجم ظهور یافته از مصاحبه، بیشتر معطوف به جنبه «تعامل خانواده با رسانه» بوده است. از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های خبرگان ۷ مقوله از قبیل والدگری رسانه‌ای، واکنش‌های رسانه‌ای، اقتصاد الکترونیکی، تغییر الگوی خرید، تغییر الگوی فراغت، تعامل دانشی با رسانه، تعامل ابزاری با رسانه، ظهور کردند که مقوله و زیرمقوله‌های تم پنجم در جدول زیر تنظیم شده است:

جدول ۹. فرایند دسته‌بندی مقولات و زیرمقوله‌ها تم پنجم

مضمون	مقوله	زیرمقوله
تعامل خانواده با رسانه	والدگری رسانه‌ای	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 رسانه‌ای فرزند، افزایش مهارت خواندن و نوشتن الکترونیکی، حضور پررنگ رسانه در جامعه‌پذیری فرزندان، شکل‌گیری حافظه خانوادگی
	واکنش‌های رسانه‌ای	آموزش سواد رسانه‌ای (آموزش بیشتر معلمان، کتب درسی، آموزش بیشتر والدین) و آثار آموزش (همکاری و همفکری دانش آموز-نهاد آموزشی، کاهش آسیب‌های احتمالی، همکاری و همدلی و همفکری والدین-فرزند، بهره‌مندی بیشتر از فضای مجازی)، استفاده از کلینیک‌های رسانه‌ای

اقتصاد الکترونیکی	توسعه مشاغل خانگی، نقش آفرینی اقتصادی زنان در فضای مجازی، هزینه اینترنت در سبک 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 رسانه‌ای، کاهش فراغت واقعی، تقویت منافع فردی (پیدا کردن دوستان خوب، دریافت پیشنهادهای کاری، منافع مادی، راهنمایی‌های علمی)
تعامل دانشی با رسانه	حضور نرم‌افزارهای مختلف در زندگی (در حوزه‌های بهداشت، سلامت، آموزش، ورزش، همسر داری، فرزند پروری، آشپزی، مدیریت بدن و...)، ارتقاء آگاهی زنان، بهره‌مندی از زبان‌های متکثر برای برقراری ارتباط خانوادگی (زبان‌های مکتوب، دیداری و شنیداری)
تعامل ابزاری با رسانه	رؤیت پذیری زوایای زندگی (درهم آمیختگی فضاهای عمومی و خصوصی)، مستند شدن حافظه خانوادگی، خوانا و نویساندن خانواده (بی‌سوادی سفید/توهم دانایی)

باتوجه به دیدگاه خبرگان می‌توان مؤلفه والدگری رسانه‌ای را شامل بهبود فرزند پروری، مدیریت رسانه در خانواده و برخورد کاربردی-عملی صحیح با جهان رسانه‌ای و بهره‌مندی از شیوه‌های هدفمند رفتار والدین در تعامل با فرزندان در مورد نحوه استفاده از رسانه‌ها و تأثیر برخی از جنبه‌های محدود کردن زمان فرزندان در استفاده از رسانه‌ها یا تشویق کردن آن‌ها به مشاهده محتوای مشخصی است. از دیگر مؤلفه‌ها اضافه شدن هزینه اینترنت در سبک فرهنگی خانواده، تغییر در الگوهای خرید (خرید

اینترنتی در خانواده)، رسانه‌ای شدن و خانگی شدن اوقات فراغت در خانواده، تعامل بیشتر با شبکه‌های اجتماعی با رویکردهای مختلف (آموزشی، بهداشتی، پژوهشی و...) و درهم آمیختگی فضاهای عمومی و خصوصی خانواده در فضای مجازی است.

مضمون ششم: همسریابی

منظور از تم ششم ظهور یافته از مصاحبه، بیشتر معطوف به جنبه «همسریابی» بوده است. از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های خبرگان ۲ مقوله از قبیل معرفی الگوهای جدید، ازدواج اینترنتی ظهور کردند که مقوله و زیرمقوله‌های مضمون ششم در جدول زیر تنظیم شده است:

جدول ۱۰. فرایند دسته‌بندی مقولات و زیرمقوله‌ها تم ششم

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

بر اساس دیدگاه خبرگان، یکی از آثار استفاده از فضای مجازی و اینترنت تا حدودی تغییر در شیوه همسریابی است. در گذشته قلمرو ازدواج به صورت درون‌همسری بوده و ازدواج معمولاً درون فرهنگ خودی انجام می‌شد؛ اما امروزه با ظهور فضای مجازی و اینترنت، پدیده‌ای به نام ازدواج اینترنتی آغاز شده که منجر به گسترش ازدواج درون سرزمینی و برون سرزمینی، تسهیل برای یافتن عشق در هر مکان جغرافیایی شده و الگوی هنجاری ازدواج نظیر بالا رفتن سن ازدواج و روابط خارج از ازدواج و ارائه شخصیت خود تمایلی را گسترش داده است.

یافته‌های پژوهش

در این قسمت نتایج تم‌های استخراج‌شده از مصاحبه‌های خبرگان در قالب جداول تنظیم شده است و همچنین به تبیین میزان اولویت‌بندی مؤلفه‌ها و ابعاد چشم‌انداز آتی

تغییرات در سبک زندگی خانواده با رویکرد ورود فن‌آوری‌های نوین ارتباطی در جامعه ایرانی از دیدگاه خبرگان پرداخته شد.

هدف اول پژوهش: مؤلفه‌ها و مضمون‌های اشکال مختلف خانواده 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:

- دوره‌های ارتباطی در ایران؛
- برخورد با فناوری ارتباطی در ایران؛
- روابط و مناسبات درون خانواده؛
- پیکره‌بندی نوین خانواده؛
- تعامل خانواده با رسانه؛
- همسریابی.

جدول ۱۱. نتایج تحلیل مهم‌ترین مضمون‌ها و مؤلفه‌ها از دیدگاه خبرگان

عامل‌ها		
اینترنت	ارتباطات الکترونیکی	دوره‌های ارتباطی در ایران
تسهیل زندگی با فناوری		برخورد با فناوری ارتباطی در ایران
کسب اطلاعات عمومی	سبب ارتباطی رسانه	پیکره‌بندی نوین خانواده
جمع‌گیری	زندگی تک‌زیستی	
طلاق عاطفی	روابط موازی زوجین	
بهبود وضعیت زنان	زنانه شدن زندگی	
زنان نوگرا	زندگی فرا جنسیتی	روابط و مناسبات درون خانواده
مردان/پدر از جایگاه بالاتر	روابط و مناسبات در خانواده سنتی	
شکاف دیجیتالی والدین	روابط و مناسبات در خانواده مدرن	تعامل خانواده با رسانه
تحکیم پیوند والد-فرزند	والدگری رسانه‌ای	
آموزش سواد رسانه‌ای	واکسیناسیون رسانه‌ای	

اقتصاد الکترونیکی	هزینه اینترنت در سبد فرهنگی خانواده
تغییر الگوی خرید	حرکت از اقتصاد فیزیکی به اقتصاد دیجیتال
تغییر الگوی فراغت	فردگرایی جمعی
تعامل دانشی با رسانه	حضور نرم‌افزارهای مختلف در زندگی
تعامل ابزاری با رسانه	رؤیت‌پذیری زوایای زندگی
همسریابی	کلینیک‌های مشاوره ازدواج

هدف دوم پژوهش: اهمیت و اولویت‌گذاری مؤلفه‌ها و مضمون‌های اشکال مختلف خانواده با رویکرد ورود فناوری‌های نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان

باتوجه به اولویت‌های داده‌شده توسط خبرگان به مقولات و دسته‌بندی آن‌ها توسط محقق، عوامل تأثیرگذار 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 مؤثر و پیشران هریک از سناریوها و شکل‌دهنده آینده تغییرات سبک زندگی خانواده هستند، تشکیل می‌شوند که عبارت‌اند 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:

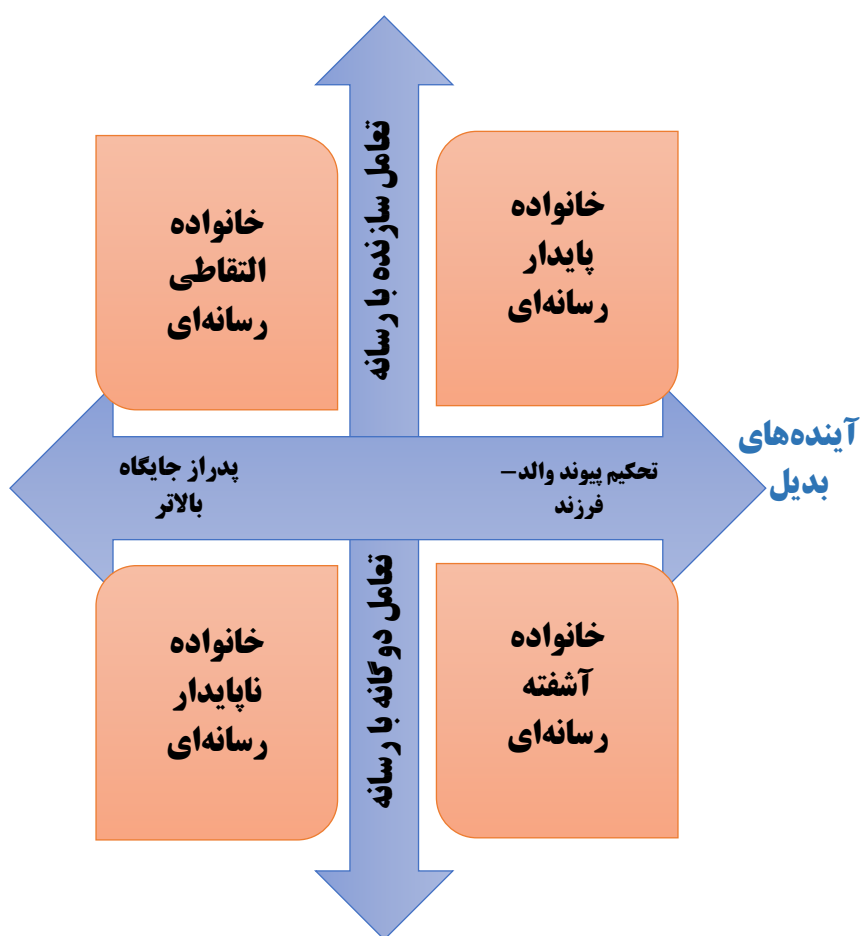
- ❖ منطق سناریوی ۱: خانواده دارای تعامل سازنده با رسانه است اما همچنان پدر از جایگاه بالاتری برخوردار است.
- ❖ منطق سناریوی ۲: خانواده دارای تعامل سازنده با رسانه است و تحکیم پیوند والد-فرزند نیز وجود دارد.
- ❖ منطق سناریوی ۳: خانواده دارای تعامل دوگانه با رسانه است همچنین، پدر نیز از جایگاه بالاتر برخوردار است.

❖ منطق سناریوی ۴: خانواده دارای تعامل دوگانه با رسانه است اما تحکیم روابط والد-فرزند وجود دارد.

هدف سوم پژوهش: سناریوهای مختلف سبک زندگی خانواده با رویکرد ورود فناوری‌های نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان

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.



نمودار ۱. سناریوهای مختلف سبک زندگی خانواده با رویکرد ورود

فناوری‌های نوین ارتباطی از دیدگاه خبرگان

ویژگی‌های اصلی ۴ سناریوی خانواده:

در این بخش به مؤلفه‌های موجود در هر سناریو بر اساس اولویت‌گذاری ارائه شده توسط خبرگان و صاحب‌نظران پرداخته می‌شود.

ویژگی‌های اصلی سناریوی اول خانواده التقاطی عبارت است از:

از مهمترین ویژگی‌های خانواده التقاطی رسانه‌ای حضور نرم‌افزارهای مختلف در زندگی (در حوزه‌های بهداشت، سلامت، آموزشی، ورزشی و همسررداری)، مستند شدن حافظه خانوادگی (ازدواج‌ها، طلاق‌ها، تولدها، وفات‌ها، آشپزی‌ها و...)، خوانا و نویسا شدن خانواده به معنای این‌که روزانه ده‌ها و شاید صدها متن خوانده و یا نوشته می‌شود و حضور نرم‌افزارهای مختلف در زندگی و بهره‌مندی از زبان‌های متکثر برای برقراری ارتباط خانوادگی از جمله ویژگی‌های بارز این سناریو است. تعامل با فضای مجازی در خانواده التقاطی منجر به رؤیت‌پذیری زوایای پنهان و مختلف زندگی در این فضا و ورود حریم خصوصی در فضای عمومی شده است.

ویژگی‌های اصلی سناریوی دوم خانواده پایدار رسانه‌ای عبارت است از:

از مهمترین ویژگی‌های خانواده پایدار رسانه‌ای، مدیریت مصرف رسانه در خانواده، توجه به سواد رسانه‌ای اعضای خانواده، والدگری رسانه‌ای (فرزندپروری در عصر رسانه) و واکسیناسیون رسانه‌ای است که از سطح بالاتری نسبت سایر انواع خانواده برخوردار بوده است. همچنین تعامل، گفتگو و همدلی در خانواده و روابط عاطفی اعضای خانواده، گردهمایی‌ها و دوره‌های خانوادگی مورد توجه است. در خصوص روابط خانواده با جامعه مجازی، کمک به توسعه مشاغل خانگی، نقش‌آفرینی اقتصادی زنان در فضای مجازی، و ارتقاء سطح آگاهی زنان از سطح بالاتری نسبت به سایر انواع خانواده برخوردار بوده است. برابری جنسیتی در استفاده از فرصت‌های فضای مجازی نیز در این نوع خانواده قابل مشاهده است.

ویژگی‌های اصلی سناریوی سوم خانواده ناپایدار رسانه‌ای عبارت است از:

از مهمترین ویژگی‌های خانواده ناپایدار رسانه‌ای در ظهور اشکال نوین خانواده می‌توان به ازدواج اینترنتی، ولتاین ایرانی، زندگی با روابط موازی زوجین و زندگی تک زیستی اشاره کرد. تعامل، گفتگو و همدلی در خانواده، روابط عاطفی اعضای خانواده و گردهمایی و دورهمی‌های خانوادگی در سطح پایینی قرار دارد. همچنین در خصوص ارتباط خانواده با جامعه مجازی استفاده کمتر از فرصت‌های فضای مجازی، عدم توجه به نقش آفرینی اقتصادی در فضای مجازی می‌توان اشاره کرد. اوقات فراغت به شدت رسانه‌ای شده و فردگرایی در این نوع خانواده به نحو قابل توجهی وجود دارد. در این خانواده‌ها مدیریت مصرف رسانه‌ای جایگاهی ندارد و شکاف عمیق دیجیتالی میان والدین و فرزندان مشهود است.

ویژگی‌های اصلی سناریوی چهارم خانواده آشفته رسانه‌ای عبارت است از:

خانواده آشفته رسانه‌ای که به صورت غیرقابل پیش‌بینی دچار افراط و تفریط در استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی هستند و در بخش‌هایی از فرصت‌ها و نقاط مثبت این فضا بهره‌مند می‌شوند: از جمله توسعه مشاغل اقتصادی در این فضا، بهره‌مندی از زبان‌های متکثر برای برقراری ارتباط در فضای مجازی (زبان‌های مکتوب، دیداری و شنیداری)، استفاده از انواع مختلف نرم‌افزارهای فضای مجازی در حوزه‌های مختلف (آموزشی، تربیتی، سلامتی، بهداشتی) از سویی دیگر و در بخش‌هایی بدون توجه به مدیریت مصرف رسانه‌ای تأثیر این فضا بر زندگی خانوادگی آنها منجر به ظهور انواع زندگی از جمله؛ زندگی باهم باشی، زندگی تک زیستی، زندگی فراجنسیتی، زندگی با روابط موازی زوجین شده است.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در بیشتر جوامع، خانواده نهاد اصلی جامعه‌پذیری است و در شکل‌گیری انسان آینده و اجتماع آینده نقش اساسی دارد؛ لذا نحوه شکل‌گیری خانواده، سبک زندگی، نحوه و میزان فرزندآوری و نقش و کارکرد اعضای آن تعیین‌کننده تحولات آینده جامعه هستند. همچنین ماهیت خانواده، نحوه شکل‌گیری آن، مناسبات آن، ساختار، کارکرد و سبک

زندگی در آن در طول تاریخ و در جوامع مختلف دستخوش تحولات زیادی شده است. اطلاع از مؤلفه‌های تأثیرگذار در تغییرات خانواده‌های یک جامعه و تصویرسازی آینده‌های محتمل با توجه به تغییرات مؤلفه‌های اصلی می‌تواند زمینه‌ساز راهبردپذیری و اتخاذ سیاست‌های مناسب برای هدایت خانواده‌ها و متعاقب آن جامعه به وضع مطلوب باشد. کشور ایران نیز به‌عنوان یک کشور در حال توسعه، همچون بسیاری از کشورهای دیگر در مواجهه با مدرنیته، توسعه و پیشرفت‌های جوامع غربی قرار گرفته است. در این مواجهه، برخی از ارزش‌ها و نگرش‌های خانواده‌های ایرانی، تغییر یافته و همین تغییرات موجب پیدایش سبک‌های جدیدی در زندگی افراد شده است. هرچند در ایران قومیت‌های متعددی با آداب و رسوم مختص به خود وجود دارند؛ اما پیدایش فناوری‌های نوین و روندهای ارتباطی و اطلاعاتی بدون مرز، موجب شده تا شاهد همگرایی در برخی از نگرش‌ها و رفتارها در سبک زندگی خانواده‌های ایرانی باشیم. این همگرایی در میان ساکنین کلان‌شهرها بیشتر دیده می‌شود. برخی از خبرگان اظهار کرده‌اند، ورود فناوری در جامعه، شرایط زندگی را برای افراد جامعه تسهیل کرده است. به طوری که در محیط‌های علمی و پژوهش منجر به تبادلات علمی شده است. به علاوه، دسترسی به فیلم‌های علمی، فرهنگی و اجتماعی و آموزشی مناسب نیز بیشتر فراهم شده است و اگر به رسانه‌ها از منظر آگاهی‌دهنده و خدمت‌دهنده توجه کنیم؛ فناوری، سطح آگاهی افراد را نسبت به عملکرد رسانه‌ها افزایش و دسترسی آنها را به اطلاعات متعدد امکان‌پذیر کرده است. البته آنچه از دیدگاه خبرگان اهمیت دارد آن است که باید این بینش را به افراد جامعه منتقل کرد که فکر و ذهن انسان برتر از فناوری است، از این رو می‌توانند فناوری را به خدمت گرفته و سبک و کیفیت زندگی خود را تغییر داده و به ارتقا آگاهی‌های خود پردازند. خبرگان معتقدند با وجود آسیب‌ها و تهدیدهای این فضا، نباید صرفاً به معایب فناوری‌ها تأکید داشت، چراکه رسانه‌های مجازی فرصت‌هایی را نیز «در سطح خانواده» ایجاد کرده است. این فرصت‌ها شامل «تشکیل شبکه‌های اجتماعی» است که این شبکه‌ها، فرصت‌های اقتصادی، دادوستد در محیط خانواده را افزایش داده است. رسانه‌های مجازی فرصتی را برای «بازتعریف نهاد خانواده» به عمل آورده و یکی از این مؤلفه‌ها تعامل خانواده با رسانه با رویکرد

اقتصادی و مبتنی بر اقتصاد الکترونیکی در تأمین معاش خانواده است. به علاوه، فرصت «تبادلات علمی» را بین اعضای خانواده افزایش داده و نقشی در «افزایش نسبی آگاهی والدین» داشته است. با افزایش سطح آگاهی افراد جامعه به ویژه والدین نسبت به فنآوری‌های جدید می‌توان از میزان آسیب‌های این‌گونه فنآوری‌ها پیشگیری به عمل آورد. از دیدگاه خبرگان ما شاهد نقش‌های جدیدی در عصر رسانه برای والدین هستیم که از جمله مهمترین آنها مقوله «والدگری رسانه‌ای» است. در این زمینه می‌توان مؤلفه والدگری رسانه‌ای را که شامل بهبود تکنیک‌های فرزند پروری، مدیریت مصرف رسانه در خانواده، آموزش برخورد کاربردی-عملی صحیح با جهان رسانه‌ای به فرزندان، حضور میانجی‌گرانه و فعالانه والدین در استفاده فرزندان از رسانه‌ها (مداخله آموزنده، همراهی در تماشا، بازآفرینی فضای همدلانه و مشارکتی، تکنیک بهبود رابطه)، تقویت مهارت تفکر فرزندان در همه شاخه‌های آن (از تفکر نقادانه تا تفکر خلاقانه) توسط والدین دانست.

از دیگر مؤلفه‌ها در پیکره‌بندی ساختار مناسبات خانواده از منظر خبرگان، «زنانه شدن زندگی» با تمرکز بیشتر بر نقش زنان در خانواده است. این مؤلفه شامل توسعه مشاغل خانگی، نقش آفرینی اقتصادی زنان در فضای مجازی است. تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، زن را دیگر تجسم یافته از پدرسالاری که به آن گره خورده بود، ندانسته، بلکه برای زن هویتی مستقل در برابر هویت پدرسالارانه پذیرفته است. در این فضا زنان با گزینش آگاهانه‌تر، آزاد هستند تا خود را در قلمروهای فیزیکی و سایبری، معرفی و در فضایی نسبتاً امن و سازنده و بدون محدودیت، بیازمایند و قدرت را تجربه کنند.

اگرچه بستر سنتی خانواده در ایران، جمع‌گرا و آیین محور بوده است؛ اما بر اساس دیدگاه خبرگان امروزه با حضور فنآوری‌های نوین ارتباطی شاهد، توسعه ارزش‌های فردی و فردگرایی به صورت فراگیر در جامعه ایرانی هستیم. به این معنا که اعضای خانواده به جای اولویت دادن به خواسته‌ها و علایق جمعی، به ارزش‌ها و خواسته‌های فردی خود در خانواده بها می‌دهند. چنان‌که پیش از ورود فنآوری، گردهمایی‌ها و حضور اعضای خانواده در کنار یکدیگر به صورت دایره‌وار بوده است، با ورود تلویزیون نحوه گردهمایی خانواده‌ها تغییر کرده و به صورت خطی درآمده، در ادامه با

ظهور و ورود فناوری‌های نوین ارتباطی و استفاده خانواده‌ها از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی منجر به اتمیزه شدن و استفاده و بهره‌مندی فردی هر یک از اعضای خانواده از محتوای شبکه‌های اجتماعی شده است. این موضوع خود بیانگر شدت فردگرایی در میان خانواده‌های ایرانی شده است. از سوی دیگر در پی بروز فردگرایی و زوال اقتدار سنتی در خانواده ایرانی، تغییراتی در انتخاب همسر پدیدار شده که این امر خود منجر به کاهش تعداد فرزندان و بعد خانوار گردیده است. همچنین با درگیری بیش‌ازپیش خانواده‌ها با تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در ایران، خانواده ایرانی هر روز کوچک و کوچک‌تر شده و شعار «فرزند کمتر، زندگی بهتر» جانشین تمام ارزش‌هایی گردیده است که داشتن چند فرزند، کمتر معیار زندگی خانوادگی امروزی است. همچنین بر مبنای دیدگاه خبرگان، گذران اوقات فراغت نیز امروزه متأثر از فضاهای رسانه‌ای شده است و ما شاهد رسانه‌ای شدن اوقات فراغت یا «اوقات فراغت رسانه‌ای» در پیکره‌بندی خانواده ایرانی هستیم. بدین ترتیب خانواده ایرانی فراغت مجازی را جایگزین شرایط واقعی فراغت می‌کند؛ البته این تغییر، متأثر از عوامل چندگانه از جمله طبقه اجتماعی، میزان درآمد، سرمایه‌های در اختیار (فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی)، جنسیت، شهری و روستایی بودن و ... نیز است. جدای از متغیرهای دخیل در نحوه غنی‌سازی اوقات فراغت، واقعیت موجود در جامعه حاکی از آن است که مصرف منفعلانه و خانگی فراغت در حال شکل‌گیری است که به‌نوعی بازتاب‌دهنده و تقویت‌کننده روحیه فردگرایی در فراغت‌های رسانه‌ای اعضای خانواده ایرانی محسوب می‌گردد.

از جمله الگوهای جدید در ساختار خانواده ایرانی که یکی از جدیدترین پدیده‌های فرهنگی در حوزه مناسبات بین دو جنس مخالف است؛ برگزاری مراسم ولنتاین یا روز عشق است. این پدیده، سنت و فرهنگ ایرانی-اسلامی را به چالش می‌کشد؛ زیرا یکی از تابوهای بزرگ در جامعه ایرانی-اسلامی، تعامل آزاد دو جنس مخالف در بستری غیر از خانواده و ازدواج است. این در حالی است که این پدیده در فضای عمومی، این تابو را عینیت و برجستگی بخشیده است. در همین راستا و از دیدگاه خبرگان، یکی از زیرمقوله‌های «پیکره‌بندی نوین خانواده»، گرایش به «سبک زندگی فراجنسیتی» است.

منظور از زندگی فراجنسیتی، سبکی از زندگی است که مرزهای وظایف و عملکردهای سنتی زنان و مردان درنور دیده شده و تأثیر عمیقی در بازتاب زندگی زوجها ایجاد کرده است. یکی از مؤلفه‌های «زندگی فراجنسیتی»، «تغییر کیفیت زندگی» است. این مؤلفه دارای زیرمؤلفه و مفاهیمی از قبیل «کاهش کیفیت زندگی زناشویی»، «کاهش مرزهای اخلاقی»، «شیءپرستی بیشتر زنان»، «غلبه مادی‌گرایی»، «تغییر نگرش به زندگی» به‌ویژه در «فعالیت‌های شغلی» و «ارتباطات خانوادگی» است.

از دیگر مؤلفه‌های پیکره‌بندی نوین خانواده از منظر خبرگان، «زندگی باهم باشی» است. ویژگی‌های این نوع از سبک زندگی از دیدگاه خبرگان شامل، «عدم پیوند رسمی ازدواج»، «هم‌خانگی بدون ازدواج»، «عدم پیوند رابطه زن و شوهری»، «عدم وجود مسئولیت‌پذیری بین زن و مرد»، و «عدم وجود تعهد بین زن و مرد» بوده است.

لذا تغییرات در سبک زندگی خانواده ایرانی با تأکید بر نقش آفرینی فناوری‌های نوین ارتباطی باتوجه به مؤلفه‌های ارائه‌شده توسط خبرگان، ۴ سناریو استخراج گردید که ازجمله تفاوت‌های اساسی هرکدام از سناریوها به‌اختصار شامل این موارد بودند: از مهمترین ویژگی‌های «خانواده التقاطی رسانه‌ای» حضور نرم‌افزارهای مختلف در زندگی، مستند شدن حافظه خانوادگی، خوانا و نویسا شدن خانواده، بهره‌مندی از زبان‌های متکثر برای برقراری ارتباط خانوادگی ازجمله ویژگی‌های بارز این سناریو است. تعامل با فضای مجازی در خانواده التقاطی منجر به رؤیت‌پذیری زوایای پنهان و مختلف زندگی در این فضا شده است. از مهمترین ویژگی‌های سناریوی «خانواده پایدار رسانه‌ای»؛ مدیریت مصرف رسانه در خانواده، توجه به سواد رسانه‌ای اعضای خانواده، والدگری رسانه‌ای و واکسیناسیون رسانه‌ای در این سناریو از سطح بالاتری نسبت سایر انواع خانواده برخوردار بوده است. از مهمترین ویژگی‌های سناریوی «خانواده ناپایدار رسانه‌ای»؛ ظهور اشکال نوین خانواده ازجمله ازدواج اینترنتی، ولنتاین ایرانی، زندگی با روابط موازی زوجین و زندگی تک‌زیستی اشاره کرد. به‌طوری‌که در این سناریو، مدیریت مصرف رسانه‌ای جایگاهی نداشته و شکاف عمیق دیجیتالی میان والدین و فرزندان مشهود است. از مهمترین ویژگی‌های سناریوی «خانواده آشفته رسانه‌ای»؛ به‌صورت غیرقابل‌پیش‌بینی دچار افراط و تفریط در استفاده از فناوری‌های

نوین ارتباطی هستند و در بخش‌هایی از فرصت‌ها و نقاط مثبت این فضا بهره‌مند می‌شوند و در بخش‌هایی تحت تأثیر آسیب‌ها و تهدیدهای این فضا قرار می‌گیرند. وجه اشتراک در هر ۴ سناریو؛ اضافه شدن هزینه‌های اینترنت در سبد فرهنگی خانواده ایرانی، افزایش چشمگیر مصرف‌گرایی خانواده (خرید اینترنتی) و توجه خاص به اوقات فراغت رسانه‌ای (خانگی شدن اوقات فراغت) است، که پیش‌ازاین وجود نداشت. هرچند در ایران قومیت‌های متعددی با آداب‌ورسوم مختص به خود وجود دارند، اما پیدایش فناوری‌های نوین و روندهای ارتباطی و اطلاعاتی بدون مرز، موجب شده تا شاهد همگرایی در برخی از نگرش‌ها و رفتار در سبک زندگی خانواده‌های ایرانی باشیم. این همگرایی در میان ساکنین کلان‌شهرها بیشتر دیده می‌شود. در این پژوهش سعی شد تا سناریوهای سبک زندگی خانواده در ایران با ورود فناوری‌های نوین ارتباطی و روند تحولات در ابعاد ساختاری از دیدگاه خبرگان و از منظر جامعه‌شناختی ارائه گردد. باتوجه‌به این مسئله، نگرشی تازه به آینده خانواده و مناسبات درون آن جهت برنامه‌ریزی باتوجه‌به الگوی ایرانی اسلامی ضروری است.

کتابنامه

- ابادزی، یوسف‌علی؛ چاوشیان، حسن (۱۳۸۱). از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی. *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۰، پاییز و زمستان.
- احمدی، وکیل؛ قاسمی، وحید و کاظمی پور، شهلا (۱۳۹۱). بررسی نقش گذار جمعیتی در تغییرات جامعه‌شناختی. *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، سال دهم، ش ۱.
- اینگلهارت، رونالد (۲۰۰۴). *تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی*. (مریم وتر، مترجم)، تهران: انتشارات کویر.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۹۰). *پساسیاست؛ نظریه و روش*. تهران: نی.
- جعفری، علی؛ فتحی، حبیب‌الله (۱۳۹۶). رابطه مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی). *مطالعات رسانه‌های نوین*، سال سوم بهار ۱۳۹۶ شماره ۹.

- حاجیانی، ابراهیم و آزیبا اخلاقی (۱۳۸۹). آینده‌نگری تحولات ساختاری خانواده. همایش ملی آینده‌پژوهی مسائل خانواده در ایران، مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- خالدی، مهرنوش (۱۳۹۲). سبک‌های نوین زندگی خانوادگی در ایران. همایش تحولات سبک زندگی در ایران، مرکز تحقیقات استراتژیک و معاونت امور اجتماعی، فرهنگی شهرداری تهران.
- حبیب پور گنابی، کرم (۱۳۹۵). تحولات سبک زندگی در ایران. فصلنامه فرهنگ مردم ایران، بهار شماره ۴۴.
- خزایی، سعید؛ محمودزاده، امیر (۱۳۹۲). آینده‌پژوهی. تهران: انتشارات آگاه.
- خواجه‌نوری، بیژن؛ مقدس، علی‌اصغر (۱۳۸۷). بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر میزان گذران اوقات فراغت؛ مورد مطالعه: دانش آموزان دبیرستانی شهرستان آباد. پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، ۲، صص. ۱۵۵-۱۳۳.
- رابرتسون، جفری (۲۰۰۴). جنایت علیه بشریت. مشهد: دانشگاه علوم اسلامی رضوی.
- رحیمی، محمد و پرنده، رادبه (۱۳۹۲). آسیب‌شناسی فضای مجازی و خانواده؛ تهدیدها و چالش‌ها. سایت علوم اجتماعی.
- رسولی، کریم (۱۳۸۲). بررسی وضعیت اشتغال زنان و تأثیر بر خانواده در شمال شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی رودهن.
- رضوی‌زاده، سیدنورالدین (۱۳۸۶). بررسی تأثیر رسانه‌ها بر سبک زندگی ساکنان شهر تهران. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران.
- صراف، سها (۱۳۸۵). جامعه اطلاعاتی و جنسیت. ماهنامه زمانه، شماره، ۴۸.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی. چاپ یکم، تهران: صبح صادق، ۱۳۸۲.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۵). آیا شبکه‌های اجتماعی مسئله خانواده ایرانی است؟ سخنرانی در هفتمین کنگره ملی آسیب‌شناسی خانواده، دانشگاه شهید بهشتی، ۲۱ الی ۲۲ اردیبهشت ماه ۱۳۹۵.

- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۲). تجربه تجدید: رویکردی انسان‌شناختی به امروزی‌شدن فرهنگ ایرانی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۴). پی‌یر بوردیو: پرسمان دانش و روشنفکری. *مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد*، ۱(۲)، صص. ۱۶۱-۱۴۱.
- قاسمی‌پور، مریم؛ مظفری‌نیا، سهراب (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین سبک زندگی متأثر از فضای مجازی و طلاق عاطفی در شهر ایلام. *فرهنگ ایلام*، دوره ۱۸ پاییز و زمستان ۱۳۹۶ شماره ۵۶ و ۵۷.
- قزلسقلی فرخی، محمدتقی (۱۳۹۳). *فلسفه سیاسی*. تهران: رشد آموزش.
- کاویانی، محمد (۱۳۹۱). *سبک زندگی اسلامی و ابزار سنجش آن*. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- کریمی لوئی، علی (۱۳۹۵). *خانواده و سبک زندگی*، کارشناس‌ارشد روان‌شناسی بالینی دانشگاه خوارزمی، تهران
- کوزر، لوئیس (۱۳۸۴). *نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر*. (محسن ثلاثی، مترجم)، تهران: انتشارات علمی.
- گنجی، محمد؛ نیازی، محسن؛ مهربان، زهرا (۱۳۹۸). *نشریه پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر*، سال هشتم شماره ۱۴، ۱۸۹، ۱۵۵-۱۴۰.
- محمدیان، محمود؛ دهدشتی، زهره؛ خاشعی، وحید؛ کاشانی، حامد (۱۳۹۵). *خانواده و الگوی مصرف: تحلیلی کیفی بر الگوهای رفتار خرید مبتنی بر نظریه‌های سبک زندگی*. *فصلنامه فرهنگی-تربیتی زنان و خانواده*، پیاپی ۳۴، بهار.
- معصوم شاهی، ربابه؛ باغبان، ابوالفضل؛ باغبان، سهیلا (۱۳۹۶). تأثیر رسانه بر سبک زندگی خانواده. *اولین همایش ملی علوم رفتاری و اسلامی*.
- ملاسعیدی، سارا (۱۳۹۶). *پیش‌بینی الگوی مصرف بر اساس مؤلفه‌های سبک زندگی*. *فصلنامه علوم اجتماعی*، شوشتر سال یازدهم بهار ۱۳۹۶ شماره ۱ (پیاپی ۳۶).
- Baudrillard, J. (1998). *the Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage.
- Giddens, A. (2009). *The Transformation Of Intimacy: Sexuality, Love And Eroticism In Modern Societies*, Stanford University Press.

- Gonzalo Bacigalupe, Iris Bräuninger(2017). *Emerging Technologies and Family Communication: The Case of International Students in Contemporary Family Therapy* 39(4), pp. 289-300.
- Huss, W. R. (1988). A move toward scenario analysis. *International Journal of Forecasting*, 4(3), pp. 377-388.
- Rainie, L & Wellman, B. (2012). *Networked, The New Social Operating System*. MIT Press.
- Southerton, D (2001). Consuming Kitchens: Taste, Context and Identity Formation, *Journal of Consumer Culture*, 2, pp. 179-203.
- Sobel, M. (1981). *Lifestyle and Social Structure: Concepts, Definitions, and Analyses*. Academic Press. Koerner, A.F., & Fitzpatrick. M.A. (2002). *toward a theory of family communication. Running head theory of family communication* MCN aughton.

