

اخلاق

فصلنامه علمی - ترویجی در حوزه اخلاق

سال هفتم، شماره ۲۸، پیاپی ۵۰، زمستان ۱۳۹۶

صفحات ۱۵۹-۱۳۱

AKHLAGH
Religious Extension Quarterly
No.28/ WINTER 2018/Seventh Year

تدوین الگوی استفاده خانواده از فضای مجازی و سایر براساس نظریه داده بنیاد

منصور دهقان منشادی*، رسول نظری**

چکیده

امروزه مصرف کالاهای فرهنگی از مهم ترین زمینه های فعالیت در حوزه سبک زندگی به شمار می رود. هدف پژوهش حاضر تدوین الگوی مناسب برای استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبراست. برای تدوین این الگو و به دست آوردن داده هایی متناسب با موضوع مطالعه، از روش کیفی نظریه داده بنیاد استفاده شده است. شرکت کنندگان در پژوهش حاضر، صاحب نظران و متخصصان حوزه اخلاق و خانواده بودند که با نمونه گیری نظری برای مصاحبه نیمه ساختاریافته و اکتشافی انتخاب شدند و مصاحبه ها تا رسیدن داده ها به اشباع نظری ادامه یافت. اعتبار یافته ها با روش های تطبیق توسط اعضا، بررسی همکار و مصاحبه های آزمایشی تأیید شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از کدگذاری باز، محوری و گزینشی استفاده شد.

نتایج پژوهش گویای آن است که ۳۳۵ گزاره مفهومی اولیه با ۱۷ مقوله اصلی و ۴۹ مقوله فرعی در قالب ابعاد شش گانه مدل پارادایمی شامل: موجبات علی (۳ مقوله)؛

* عضو هیئت علمی گروه مدیریت آموزشی دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.

mansoor.d.8@gmail.com

** دانشیار گروه مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان).

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۹/۲۱

تاریخ تأیید: ۱۳۹۶/۱۰/۳۰



پدیده اصلی (فضای مجازی و سایبر)؛ راهبرد (۲ مقوله)؛ ویژگی‌های زمینه‌ای (۶ مقوله)؛ شرایط محیطی (۴ مقوله)؛ و پیامد (۲ مقوله) شناسایی شدند. یکپارچه‌سازی مقوله‌ها بر مبنای روابط موجود میان آن‌ها، مدل پارادایمی را شکل داد که الگوی مناسب را برای استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبر ارائه می‌کند.

واژگان کلیدی

سبک زندگی، سواد خانواده، فضای مجازی و سایبر، مدل پارادایمی، نظریه داده‌بنیاد.

مقدمه

فرهنگ، سرمایه متراکم معنوی و مادی است که اصلی‌ترین عامل حفظ و تقویت هویت ملی و تاریخی کشور و جامعه شناخته می‌شود. از حیث معنوی، شامل ارزش‌ها، هنجارها، رفتارها، باورها و نیاورها و اعتقادات و نگرش‌ها و از حیث مادی، شامل کالاها، خدمات و محصولات و ابزارهای فرهنگی است (ر. ک: عابدینی و مولایی، ۱۳۹۱: ۷۷ تا ۹۵). مصرف کالاهای فرهنگی به منزله یک کنش الگودار می‌تواند با توجه به تفاوت وضعیت جامعه‌پذیری افراد در خانواده، میزان تحصیلات و میزان مشارکت در گروه‌های حرفه‌ای متفاوت باشد (ر. ک: پورجبللی و خلیلی، ۱۳۹۰: ۱ تا ۲۳). میزان گرایش به مصرف کالاهای فرهنگی در جوامع رو به افزایش است و در سال‌های اخیر کیفیت و شیوه ارائه این کالاها تغییرات زیادی کرده است (ر. ک: رشیدپور، ۱۳۸۸: ۵۵ تا ۷۴). پیامدهای مصرف کالاهای فرهنگی و هنری پیوسته بر میزان مصرف آن‌ها تأثیرگذار است (ر. ک: کاظمی، ۱۳۸۷، ۱۴۳).

ماهیت فناوری اطلاعات و ارتباطات به گونه‌ای است که این فناوری به یکی از ضرورت‌های زندگی بشر مبدل گشته و فراگیر شده است (ر. ک: نورمحمدی، ۱۳۹۰: ۱۲۷ تا ۱۴۵). امروزه با رواج رایانه و اینترنت در میان خانواده‌ها، ارزش‌های اجتماعی تحت تأثیر قرار گرفته و تغییراتی در رفتار و گفتمان نسل جوان به وجود آمده است (ر. ک:



خدامرادی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۵۵ تا ۱۶۷). برای دستیابی به زندگی بهتر در این جهان وابسته به اطلاعات، بررسی ماهیت و نحوه فعالیت شبکه‌های اجتماعی و همچنین بررسی موضوعات فرهنگی و اجتماعی مرتبط با این شبکه‌ها و بومی کردن آن‌ها برای ارتقای هویت فرهنگی و تضمین سلامت جامعه ضروری است (ر. ک: زارعی و جعفری نویمی پور، ۱۳۹۵: ۲۱۹ تا ۲۴۹).

از سوی دیگر، برنامه‌ریزی برای جهت‌گیری در برابر تأثیرات فرهنگی و اجتماعی رسانه‌های دیجیتال و فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات اگر با ارزش‌ها و اهداف ملی و دینی، سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی ارزشمند کشور و با توجه به الگوهای برآمده از جمهوری اسلامی ایران که در قالب «الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت» یاد می‌شوند متناسب باشد، اهمیتی مضاعف می‌یابد. روند رشد فناوری‌ها و رسانه‌های نوین، هم‌زمان ترکیبی از فرصت‌ها و تهدیدها را به همراه دارد؛ از جمله در قالب انتقال محتوا و پیام، زمینه‌ساز تحولات فرهنگی و اجتماعی بسیاری است (ر. ک: اکبری تبار و اسکندری پور، ۱۳۹۲، ص ۵).

گسترش روزافزون تکنولوژی‌های ارتباطی جدید در سال‌های اخیر، جنبه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی حیات بشر را با مسائلی روبه‌رو کرده است. عصر حاضر که عصر ارتباطات نیز نام‌گذاری شده است، صحنه ظهور ابزارها و فناوری‌های مَدِرَن اطلاعاتی و ارتباط جمعی مانند اینترنت، ماهواره، شبکه‌های متنوع و پیشرفته، تلفن همراه و... است و به تبع آن در ابعاد و شئون زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها و مناسبات فرهنگی، سیاسی و اقتصادی تغییر و دگرگونی روی داده است. فضای ایجاد شده که متشکل از ابزارهای ارتباطی، مؤلفه‌های فردی و اجتماعی و کُنش متقابل میان آن‌هاست، با عنوان فضای مجازی مطرح شده است که می‌تواند یکی از ویژگی‌های بارز جهانی شدن و عصر ارتباطات به‌شمار رود (ر. ک: غفاری هاشجین و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۱۷ تا ۱۳۶). فضای مجازی نشان‌دهنده شکل جدیدی از ارتباطات است که به صورت الکترونیکی و سریع‌جانشین ارتباطات سنتی شده است (ر. ک: بریانت، ۱۹۹۲، ص ۱۳۸-۱۵۵).





واژه «سایبر»، از ریشه یونانی لغت «کنترل» گرفته شده و به طور ترکیبی در واژه «سایبرنتیک» به کار رفته است. مفهوم سایبرنتیک بر سیستم های کنترلی ابرتکنولوژی های رایانه ای به هم پیوسته، تکنولوژی جدید و واقعیات مصنوعی با راهبردهای دستیابی و کنترل سیستمی دلالت دارد (ر. ک: سلطانی فرو همکاران، ۱۳۹۱: ۱۵ تا ۲۸). در سال های اخیر، شبکه های اجتماعی اینترنتی پدید آمده و در کانون توجه کاربران اینترنت، به ویژه نسل جوان قرار گرفته اند. این شبکه ها که بر مبنای تشکیلات برخط (آنلاین) فعالیت می کنند، به افراد اجازه می دهند در یک سیستم مشخص و با داشتن صفحه شخصی به معرفی خود، اشتراک اطلاعات و برقراری ارتباط با دیگران پردازند و از این طریق ارتباطشان را با دیگران حفظ کنند و ارتباطات اجتماعی جدیدی را نیز شکل دهند (ر. ک: بوید، ۲۰۱۴، ص ۱-۲۷۱).

گسترش فناوری و رواج انواع وسایل ارتباط جمعی در میان خانواده ها بر ارزش های اجتماعی آنان تأثیر گذاشته و موجب تغییراتی در رفتار و گفتمان نسل جوان شده است (ر. ک: کفاشی، ۱۳۸۸: ۷ تا ۵۷). محققان در مطالعات خود به ارتباط مشکلاتی مانند تنهایی، اضطراب اجتماعی و ضعف مهارت اجتماعی با میزان استفاده از اینترنت پی برده اند (ر. ک: کاپلان و اندرو، ۲۰۱۱، ص ۳۵-۳۱۴).

کوچک ترین اما مهم ترین نهاد اجتماعی، یعنی خانواده، عامل اساسی در گسترش و ترویج فرهنگ و چگونگی استفاده از کالاهای فرهنگی محسوب می شود (ر. ک: عابری، ۱۳۸۶، ص ۱۱). یکی از مهم ترین گروه های متأثر از این تحولات سیاسی و اجتماعی نوجوانان هستند (کرتیس، ۲۰۱۵: ۱ تا ۳۹).

شیوع اعتیاد به اینترنت، فضای سایبری و دنیای مجازی و ارتکاب به جرایم رایانه ای در حوزه های مختلف اجتماعی موجب بروز آسیب ها و خسارات متعددی در جامعه می گردد. یکی از مهم ترین آسیب های وارد بر فرد و جامعه، نابودی مبانی و اصول اخلاقی و نظام اجتماعی است که خسارات زیادی برای نظام های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جامعه به بار می آورد (ر. ک: مرعشیان و کشفی، ۱۳۹۵: ۹۱ تا ۱۰۲). این آسیب ها در بُعد

فردی رنجش‌های جسمی، روان‌شناختی و اخلاقی به دنبال دارد و در بُعد جمعی موجب شکاف‌های خانوادگی و آسیب‌های اجتماعی می‌شود. یکی از ویژگی‌های بسیار مؤثر و نامطلوب فضای مجازی، محتواهای نامناسبی است که به راحتی در اختیار همه کاربران قرار دارد و امنیت اخلاقی خانواده‌ها را به خطر می‌اندازد. براین اساس، در فضای مجازی مشکلات اخلاقی تازه‌ای پدیدار شده که نیازمند رسیدگی است. ورود فضای مجازی به جامعه اسلامی ایران و فراگیر شدن آن، سبب بروز آسیب‌های جدیدی شده است که برای نمونه می‌توان به افزایش روابط دختر و پسر، رعایت نکردن عفت، شیوع محتوای هرزه‌نگارانه، انزوا و افسردگی، دوری از خانواده، اعتیاد به اینترنت و رعایت نکردن اخلاق اسلامی در میان کاربران ایرانی اشاره کرد (شاملی، ۱۳۹۶: ۱۱ تا ۳۴). شب‌بیداری کاربران نوجوان و جوان فضای مجازی موجب می‌شود آن‌ها به جای اینکه در روز برای تعالی خود و جامعه بکوشند، تا نیمه‌های روز در خواب بمانند یا اینکه در محیط کار و محیط علمی با خستگی زیاد و عدم تمرکز حاضر شوند (ر. ک: کوک، ۲۰۱۱، ص ۱۴۱-۱۴۳). از این رو، برای دوری از آسیب‌های ناشی از فضای مجازی و برخورد هوشمندانه با آن، اشراف کامل و به‌روز بر عوامل محیطی حوزه سیاسی و فرهنگی فضای مجازی در سطح داخلی و خارجی و شناخت آثار چشمگیر آن در ابعاد فردی و اجتماعی اهمیت دارد. همچنین، مواجهه فعال و خردمندانه با فضای مجازی برای بهره‌گیری بیشتر از فرصت‌های موجود، در راستای پیشبرد اهداف انقلاب اسلامی، از بایسته‌های پژوهش در این زمینه است. به گفته رهبر معظم انقلاب، حوزه فضای مجازی به اندازه انقلاب اسلامی اهمیت دارد.

حبیبی و بهنامی فرد (۱۳۹۵) در پژوهشی عوامل زمینه‌ای، پایگاه اجتماعی اقتصادی، امنیت اجتماعی و هویت اجتماعی را عوامل مؤثر بر فضای مجازی اینترنت معرفی کرده‌اند. شاه‌جعفری و همکاران (۱۳۹۴) دسترسی به اطلاعات و منابع و عامل فراغتی را مؤلفه‌های الگوی استفاده از اینترنت در طراحی برنامه‌های پس از مدرسه در نظر گرفته‌اند. فرزانه و فلاحتی شهاب‌الدینی (۱۳۹۴) در پژوهشی که درباره دانش‌آموزان دختر





مقطع متوسطه دوره دوم شهر بابل انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی عبارتند از: پایگاه اقتصادی اجتماعی، اعتقادات دینی، میزان اعتماد اجتماعی، آزادی‌های اجتماعی و دیدگاه خانواده. خدایاری و همکاران (۱۳۹۳) اعتماد به شبکه‌های اجتماعی، تنوع و گستردگی، اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان، رشته تحصیلی و جنسیت را در میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی در میان دانشجویان دانشگاه آزاد مشهد مؤثر دانسته‌اند. هاشمی و همکاران (۱۳۹۰) سواد ارتباطی، مدت استفاده از اینترنت، پایگاه اجتماعی خانواده، اعتماد به فضای مجازی، دسترسی به اینترنت، محل دسترسی به اینترنت، رضایت و خشنودی از خدمات فضای مجازی، جنسیت و محل زندگی را مؤلفه‌های الگوی استفاده از فضای اینترنت معرفی کرده‌اند. حافظ‌نژاد (۱۳۸۹) معتقد است ویژگی‌های جنسیت، محل سکونت، شغل، درآمد، سطح تحصیلات و نگرش والدین بر استفاده دانش‌آموزان از اینترنت مؤثر است. آتمان و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی سهولت دسترسی به اطلاعات را عامل مهم در دستیابی به فضای مجازی دانسته‌اند. جوینسان (۲۰۰۸) خصوصیات شخصی، باورها، ارزیابی‌های رفتار، نیازها و عوامل انگیزشی افراد را در تحریک آن‌ها به ماندن در فضای مجازی مؤثر می‌داند. از نظر بوید (۲۰۰۷) عامل جنسیت بر مشارکت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مؤثر است.

خانواده به منزله واحدی اجتماعی، ریشه و پایه تشکیل جامعه و محافظ عواطف انسانی است. آنچه در خانواده اهمیت دارد، توجه به ارزش‌ها به ویژه ارزش‌های خانوادگی اجتماعی و توجه به آداب و اخلاق زندگی است. ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی و تحولاتی که در فضای مجازی و سایبر در عصر حاضر رخ داده، بسیاری از کارکردهای خانواده را متحول کرده است. بنابراین رشد و ارتقای سواد فرهنگی خانواده برای رویارویی با این موضوع و کاهش آسیب‌های ناشی از آن، ضروری و مهم است؛ به این معنا که خانواده باید عوامل، زمینه‌ها، راهکارها و ویژگی‌های محیطی دخیل در استفاده از فضای مجازی و سایبر را بشناسد و از فواید کاربری درست آن آگاهی یابد. تدوین الگوهای

مناسب می‌تواند به این امر کمک کند. تحقیقاتی که تاکنون در این باره انجام شده و الگوهایی که در این زمینه تدوین شده است، هرکدام به جنبه‌ای از این مسئله پرداخته‌اند؛ لذا تدوین الگویی جامع در این باره ضروری است.

با توجه به مطالب گفته شده، این تحقیق سعی دارد با استفاده از نظر صاحب نظران حوزه اخلاق و خانواده، الگوی مناسبی را برای استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبر تدوین کند؛ الگویی که عوامل علی، پدیده اصلی، بستر و زمینه، اوضاع محیطی، راهبردها و پیامدها در آن معلوم باشد تا خانواده‌ها با استفاده از آن بتوانند در جامعه متلاطم امروزی خود را از گزند آسیب‌های پیش‌رو، به ویژه آسیب‌های اخلاقی، مصون بدارند. سؤالی که در این پژوهش مطرح است این است که الگوی مناسب برای استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبر کدام است.

روش شناسی

روش تحقیق در پژوهش حاضر، کیفی بود که با استفاده از راهبرد نظریه داده بنیاد استراوس و کربین، نظرات مصاحبه‌شوندگان درباره مؤلفه‌های الگوی استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبر تحلیل شد. جامعه آماری، استادان گروه معارف اسلامی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی بودند که متخصصان و صاحب نظران حوزه اخلاق و خانواده در نظر گرفته شدند. از میان آن‌ها هیجده نفر به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری پژوهش، نظری بود؛ بدین صورت که داده‌ها در جریان پژوهش تکوین یافت و هر داده، از تحلیل داده‌های پیشین به دست آمد. نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع نظری مقوله‌ها ادامه یافت. ابزار این پژوهش، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و اکتشافی بود. سؤالات مصاحبه‌ها از نوع باز پاسخ بود و براساس ابعاد نظریه داده بنیاد، موجبات علی، اوضاع محیطی، ویژگی‌های زمینه‌ای، راهبردها و پیامدهای الگوی استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبر را بررسی کرد تا موضوع از زبان مصاحبه‌شوندگان روشن شود. زمان هر مصاحبه به طور میانگین پنجاه دقیقه بود. تمام مصاحبه‌ها را شخص محقق انجام داد. مصاحبه‌ها با اجازه مصاحبه‌شوندگان ضبط و سپس مکتوب شد.





تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش تحلیل خرد انجام شد؛ یعنی داده‌ها با فرآیند کدگذاری باز، محوری و گزینشی و براساس نظریه داده‌بنیاد استراوس و کربین تحلیل شدند. ابتدا با کدگذاری باز، قسمت‌هایی که با توجه به اهداف و سؤالات پژوهش می‌توانست کد مفهوم اولیه در نظر گرفته شود، تعیین شد. بعد، در مرحله کدگذاری محوری با گردآوری مقوله‌ها حول مقوله محوری، میان مفاهیم و مقوله‌ها استنباطی نظام‌مند برقرار شد. در پایان، با کدگذاری گزینشی، حوزه‌های مشترک مشخص شد و با یکپارچه‌سازی مقوله‌های حاصل از تمام مصاحبه‌ها، مؤلفه‌های الگوی استفاده خانواده از فضای مجازی و سایر معلوم گردید.

برای سنجش روایی پژوهش حاضر، گزارش پایانی فرآیند تحلیل داده‌ها و مقوله‌های به‌دست آمده و متن مصاحبه در اختیار سه تن از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت و از نظرات آن‌ها در کدگذاری‌ها و تدوین الگو استفاده شد. همچنین، سه تن از استادان صاحب نظر، فرآیند کدگذاری‌ها را بررسی کردند و پیشنهادهای آن‌ها در تدوین الگو به کار گرفته شد. پژوهشگر برای سنجش پایایی ابزار پژوهش، دو مصاحبه آزمایشی ترتیب داد؛ بعد از تحلیل نتایج و مقایسه با اهداف و سؤالات پژوهش، اصلاحاتی در سؤالات و اولویت بندی پرسش‌ها داده شد تا دقت ابزار تحقیق بیشتر شود.

یافته‌ها

کدگذاری باز

کدگذاری باز مانند درست کردن یک پازل است. پژوهشگر در ابتدا باید قطعات پازل را برحسب رنگ مرتب کند و تصویر را با کنار هم گذاشتن تک تک قطعه‌ها از نو بسازد (ر. ک: استراوس و کربین، ۱۳۹۴، ص ۲۴۲). از این رو، روند کدگذاری باز این پژوهش بعد از اولین مصاحبه شروع شد. هر مصاحبه و برداشت تحلیلی از آن، تعیین‌کننده مسیر مصاحبه بعدی بود. مصاحبه‌ها پاراگراف بندی و هریک در جدولی فهرست شدند و طبق روش کدگذاری باز به صورت مفاهیم و کد مفهوم درآمدند. در نهایت ۳۳۵ کد مفهوم

اولیه از مصاحبه‌ها استخراج شد. برای نمونه، در جدول شماره (۱) یکی از مصاحبه‌ها در فرآیند کدگذاری باز نشان داده شده است.

جدول شماره (۱): نمونه‌ای از عبارات مصاحبه و کدهای مفهومی در کدگذاری باز

عبارات مصاحبه	کد مفهومی
برای اینکه خانواده بتواند از فضای مجازی، خوب استفاده کند باید فرهنگ آن حاکم شود. باید روی ارزش‌های اخلاقی سرمایه‌گذاری شود تا فرد سراغ فضای مجازی آلوده نرود. ارتباط میان اعضای خانواده نیز باید تقویت شود.	۱. ایجاد فرهنگ مناسب برای استفاده از فضای مجازی ۲. سرمایه‌گذاری برای ارزش‌های اخلاقی ۳. تقویت ارتباط میان اعضای خانواده
اگر فضای مجازی و سایبری خوب مدیریت شود موجب افزایش آگاهی افراد جامعه می‌شود. پیوند اعضای خانواده تقویت می‌شود. مشکلات اخلاقی در جامعه کم می‌شود.	۴. افزایش آگاهی افراد در جامعه ۵. تقویت پیوند اعضای خانواده ۶. کاهش مشکلات اخلاقی در جامعه
خصوصیات فردی افراد بر استفاده از فضای مجازی تأثیر دارد. نظارت خانواده می‌تواند نقش مهمی در استفاده مطلوب فرزندان از فضای سایبری داشته باشد. نیازهای اعضای خانواده در استفاده آن‌ها از فضای مجازی مؤثر است.	۷. ویژگی‌های فردی اعضای خانواده ۸. نظارت خانواده ۹. نیازهای اعضای خانواده
جایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده از عوامل محیطی هستند که می‌توانند بر فضای سایبری اثر بگذارند. البته فناوری اطلاعات هم می‌تواند بر این فضا تأثیر داشته باشد.	۱۰. جایگاه اقتصادی خانواده ۱۱. جایگاه اجتماعی خانواده ۱۲. فناوری اطلاعات
بستر لازم برای ایجاد فضای سایبری ایمن را می‌توان ابزارهای فناوری و وجود فضای مطلوب و مناسب در خانواده در نظر گرفت.	۱۳. ابزارهای فناوری ۱۴. فضای مطلوب خانواده
اگر بخواهیم الگوی مناسبی برای استفاده خانواده‌ها از فضای مجازی تدوین کنیم، باید همه جوانب آن را در نظر بگیریم؛ به طوری که خانواده‌ها بتوانند از روش‌هایی که آن الگو پیشنهاد می‌دهد استفاده کنند.	۱۵. در نظر گرفتن تمام جنبه‌های فضای مجازی



کدگذاری محوری

گام بعدی در تحلیل، کدگذاری محوری است که در این مرحله، عمل مرتبط کردن مقوله‌ها با زیرمقوله‌ها در راستای ویژگی‌ها و ابعاد آن صورت می‌گیرد. در فرآیند کدگذاری محوری پژوهشگر به جورکردن قطعه‌های پازل داده‌های خود می‌پردازد. هر قطعه در طرح تبیینی او جای خود را دارد (ر. ک: همان، ص ۲۴۸). در کدگذاری باز، پژوهشگر به تولید مقوله‌ها پرداخت و بعد، در مرحله کدگذاری محوری با بررسی دقیق مقوله‌های به دست آمده و شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان، مقوله‌های استخراج شده زیرمقوله‌های اصلی قرار گرفت. در این پژوهش در مرحله کدگذاری محوری ۱۷ مقوله اصلی و ۴۹ مقوله فرعی شناسایی شد. برای نمونه، کدگذاری‌های محوری بخش‌های موجبات علی، راهبردها و پیامدها در جدول شماره (۲) آورده شده است.

جدول شماره (۲): نمونه‌ای از مقوله‌های شناسایی شده در کدگذاری محوری

مقوله اصلی	مقوله فرعی	کد مفهوم
عوامل فردی	روحیه مذهبی اعضا	۱. وجود روحیه دینی در خانواده ۲. نگرش مذهبی خانواده ۳. روحیه مذهبی افراد ۴. مذهبی بودن خانواده
	سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای اعضا	۱. سواد رسانه‌ای ۲. سواد اطلاعاتی والدین ۳. دانش رسانه‌ای و اطلاعاتی ۴. مهارت استفاده از فضای مجازی ۵. دانش تکنولوژیکی
	ادراک محیطی	۱. درک شرایط محیطی ۲. آشنایی با ویژگی‌های محیط ۳. محیط خانواده ۴. ادراک محیطی اعضای خانواده





مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدمفهوم
	ویژگی‌های شخصی	۱. ویژگی‌های فردی اعضای خانواده ۲. سطح تحصیلات فرزندان ۳. نوع شغل افراد ۴. دانش و تخصص اعضای خانواده ۵. جنسیت افراد
	منابع انسانی	۱. افراد خانواده ۲. اعضای خانواده ۳. منابع انسانی
عوامل اجتماعی	فرهنگ	۱. فرهنگ خانواده ۲. محیط فرهنگی خانواده ۳. فرهنگ اجتماعی ۴. آداب و رسوم خانواده ۵. رسوم و سنت‌های خانوادگی
	مدیریت	۱. مدیریت مناسب والدین ۲. مدیریت بر فضای مجازی ۳. مدیریت مناسب
	سبک زندگی	۱. شیوه زندگی خانواده ۲. سبک زندگی خانوادگی ۳. سبک زندگی اسلامی ۴. سبک زندگی ایرانی اسلامی
	طبقه اجتماعی	۱. سطح اجتماعی خانواده ۲. طبقه اجتماعی خانواده ۳. موقعیت اجتماعی والدین
	روابط بین اعضای خانواده	۱. ارتباطات افراد در خانواده ۲. صمیمیت والدین با فرزندان ۳. نحوه برخورد والدین با فرزندان ۴. رابطه والدین با فرزندان
	رسانه ملی	۱. رادیو و تلویزیون ۲. نقش رسانه ملی ۳. صداوسیما ۴. نقش مهم تلویزیون

مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدمفهوم
	نظارت	۱. نظارت بر استفاده مناسب از اینترنت ۲. نظارت والدین بر فرزندان ۳. نظارت بر فضای مجازی ۴. مراقبت از فرزندان در فضای مجازی ۵. نظارت والدین ۶. نظارت خانواده
	سهولت دسترسی به اطلاعات	۱. در دسترس بودن اطلاعات ۲. دسترسی فرزندان به اینترنت ۳. سهولت دستیابی به اطلاعات ۴. ایجاد موانع در دسترسی به اینترنت ۵. دستیابی آسان فرزندان به فضای سایبری ۶. دسترسی آزاد به اطلاعات
	جذابیت محیطی	۱. جذابیت محیطی
	اعتماد به فضای مجازی	۱. فضای مجازی مطمئن ۲. اطمینان داشتن به فضای سایبر ۳. اعتماد خانواده به فضای اینترنت ۴. اعتماد به دنیای مجازی
عوامل روان شناختی	نیازهای روانی اعضا	۱. استقلال اعضای خانواده ۲. نیازهای روانی فرزندان ۳. کسب هویت ۴. همدلی میان اعضای خانواده ۵. اضطراب ۶. نیازهای اعضای خانواده
	امنیت روانی اعضا	۱. امنیت و آرامش روحی اعضا ۲. نظارت اخلاقی ۳. آسایش روحی افراد ۴. وجود آرامش در خانواده
	رفتار کاربر	۱. رفتار کاربر
	تمایلات ذهنی فرد	۱. نگرش افراد ۲. دید افراد خانواده ۳. تمایلات ذهنی افراد ۴. دید باز خانواده





مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدمفهوم
راهنمادهای نرم افزاری	مدیریت اوقات فراغت	۱. نظارت بر اوقات فراغت فرزندان ۲. برنامه ریزی مناسب برای پرکردن اوقات فراغت ۳. در نظر گرفتن تفریحات سالم برای فرزندان ۴. پرکردن اوقات فراغت فرزندان
	ایجاد بسترباطبی امن	۱. امنیت اینترنت ۲. مسدودکردن کانالهای غیرضروری و مخرب ۳. گسترش شبکههای اسلامی ایرانی ۴. ارتباطات امن
	اصلاح قوانین و مقررات	۱. تصویب قوانین مناسب ۲. نهادهای قانونی اثرگذار ۳. اصلاح مقررات
	فرهنگ سازی	۱. ایجاد فرهنگ مناسب برای استفاده از فضای مجازی ۲. تقویت فرهنگ استفاده از سایر ۳. فرهنگ سازی مناسب برای استفاده از فضای مجازی ۴. تحکیم فرهنگ استفاده ۵. تقویت فرهنگ به کارگیری فضای سایبری
	تولید محتوای اسلامی ایرانی	۱. گسترش شبکههای مجازی اسلامی ۲. تدوین محتوای اسلامی مناسب ۳. تولید محتوای مناسب برای داخل کشور
	افزایش ارتباطات خانوادگی	۱. تقویت ارتباط اعضای خانواده ۲. بهبود ارتباطات افراد ۳. رشد تعامل اعضای خانواده ۴. ارتقای ارتباطات بین فردی در میان اعضای خانواده ۵. افزایش همکاری میان اعضا
	برقراری نظام مشاوره مناسب	۱. مراجعه به مشاوران ۲. راه اندازی مراکز مشاوره دولتی ۳. مشاوره مناسب درباره خطرات فضای مجازی

مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدمفهوم
راهبردهای فکرافزاری	غنی سازی سرمایه های انسانی	۱. آموزش مناسب به افراد ۲. تقویت منابع انسانی ۳. غنی سازی نیروی انسانی ۴. آموزش به خانواده ها ۵. پیش بینی دوره های آموزشی
	ارتقای سطح بینش اعضا	۱. افزایش بینش و آگاهی اعضا ۲. تقویت خوش بینی ۳. تغییر بینش افراد ۴. بینش مناسب
	بهبود نگرش اعضا	۱. تغییر در نگرش اعضای خانواده ۲. تغییر ذهنیت و افکار افراد خانواده ۳. تغییر طرز فکراعضای خانواده ۴. خوش بینی خانواده ۵. ارتقای نگرش خانواده ها
	تقویت ارزش های اخلاقی	۱. سرمایه گذاری بر ارزش های اخلاقی ۲. ترویج ارزش های معنوی و اخلاقی ۳. جهاد با نفس ۴. تقویت ایمان و ارزش های اخلاقی ۵. توسعه اخلاق در جامعه ۶. ترویج ارزش های معنوی
	گسترش سواد رسانه ای	۱. افزایش سواد اینترنتی افراد ۲. پیش بینی دوره های آموزشی سواد رسانه ای ۳. آشنایی با آسیب های فضای مجازی ۴. آموزش استفاده مناسب از فضای مجازی ۵. گسترش سواد اینترنتی
	رضایت مندی	۱. رضایت از زندگی ۲. احساس رضایت در فرد ۳. احساس خوشبختی ۴. رضایت مندی ۵. رضایت درونی ۶. موفقیت فردی





مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدمفهوم
پیامد فردی	افزایش آگاهی	۱. آگاهی خانواده از مشکلات فضای مجازی ۲. افزایش آگاهی خانواده ۳. آشنایی فرزندان با آسیب های فضای سایبری ۴. افزایش توانمندی فرزندان ۵. افزایش آگاهی افراد در جامعه
	سلامت روان	۱. افزایش سلامت روان ۲. شادکامی ۳. افزایش سلامتی ۴. پیشگیری از نهمیدی ۵. کاهش آسیب های روانی ۶. افزایش اعتماد به نفس ۷. شادابی ۸. کاهش مشکلات روانی
پیامد اجتماعی	استحکام خانواده	۱. تحکیم خانواده ۲. جلوگیری از سست شدن بنیان خانواده ۳. جلوگیری از اختلافات خانوادگی ۴. تقویت پیوند خانوادگی ۵. استحکام بنیان خانواده ۶. کاهش طلاق ۷. تقویت پیوند اعضای خانواده
	امنیت اخلاقی	۱. امنیت اخلاقی خانواده ۲. ترویج ارزش های اخلاقی در جامعه ۳. توجه به ارزش های اخلاقی ۴. امنیت جامعه در برابر مشکلات اخلاقی ۵. جلوگیری از فسادهای اخلاقی ۶. جلوگیری از آسیب های اخلاقی ۷. کاهش مشکلات اخلاقی در جامعه
	حفظ هویت فرهنگی	۱. کسب هویت ۲. تحکیم هویت ارزشی ۳. تقویت هویت ارزشی ۴. حفظ ارزش های اسلامی ۵. حفظ ارزش های فرهنگی ۶. حفظ هویت دینی

مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدمفهوم
	آرامش سیاسی	۱. جلوگیری از التهابات سیاسی ۲. فضای سیاسی امن ۳. جلوگیری از آسیب‌های سیاسی
	کارآفرینی	۱. افزایش شغل‌های سودمند ۲. کسب شغل مناسب ۳. کارآفرینی
	بهبود تعاملات اجتماعی	۱. بهبود ارتباطات در جامعه ۲. افزایش ارتباطات اجتماعی ۳. تقویت تعاملات در جامعه ۴. ارتقای ارتباطات گروهی
	انسجام اجتماعی	۱. افزایش وحدت در جامعه ۲. انسجام اجتماعی ۳. وحدت اجتماعی
	امنیت اجتماعی	۱. افزایش امنیت در جامعه ۲. امنیت خانواده ۳. امنیت جامعه

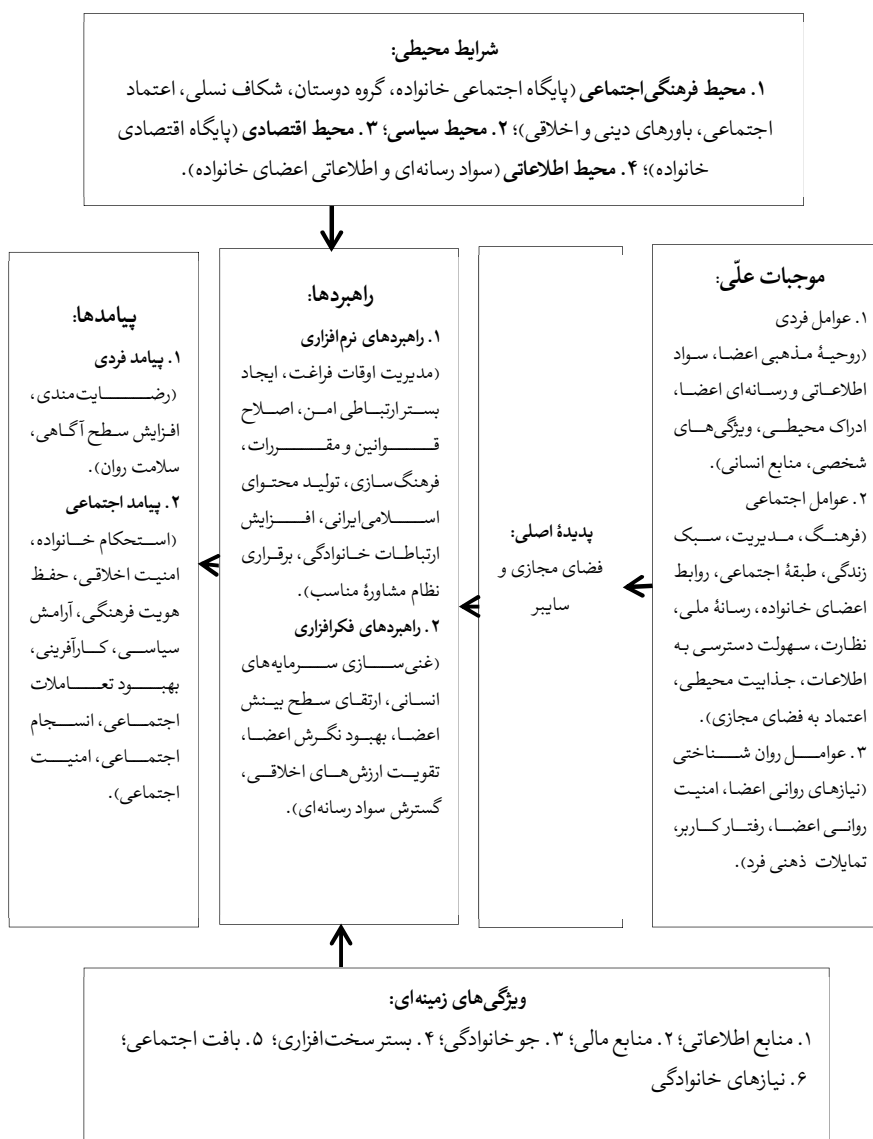
کدگذاری انتخابی

وقتی یکپارچه‌سازی و پالایش مقوله‌ها صورت گیرد و مقوله‌ها به یکدیگر پیوندند و طرح نظری بزرگ‌تری را شکل دهند، یافته‌های پژوهش شکل نظریه به خود می‌گیرد. در یکپارچه‌سازی، مقوله‌ها حول یک مفهوم مرتب می‌شوند. برای یکپارچه‌سازی مقوله‌ها می‌توان از چندین راهکار مانند نوشتن سیرداستان، استفاده از نمودار، مرتب کردن و مرور یادداشت‌ها و استفاده از برنامه‌های یارانه‌ای استفاده کرد (استراوس و کرین، ۱۳۹۴، ص ۱۸۲). در این پژوهش و در کدگذاری انتخابی، محقق با مرور داده‌های خام و بازخوانی چندباره مصاحبه‌ها، به پدیده اصلی پژوهش که فضای مجازی و سایبراست، دست یافت. همچنین، با یکپارچه‌سازی مقوله‌های حاصل از تمام مصاحبه‌ها، مقوله‌های اصلی و فرعی شناسایی و ارتباط مقوله‌ها با پدیده اصلی ترسیم شد. در ادامه، محقق با بهره‌گیری از راهکار نوشتن خط سیرداستان به تدوین نظریه پرداخت.



مدل مفهومی در پژوهش حاضر، الگوی استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبررا نشان می‌دهد که براساس نتایج پژوهش به دست آمده است. بعد از ارائه مدل مفهومی پژوهش در شکل شماره (۱)، هریک از مؤلفه‌ها و کارکرد الگو تبیین خواهد شد.

شکل شماره (۱): الگوی مفهومی استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبر



در مدل ارائه شده در شکل (۱)، ۱۵ مقوله اصلی و ۴۸ مقوله فرعی در قالب ابعاد ۶ گانه مدل پارادایمی شامل: موجبات علی.

در شکل بالا، موجبات علی (۳ مقوله)، پدیده اصلی (فضای مجازی و سایبر)، راهبرد (۲ مقوله)، ویژگی‌های زمینه‌ای (۶ مقوله)، اوضاع محیطی (۴ مقوله) و پیامد (۲ مقوله)، الگوی استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبر را نشان می‌دهد.

در این الگو، عوامل فردی، عوامل اجتماعی و عوامل روان‌شناختی، اجزای موجبات علی در نظر گرفته شده‌اند. این سه دسته عامل، بر پدیده اصلی که فضای مجازی و سایبر است اثر می‌گذارند. توجه به نقش هریک از آن‌ها در کارکرد الگو ضرورت دارد. عوامل فردی شامل روحیه مذهبی اعضا، سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای اعضا، ادراک محیطی، ویژگی‌های شخصی و منابع انسانی است. عوامل اجتماعی شامل فرهنگ، مدیریت، سبک زندگی، طبقه اجتماعی، روابط اعضای خانواده، رسانه ملی، نظارت، سهولت دسترسی به اطلاعات، جذابیت محیطی و اعتماد به فضای مجازی است و عوامل روان‌شناختی، نیازهای روانی اعضا، امنیت روانی اعضا، رفتار کاربر و تمایلات ذهنی فرد را در بر می‌گیرد. پدیده اصلی در این الگو فضای مجازی و سایبر است. محیط فرهنگی اجتماعی، محیط سیاسی، محیط اقتصادی و محیط اطلاعاتی، ویژگی‌های محیطی مؤثر بر راهبردها شناخته شده‌اند.

منظور از محیط فرهنگی اجتماعی، پایگاه اجتماعی خانواده، گروه دوستان، شکاف نسلی، اعتماد اجتماعی و باورهای دینی و اخلاقی است. محیط سیاسی، به اوضاع سیاسی حاکم بر جامعه اشاره دارد. منظور از محیط اقتصادی، پایگاه اقتصادی خانواده است؛ به عبارت دیگر، محیط اقتصادی با توان اقتصادی اعضای خانواده پیوند دارد. محیط اطلاعاتی، به سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی اعضای خانواده اشاره می‌کند. این ویژگی‌های محیطی چهارگانه بر راهبردها تأثیر می‌گذارند. منابع اطلاعاتی، منابع مالی،



جو خانوادگی، بستر سخت‌افزاری، بافت اجتماعی و نیازهای خانوادگی به منزله ویژگی‌های زمینه‌ای در این الگو در نظر گرفته شده‌اند. این ویژگی‌های زمینه‌ای نیز بر راهبردها تأثیر دارند. راهبردهای نرم‌افزاری و راهبردهای فکرافزاری نیز راهبردهای این الگو هستند. شرط تأثیرگذاری الگوهای تدوین‌شده، به کارگیری راهبردهای مناسب برای رسیدن به اهداف است. مدیریت اوقات فراغت، ایجاد بستر ارتباطی امن، اصلاح قوانین و مقررات، فرهنگ‌سازی، تولید محتوای اسلامی ایرانی، افزایش ارتباطات خانوادگی و برقراری نظام مشاوره مناسب، راهبردهای نرم‌افزاری را تشکیل می‌دهند و راهبردهای فکرافزاری شامل غنی‌سازی سرمایه‌های انسانی، ارتقای سطح بینش اعضا، بهبود نگرش اعضا، تقویت ارزش‌های اخلاقی و گسترش سواد رسانه‌ای است. تأثیر عوامل علی بر پدیده اصلی، موجب به کارگیری راهبردهای الگومی شود. همچنین، اوضاع محیطی و ویژگی‌های زمینه‌ای بر راهبردها تأثیر می‌گذارند که این امر پیامدهایی فردی و اجتماعی خواهد داشت. رضایت‌مندی، افزایش سطح آگاهی و سلامت روان، پیامدهای فردی الگوی استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبر هستند و استحکام خانواده، امنیت اخلاقی، حفظ هویت فرهنگی، آرامش سیاسی، کارآفرینی، بهبود تعاملات اجتماعی، انسجام اجتماعی و امنیت اجتماعی پیامدهای اجتماعی آن هستند.



نتیجه

پژوهش حاضر به تدوین الگوی استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبرپرداخته است. به این منظور از روش نظریه داده بنیاد استفاده شده و الگوی تدوین شده از فرآیندهای کدگذاری حاصل از مصاحبه با نخبگان به دست آمده است. نتایج تحلیل داده‌های کیفی مصاحبه، ارائه مدل پارادایمی استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبربا ۱۷ مقوله اصلی و ۴۹ مقوله فرعی در قالب ابعاد شش گانه شامل: موجبات علی (۳ مقوله)؛ پدیده اصلی (فضای مجازی و سایبر)؛ راهبرد (۲ مقوله)؛ ویژگی‌های زمینه‌ای (۶ مقوله)؛ شرایط محیطی (۴ مقوله) و پیامد (۲ مقوله) بوده است.

نتایج این پژوهش با بخشی از نتایج پژوهش حبیبی و بهنامی فرد (۱۳۹۵) که عوامل زمینه‌ای، پایگاه اجتماعی اقتصادی و امنیت اجتماعی را عوامل مؤثر بر فضای مجازی اینترنت در نظر گرفته‌اند، همسوست. در تبیین این یافته می‌توان گفت فضای مجازی و از جمله اینترنت از عوامل مختلفی مانند زمینه‌ها و بسترهای سخت افزاری و نرم افزاری لازم، توان اقتصادی و اجتماعی افراد و امنیت موجود در جامعه تأثیر می‌پذیرد؛ چراکه هریک از این عوامل می‌توانند بر قدرت، میزان استفاده و تأثیرگذاری فضای مجازی اثرگذار باشند. در پژوهش حاضر به پیامدها و ویژگی‌های محیطی دیگری از جمله عوامل علی، پدیده اصلی و راهبردها نیز پرداخته شده که نتایج به دست آمده با نتایج تحقیق یاد شده ناهمسوست. دلیل این موضوع، رویکرد پژوهش حاضر است؛ این رویکرد، نگاهی جامع‌تر به موضوع داشته و عوامل دخیل، پدیده اصلی و راهبردهای مؤثر در این زمینه را نیز شناسایی کرده است.

نتایج پژوهش حاضر با بخشی از یافته‌های پژوهش شاه جعفری و همکاران (۱۳۹۴) و آتمان و همکاران (۲۰۱۶) که دسترسی به اطلاعات و منابع را یکی از مؤلفه‌های الگوی استفاده از اینترنت در طراحی برنامه‌های پس از مدرسه و دستیابی به فضای مجازی در نظر گرفته‌اند، همسوست. همان‌طور که دسترسی به اطلاعات بر کمیّت و کیفیت



استفاده از فضای مجازی اثرمی‌گذارد، در طراحی فعالیت‌های بعد از مدرسه و خارج از کلاس درس نیز دسترسی به اطلاعات و منابع نقش مهمی ایفا می‌کند. بدون منابع اطلاعاتی کافی نمی‌توان برنامه‌های خارج از مدرسه مناسبی برای دانش‌آموزان تدوین کرد. همچنین، در این پژوهش به عوامل علی دیگر، پدیده اصلی، ویژگی‌های زمینه‌ای، اوضاع محیطی، راهبردها و پیامدها توجه شده که با نتایج تحقیق‌های نام‌برده ناهمسوست. این موضوع به دلیل ماهیت پژوهش حاضر است که با نگاهی جامع‌تر به موضوع نگریسته است.

در پژوهش فرزانه و فلاحی شهاب‌الدینی (۱۳۹۴)، پایگاه اقتصادی اجتماعی، اعتقادات دینی و میزان اعتماد اجتماعی از عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی دانسته شده که با نتایج این پژوهش همسوست. واضح است که در گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی و استفاده از فضای سایبری، توان اقتصادی و جایگاه اجتماعی افراد، باورهای دینی آن‌ها و میزان اعتماد عمومی جامعه به این شبکه‌ها، نقش مؤثری دارند. در این پژوهش به عوامل محیطی دیگری مانند محیط سیاسی و محیط اطلاعاتی و عوامل علی، پدیده اصلی، ویژگی‌های زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها توجه شده که با نتایج پژوهش آن‌ها ناهمسوست. این اختلاف به این دلیل است که هدف پژوهش آن‌ها فقط شناسایی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی بوده و به شناسایی دیگر ابعاد پرداخته‌اند.

نتایج این پژوهش با بخشی از یافته‌های پژوهش خدایاری و همکاران (۱۳۹۳) و بوید (۲۰۰۷) که اعتماد به شبکه‌های اجتماعی و ویژگی‌های شخصی، رشته تحصیلی و جنسیت را در میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مؤثر دانسته‌اند، همخوان است. در تبیین این نتایج می‌توان به این موضوع اشاره کرد که اعتماد و ویژگی‌های شخصی دو عامل مهم در میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مجازی هستند و در بیشتر تحقیقات به این دو عامل اشاره شده است. در این پژوهش





افزون بر استخراج عوامل علی دیگر، به پدیده اصلی، ویژگی های زمینه ای، اوضاع محیطی، راهبردها و پیامدهای الگوی خانواده در استفاده از فضای مجازی و سایبر پرداخته شده که با نتایج پژوهش آن ها ناهمسوست. دلیل این ناهمسویی، نگاه جامع تر پژوهش حاضر به موضوع است.

یافته های پژوهش حاضر با بخشی از نتایج پژوهش هاشمی و همکاران (۱۳۹۰) که پایگاه اجتماعی خانواده، اعتماد به فضای مجازی، دسترسی به اینترنت، رضایت و خشنودی از خدمات فضای مجازی و جنسیت را مؤلفه های الگوی استفاده از فضای اینترنت معرفی کرده اند، همخوان است. دریافت خدمات مناسب و در نتیجه رضایت و خشنودی که فرد هنگام استفاده از فضای مجازی کسب می کند، قطعاً در استفاده مجدد او از آن فضا تأثیر دارد. وقتی کاربر فضای مجازی، خدمات مناسبی را از این فضا دریافت می کند، گرایش او به استفاده مجدد از این فضا بیشتر می شود. در پژوهش حاضر به دیگر عوامل محیطی، عوامل علی و پیامدها و همچنین، پدیده اصلی، راهبردها و ویژگی های زمینه ای توجه شده که با نتایج پژوهش هاشمی و همکارانش ناهمسوست که دلیل آن ماهیت پژوهش حاضر است.

یافته های پژوهش حافظ نژاد (۱۳۸۹) مبنی بر رابطه ویژگی های جنسیت، محل سکونت، شغل، درآمد، سطح تحصیلات و نگرش والدین با استفاده از اینترنت در میان دانش آموزان با نتایج این پژوهش همسوست. ویژگی های شخصی افراد و نوع نگاه والدین به فضای اینترنتی و سایبری عواملی هستند که بر میزان و نوع استفاده از این فضا تأثیر دارند. والدینی که با نظارت مناسب، زمینه استفاده مناسب فرزندان را از فضای مجازی امن آماده می سازند، به رشد تحصیلی و علمی آن ها و جامعه کمک می کنند. پس، نوع نگرش والدین در میزان استفاده از فضای مجازی مهم است. همچنین، ویژگی های جمعیت شناختی افراد نیز در استفاده از این محیط مؤثر است. پژوهش حاضر، افزون بر این عوامل، عوامل علی دیگری را مطرح کرده و پدیده اصلی، ویژگی های زمینه ای، عوامل

محیطی، راهبردها و پیامدها را نیز استخراج کرده که با نتایج آن پژوهش ناهمسوست؛ زیرا در پژوهش حاضر ابعاد گسترده تری از موضوع بررسی شده است.

پژوهش جوینسان (۲۰۰۸) خصوصیات شخصی، باورها، ارزیابی‌های رفتار و نیازها و عوامل انگیزشی افراد را در روی آوردن به فضای مجازی مؤثر دانسته که با نتایج این پژوهش همخوان است. باورها و عقاید هر فرد، ارزیابی‌هایی که از رفتار دیگران دارد، انگیزه‌های او که برآمده از نیازهای اوست و خصوصیات فردی، بر روی آوردن افراد به فضای مجازی و سایبر نقش دارد. وقتی باور فرد درباره فضای مجازی، باوری درست باشد، ارزیابی او، ارزیابی منطقی و حسابگرانه و نیاز او به فضای مجازی، نیازی منطقی باشد سعی می‌کند از این فضا به درستی استفاده کند و در نتیجه، به پیشرفت خود و جامعه کمک می‌کند. در پژوهش حاضر به عوامل علی، محیطی و زمینه‌ای بیشتری توجه شده و همچنین پدیده اصلی، راهبردها و پیامدها نیز استخراج شده که با یافته‌های پژوهش جوینسان ناهمسوست که دلیل آن به ماهیت پژوهش حاضر مربوط است.

در بیشتر پژوهش‌های مرتبط با این موضوع، همانند پژوهش حاضر، ویژگی‌های شخصی افراد، پایگاه اجتماعی و اقتصادی خانواده، دسترسی به اطلاعات، اعتقادات و باورهای دینی افراد و اعتماد به فضای مجازی، مؤلفه‌های الگوی استفاده از فضای مجازی و سایبر در نظر گرفته شده‌اند. با توجه به اینکه پژوهش حاضر با رویکرد اخلاقی انجام شده، مؤلفه‌های دیگری افزون بر مؤلفه‌های یادشده در الگوهای پیشین در آن مطرح گردیده است.

به طور کلی نتایج پژوهش حاضر نشانگر این است که الگوی استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبر از عوامل علی، پدیده اصلی، شرایط محیطی، ویژگی‌های زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها تشکیل شده است. عوامل علی شامل عوامل فردی، عوامل اجتماعی و عوامل روان‌شناختی است که مستقیماً بر پدیده اصلی تأثیر می‌گذارند. در این الگو،



فضای مجازی و سایبر به منزله پدیده اصلی معرفی شده است. اوضاع محیطی شامل محیط فرهنگی اجتماعی، محیط سیاسی، محیط اقتصادی و محیط اطلاعاتی و ویژگی‌های زمینه‌ای شامل منابع اطلاعاتی، منابع مالی، جو خانوادگی، بستر سخت افزاری، بافت اجتماعی و نیازهای خانوادگی است که بر کارکرد راهبردها مؤثر است. راهبردهای الگو عبارتند از: راهبردهای نرم افزاری و راهبردهای فکرافزاری که با بهره‌گیری مناسب از آن‌ها و توجه به نقش عناصر دیگر، پیامدهای فردی و پیامدهای اجتماعی را به دنبال خواهد داشت.

این الگو به خانواده‌ها کمک می‌کند تا با عوامل علی، پدیده اصلی، اوضاع محیطی، ویژگی‌های زمینه‌ای و راهبردهای مناسب برای استفاده از فضای مجازی و سایبر و ارتباط میان این عناصر آشنا شوند و بتوانند مدیریت بهتری را با هدف کاهش آسیب‌های اخلاقی استفاده از فضای مجازی و سایبر اعمال کنند. این امر پیامدهای فردی و اجتماعی سودمندی را برای خانواده‌ها و همچنین کل جامعه خواهد داشت و به پایداری و استحکام خانواده در عصر تحولات شگرف کمک خواهد کرد. همچنین، اگر خانواده‌ها این الگو را به کار بگیرند می‌توان امیدوار بود که تحول شگرفی در زمینه چگونگی استفاده از فضای مجازی و سایبر ایجاد شود.

در اجرای این پژوهش عمده‌ترین محدودیت، هماهنگی با مصاحبه‌شوندگان برای مصاحبه‌ها بود؛ زیرا بیشتر آن‌ها مشغله‌های متعددی و فرصت محدودی داشتند. براساس یافته‌ها پژوهش، برای جلوگیری از نفوذ آسیب‌های اخلاقی فضای مجازی و سایبر به نهاد خانواده پیشنهاد می‌شود خانواده‌ها روش‌های استفاده صحیح از فضای مجازی و سایبر را به فرزندان خود آموزش دهند، آن‌ها را با خطرات این محیط آشنا سازند و برنامه‌های مناسبی را برای پرکردن اوقات فراغت آن‌ها پیش‌بینی کنند. همچنین، ترویج این الگو و فرهنگ‌سازی برای آن در دستور کار نهادهای فرهنگی جامعه، به ویژه صداوسیما، قرار گیرد و نهادهای حکومتی، شبکه‌های اجتماعی



بومی اسلامی را گسترش دهند تا جامعه و خانواده از فضای مجازی و سایبر، آسیب اخلاقی کمتری ببینند.

در نهایت باید گفت در ارتباط با نحوه استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبر، تحقیقات پیشین الگوهایی را ارائه کرده‌اند؛ اما هرکدام از آن الگوها به جنبه‌هایی از موضوع توجه داشته‌اند. در پژوهش حاضر ضمن توجه به ابعادی که در الگوهای پیشین معرفی شده، سعی شده با استفاده از نظرات متخصصان همه ابعاد موضوع بررسی گردد و الگویی ارائه شود که در عصر تحولات روزافزون، راهنمای خانواده‌ها در استفاده مناسب از فضای مجازی و سایبر باشد.





منابع

۱. استراوس، آنسلم و جولیت کرین (۱۳۹۴)؛ *مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای*؛ ترجمه ابراهیم افشار؛ تهران: نی.
۲. اکبری تبار، علی‌اکبر و ابراهیم اسکندری پور (۱۳۹۲)؛ «رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی مجازی»؛ تهران: مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال.
۳. حافظ نژاد، یحیی (۱۳۸۹)؛ «تأثیر عوامل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی بر میزان گرایش به استفاده از اینترنت در بین دانش‌آموزان (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دبیرستان شهرستان آبدانان)»؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر.
۴. حبیبی، میترا و فائزه بهنامی فرد (۱۳۹۵)؛ «جایگاه فضای مجازی اینترنت و فضای باز شهری در الگوی فراغتی نوجوانان امروزی (مطالعه موردی: نوجوانان محله رجایی شهر کرج)»؛ *مطالعات جامعه‌شناختی شهری*؛ سال ۶، ش ۲۰، ص ۹۹ تا ۱۳۰.
۵. خدامرادی، طاهره و دیگران؛ «بررسی میزان تأثیر استفاده از فضای مجازی بر ارزش‌های خانواده (مطالعه موردی: معلمان مقطع متوسطه سازمان آموزش و پرورش استان ایلام)»؛ *فرهنگ ایلام*؛ دوره ۱۵، ش ۴۴ و ۴۵، ص ۱۵۵ تا ۱۶۷.
۶. خدایاری، کلثوم و دیگران (۱۳۹۳)؛ «میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد مشهد)»؛ *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*؛ سال ۲۱، ش ۱، پیاپی ۷۷، ص ۱۶۷ تا ۱۹۲.
۷. رشیدپور، علی (۱۳۸۸)؛ «بررسی میزان مصرف کالاهای فرهنگی در بین دانش‌آموزان شاهد استان لرستان»؛ *مجله مدیریت فرهنگی*؛ ش ۳ (۶)، ص ۵۵ تا ۷۴.
۸. زارعی، بتول و نیما جعفری نویمی پور (۱۳۹۵)؛ «ترویج سبک زندگی ایرانی و اسلامی با استفاده از ظرفیت شبکه‌های مجازی و اجتماعی»؛ *فصلنامه علمی ترویجی اخلاق*؛ س ۶، ش ۲۲، ص ۲۱۹ تا ۲۴۹.
۹. سلطانی‌فر، محمد و دیگران (۱۳۹۱)؛ «بررسی شیوه‌های تبلیغات سیاسی در فضای مجازی از نظر دانشجویان ارتباطات»؛ *مطالعات رسانه‌ای*؛ سال ۷، ش ۱۶، ص ۱۵ تا ۲۸.



۱۰. شاملی، علی‌اکبر (۱۳۹۶)؛ «آسیب‌های فردی فضای مجازی از منظر اخلاق اسلامی»؛ فصلنامه علمی ترویجی/اخلاق؛ سال ۷، ش ۲۵، پیاپی ۴۷، ص ۱۱ تا ۳۴.
۱۱. شاه‌جعفری، طاهره و دیگران (۱۳۹۴)؛ «الگوی استفاده از اینترنت در طراحی برنامه‌های پس از مدرسه»؛ فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی؛ دوره ۷، ش ۲، ص ۱۲۷ تا ۱۴۷.
۱۳. عابدینی، صمد و قربان مولایی (۱۳۹۱)؛ «بررسی جامعه‌شناختی رابطه سرمایه‌های اجتماعی با میزان مصرف کالاهای فرهنگی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی خلخال»؛ پژوهش‌نامه علوم اجتماعی؛ سال ۶، ش ۳، ص ۷۷ تا ۹۵.
۱۴. عابری، سامان (۱۳۸۶)؛ «جایگاه کالاهای فرهنگی در سبک‌های خانوارهای ایرانی»؛ روزنامه سرمایه؛ ش ۵۱۲، مورخ ۱۳۸۶/۵/۱.
۱۵. غفاری هاشجین، زاهد و دیگران (۱۳۹۴)؛ «شناسایی عوامل محیطی حوزه سیاسی و فرهنگی فضای مجازی برای جمهوری اسلامی ایران»؛ پژوهشنامه انقلاب اسلامی؛ سال ۴، ش ۱۶، ص ۱۱۷ تا ۱۳۶.
۱۶. فرزانه، سیف‌الله و راضیه فلاحتی شهاب‌الدینی (۱۳۹۴)؛ «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دختر متوسطه دوره دوم شهر بابل)»؛ دوفصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی؛ سال ۱، ش ۱، ص ۱ تا ۲۲.
۱۷. کاظمی، عباس (۱۳۸۷)؛ مطالعات فرهنگی، مصرف فرهنگی و زندگی روزمره در ایران؛ تهران: جهاد دانشگاهی.
۱۸. کفاشی، مجید؛ «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده»؛ فصلنامه علمی پژوهشی اجتماعی؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، سال ۲، ش ۳، ص ۵۷ تا ۷۸.
۱۹. مرعشیان، زینت‌سادات و سید سعید کشفی (۱۳۹۵)؛ «عوامل مرتبط با بزهکاری زنان در فضای سایبر با تأکید بر اعتیاد به اینترنت»؛ فصلنامه علمی پژوهشی زن و فرهنگ؛ سال ۸، ش ۳۰، ص ۹۱ تا ۱۰۲.
۲۰. نورمحمدی، مرتضی (۱۳۹۰)؛ «جنگ نرم، فضای سایبر و امنیت جمهوری اسلامی ایران»؛ راهبرد فرهنگ؛ ش ۱۶، ص ۱۲۷ تا ۱۴۵.

۲۱. ورجبلی، ربابه و عباس خلیلی (۱۳۹۰)؛ «بررسی نقش پایگاه اقتصادی اجتماعی در مصرف کالاهای فرهنگی (شهر زنجان)»؛ فصلنامه علمی پژوهشی علوم اجتماعی؛ سال ۷، ش ۲۸، ص ۱ تا ۲۳.

۲۲. هاشمی، شهناز و دیگران (۱۳۹۰)؛ «مدل مفهومی استفاده از فضای اینترنت توسط مخاطبان»؛ مطالعات رسانه‌ای؛ سال ۶، ش ۱۳، ص ۱۹۳ تا ۲۱۵.

23. Boyd, D. (2014); It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens, London: Yale Press.

24. Boyd, D. (2007); "Why Youth Heart Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life"; The Beckman Center for International Society at Harvard University. Available at [www. Danah. Org/papers/why youthheart.pdf](http://www.Danah.Org/papers/why_youthheart.pdf).

25. Bryant, R. (1992); "What Kind of Space is Cyberspace?", www.ul.ie/philos/vol5/cyberspace.pdf.

25. Caplan, S. & Andrew, C. (2011); "Psychosocial Well-Being and Problematic Internet Use"; in: Kimberly S. Young Cristiano Nabuco de Abreu (2011, eds.), Internet Addiction Handbook and Guide to Evaluation and Treatment, AJ Larner, Wcnn, Liverpool, Publisher: Hoboken, NJ: John Wiley & Song.

26. Curtis, A.C. (2015); "Defining Adolescence". Journal of Adolescent and Family Health, 7(2): 1-39.

27. Joinson, A. N. (2008); "Looking at, Looking up or Keeping up with People ?" Motives and Use of Facebook, Proceedings of ACM CHI, Conference on Human Factors in computing Systems. Newyork, University of Bath, Bath, United Kingdom, Ny, pp.1027-1030, people. Bath.ac.uk/ aj266/pubs-pdf/1149-joinson.pdf.



- 28.Koc, M. (2011); "Internet addiction and Psychopatology"; Tojet: The Turkish online Journal of Educational Technology, January, 10(1), <http://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ926563.pdf>.
- 29.Uthman,T. Alturki, A. & Aldraiweesh, K. (2016); "Evaluating the Usability and Accessibility of LMS Blackboard at King Saud university"; Contemporary Issues in Education Research-First-Quarter, 9(11), 33-44.

تارنما

[http://: www. Khamenei.ir](http://www.Khamenei.ir). حکم تشکیل شورای عالی فضای مجازی (۱۳۹۰)

