

اخلاق

فصلنامه علمی - ترویجی در حوزه اخلاق
سال هفتم، شماره ۲۸، پیاپی ۵۰، زمستان ۱۳۹۶
صفحات ۱۳۱-۱۵۹

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

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

* منصور دهقان منشادی ، ** رسول نظری

چکیده

امروزه مصرف کالاهای فرهنگی از مهم‌ترین زمینه‌های فعالیت در حوزه سبک زندگی به شمار می‌رود. هدف پژوهش حاضر تدوین الگوی مناسب برای استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبر است. برای تدوین این الگو به دست آوردن داده‌هایی متناسب با موضوع مطالعه، از روش کیفی نظریه داده بنیاد استفاده شده است. شرکت‌کنندگان در پژوهش حاضر، صاحب‌نظران و متخصصان حوزه اخلاق و خانواده بودند که با نمونه‌گیری نظری برای مصاحبه نیمه ساختاریافته و اکتشافی انتخاب شدند و مصاحبه‌های رسانیدن داده‌ها به اشباع نظری ادامه یافت. اعتبار یافته‌ها با روش‌های تطبیق توسط اعضاء، بررسی همکار و مصاحبه‌های آزمایشی تأیید شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از کدگذاری باز، محوری و گرینشی استفاده شد.

نتایج پژوهش گویای آن است که ۳۳۵ گزاره مفهومی اولیه با ۱۷ مقوله اصلی و ۴۹ مقوله فرعی در قالب ابعاد شش‌گانه 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 (خوارسگان).

پدیده اصلی (فضای مجازی و سایبری؛ 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 سایبری رائه می‌کند.

وازگان کلیدی

سبک زندگی، سعاد خانواده، فضای مجازی و سایبری، مدل پارادایمی، نظریه داده‌بندیاد.

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، بایدها و نبایدها 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 کُنش الگودار می‌تواند با توجه به تفاوت وضعیت جامعه‌پذیری افراد در خانواده، میزان تحصیلات و میزان مشارکت در گروه‌های حرفه‌ای متفاوت باشد (ر. ک: پورجلی و خلیلی، ۱۳۹۰: ۲۳ تا ۲۳). میزان گرایش به مصرف کالاهای فرهنگی در جوامع رو به افزایش است و در سال‌های اخیر کیفیت و شیوه ارائه این کالاهای تغییرات زیادی کرده است (ر. ک: رسیدپور، 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 به‌گونه‌ای 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:

خدماتی 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 نویسی 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 رویه رو کرده است. عصر حاضر که عصر ارتباطات نیزnamگذاری شده است، صحنه ظهور ابزارها و فناوری‌های مُدرن اطلاعاتی و ارتباط جمعی مانند اینترنت، ماهواره، شبکه‌های متعدد و پیشرفته، تلفن همراه و... است و به تبع آن در ابعاد و شُوئون 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، مؤفه‌های 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 به شمار رود (ر. ک: غفاری هشجین و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۱۷ تا ۱۳۶). فضای مجازی نشان‌دهنده شکل جدیدی از ارتباطات است که به صورت الکترونیکی و سریع جانشین ارتباطات سنتی شده است (ر. ک: بریانت، ۱۹۹۲، ص. ۱۳۸-۱۵۵).

واژه «ساiber»، از ریشه یونانی لغت «کنترل» گرفته شده و به طور ترکیبی در واژه «ساiberنیک» به کار رفته است. مفهوم ساiberنیک بر سیستم‌های کنترلی ابر-تکنولوژی‌های رایانه‌ای به هم پیوسته، تکنولوژی جدید و واقعیات مصنوعی با راهبردهای دستیابی و کنترل سیستمی دلالت دارد (ر. ک: سلطانی فروهمکاران، ۱۳۹۱: ۱۵ تا ۲۸). در سال‌های اخیر، شبکه‌های اجتماعی اینترنتی پدید آمده و در کانون توجه کاربران اینترنت، به ویژه نسل جوان قرار گرفته‌اند. این شبکه‌ها که برمبنای تشکیلات برخط (آنلاین) فعالیت می‌کنند، به افراد اجازه می‌دهند در یک سیستم مشخص و با داشتن صفحه شخصی به معرفی خود، اشتراک اطلاعات و برقراری ارتباط با دیگران بپردازند و از این طریق ارتباطشان را با دیگران حفظ کنند و ارتباطات اجتماعی جدیدی را نیز شکل دهند (ر. ک: بوید، ۲۰۱۴، ص ۱-۷۱).

گسترش فناوری و رواج انواع وسایل ارتباط جمعی در میان خانواده‌ها بر ارزش‌های اجتماعی آنان تأثیر گذاشته و موجب تغییراتی در رفتار و گفتمان نسل جوان شده است (ر. ک: کفاسی، ۱۳۸۸: ۵۷ تا ۷۷). محققان در مطالعات خود به ارتباط مشکلاتی مانند تنها‌یی، اضطراب اجتماعی و ضعف مهارت اجتماعی با میزان استفاده از اینترنت پی بردند (ر. ک: کاپلان و اندرو، ۲۰۱۱، ص ۳۵-۳۱۴).

کوچک‌ترین اما مهم‌ترین نهاد اجتماعی، یعنی خانواده، عامل اساسی در گسترش و ترویج فرهنگ و چگونگی استفاده از کالاهای فرهنگی محسوب می‌شود (ر. ک: عابری، ۱۳۸۶، ص ۱۱). یکی از مهم‌ترین گروه‌های متأثر از این تحولات سیاسی و اجتماعی نوجوانان هستند (کرتیس، ۲۰۱۵: ۱۰ تا ۳۹).

شیوع اعتیاد به اینترنت، فضای سایبری و دنیای مجازی و ارتكاب به جرایم رایانه‌ای در حوزه‌های مختلف اجتماعی موجب بروز آسیب‌ها و خسارات متعددی در جامعه می‌گردد. یکی از مهم‌ترین آسیب‌های وارد برفود و جامعه، نابودی مبانی و اصول اخلاقی و نظام اجتماعی است که خسارات زیادی برای نظام‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جامعه به بار می‌آورد (ر. ک: مرعشیان و کشفی، ۹۱: ۱۳۹۵ تا ۱۰۲). این آسیب‌ها در بعد

فردی رنجش‌های جسمی، روان‌شناختی و اخلاقی به دنبال دارد و در بُعد جمعی موجب شکاف‌های خانوادگی و آسیب‌های اجتماعی می‌شود. یکی از ویژگی‌های بسیار مؤثرو نامطلوب فضای مجازی، محتواهای نامناسبی است که به راحتی در اختیار همهٔ 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 جامعهٔ اسلامی ایران و فراگیرشدن آن، سبب بروز آسیب‌های جدیدی شده است که برای نمونه می‌توان به افزایش روابط دختر و پسر، رعایت نکردن عفت، شیوع محتواهای هرزه‌نگارانه، انزوا و افسردگی، دوری از خانواده، اعتیاد به اینترنت و رعایت نکردن اخلاق اسلامی در میان کاربران ایرانی اشاره کرد (شاملی، ۱۳۹۶: ۱۱-۳۴). شب‌پیداری کاربران نوجوان و جوان فضای مجازی موجب می‌شود آن‌ها به جای اینکه در روز برای تعالیٰ 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 این‌رو، برای دوری از آسیب‌های ناشی از فضای مجازی و برخورد هوشمندانه با آن، اشراف کامل و به روز بر عوامل محیطی حوزهٔ سیاسی و فرهنگی فضای مجازی در سطح داخلی و خارجی و شناخت آثار چشمگیر آن در ابعاد فردی و اجتماعی اهمیت دارد. همچنین، مواجههٔ فعال و خدمت‌دانه با فضای مجازی برای بهره‌گیری بیشتر از فرصت‌های موجود، در راستای پیشبرد اهداف انقلاب اسلامی، از بایسته‌های پژوهش در این زمینه است. به گفتهٔ رهبر معظم انقلاب، حوزهٔ فضای مجازی به اندازهٔ انقلاب اسلامی اهمیت دارد.

حبیبی و بهنامی‌فرد (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 دربارهٔ دانش‌آموzan 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، رشتۀ 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. آمان 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 محافظه 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 متتحول 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، هرگدام 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 حوزهٔ اخلاق و خانواده، الگوی مناسبی را برای استفادهٔ خانواده از فضای مجازی و سایبر تدوین کند؛ الگویی که عوامل علی، پدیدهٔ اصلی، بسترهٔ زمینه، اوضاع محیطی، راهبردها و پیامدها در آن معلوم باشد تا خانواده‌ها با استفاده از آن بتوانند در جامعهٔ متلاطم امروزی خود را از گزند آسیب‌های پیش‌رو، به ویژه آسیب‌های اخلاقی، مصون بدارند. سوالی که در این پژوهش مطرح است این است که الگوی مناسب برای استفادهٔ خانواده از فضای مجازی و سایبر کدام است.

روش‌شناسی

روش تحقیق در پژوهش حاضر، کیفی بود که با استفاده از راهبرد نظریهٔ داده‌بنیاد استراوس و کربین، نظرات مصاحبه‌شوندگان دربارهٔ مؤلفه‌های الگوی استفادهٔ خانواده از فضای مجازی و سایبر تحلیل شد. جامعهٔ آماری، استادان گروه معارف اسلامی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی بودند که متخصصان و صاحب نظران حوزهٔ اخلاق و خانواده در نظر گرفته شدند. از میان آن‌ها هیجده نفر به عنوان نمونهٔ 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 تاریخی به اشباع نظری مقوله‌ها ادامه یافت. ابزار این پژوهش، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و اکتشافی بود. سؤالات مصاحبه‌ها از نوع بازپاسخ بود و براساس ابعاد نظریهٔ داده‌بنیاد، موجبات علی، اوضاع محیطی، ویژگی‌های زمینه‌ای، راهبردها و پیامدهای الگوی استفادهٔ 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 اجازهٔ مصاحبه‌شوندگان ضبط و سپس مکتوب شد.



یافته‌ها

کدگذاری باز

کدگذاری باز مانند درست کردن یک پازل است. پژوهشگر در ابتدا باید قطعات پازل را بر حسب رنگ مرتب کند و تصویر را کنار هم گذاشتند تک تک قطعه‌ها از نوبسازد (ر. ک: استراوس و کربین، ۱۳۹۴، ص ۲۴۲). از این‌رو، روند کدگذاری باز این پژوهش بعد از اولین مصاحبه شروع شد. هر مصاحبه و برداشت تحلیلی از آن، تعیین‌کننده مسیر مصاحبه بعدی بود. مصاحبه‌ها پاراگراف‌بندی و هریک در جدولی فهرست شدند و طبق روش کدگذاری باز به صورت مفاهیم و کدمفهوم درآمدند. درنهایت ۳۵ کدمفهوم

تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش تحلیل خُرد 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 نظام مند برقرار شد. درپایان، با کدگذاری گزینشی، حوزه‌های مشترک مشخص شد و با یکپارچه‌سازی مقوله‌های حاصل از تمام مصاحبه‌ها، مؤلفه‌های الگوی استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبر معلوم گردید.

برای سنجش روایی پژوهش حاضر، گزارش پایانی فرآیند تحلیل داده‌ها و مقوله‌های به دست 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 الگوی 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 اولویت‌بندی پرسش‌ها داده شد تا دقت ابزار تحقیق بیشتر شود.

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

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

کد مفهومی	عبارات مصاحبه
۱. ایجاد فرهنگ مناسب برای استفاده از فضای مجازی ۲. سرمایه‌گذاری برای ارزش‌های اخلاقی ۳. تقویت ارتباط میان اعضای خانواده	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.
۴. افزایش آگاهی افراد در جامعه ۵. تقویت پیوند اعضای خانواده ۶. کاهش مشکلات اخلاقی در جامعه	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.
۷. ویژگی‌های فردی اعضای خانواده ۸. نظرارت خانواده ۹. نیازهای اعضای خانواده	خصوصیات فردی افراد براستفاده از فضای مجازی تأثیر دارد. نظرارت خانواده می‌تواند نقش مهمی در استفاده مطلوب فرزندان از فضای سایبری اثربکاری داشته باشد. نیازهای اعضای خانواده در استفاده آن‌ها از فضای مجازی مؤثر است.
۱۰. جایگاه اقتصادی خانواده ۱۱. جایگاه اجتماعی خانواده ۱۲. فناوری اطلاعات	جایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده از عوامل محیطی هستند که می‌توانند بر فضای سایبری اثر بکاراند. البته فناوری اطلاعات هم می‌تواند براین فضای تأثیر داشته باشد.
۱۳. ابزارهای فناوری ۱۴. فضای مطلوب خانواده	بستر لازم برای ایجاد فضای سایبری ایمن را می‌توان ابزارهای فناوری وجود فضای مطلوب و مناسب در خانواده در نظر گرفت.
۱۵. در نظر گرفتن تمام جنبه‌های فضای مجازی	اگر بخواهیم الگوی مناسبی برای استفاده خانواده‌ها از فضای مجازی تدوین کیم، باید همهٔ جوانب آن را در نظر بگیریم؛ به طوری که خانواده‌ها بتوانند از روش‌هایی که آن الگو پیشنهاد می‌دهد استفاده کنند.

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 جوکردن 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 مقولهٔ فرعی شناسایی شد. برای نمونه، کدگذاری‌های محوری بخش‌های موجبات علّی، راهبردها و پیامدها در جدول شماره (۲) آورده شده است.

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

مقوله اصلی	مقولهٔ فرعی	کدمفهوم
عوامل فردی	روحیهٔ مذهبی اعضا	۱. وجود روحیهٔ دینی در خانواده ۲. نگرش مذهبی خانواده ۳. روحیهٔ مذهبی افراد ۴. مذهبی بودن خانواده
	سود 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 اعضا خانواده





مفهوم اصلی	مفهوم فرعی	کدمفهوم
	ویژگی های شخصی	۱. ویژگی های 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 سنت های خانوادگی
	مدیریت	۱. مدیریت مناسب والدین ۲. مدیریت برفضای 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



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



مفهوم اصلی	مفهوم فرعی	کدمفهوم
	مدیریت اوقات فراغت	۱. نظارت بر اوقات فراغت فرزندان ۲. برنامه‌ریزی مناسب برای پرکردن اوقات فراغت ۳. در نظرگرفتن تفريحات سالم برای فرزندان ۴. پرکردن اوقات فراغت فرزندان
	ایجاد بستاراتی امن	۱. امنیت اینترنت ۲. مسدودکردن کانال‌های غیرپر索ری و مخرب ۳. گسترش شبکه‌های اسلامی ایرانی ۴. ارتباطات امن
	اصلاح قوانین و مقررات	۱. تصویب قوانین مناسب ۲. نهادهای قانونی اثربار ۳. اصلاح مقررات
راهبردهای نرم‌افزاری	فرهنگ‌سازی	۱. ایجاد فرهنگ مناسب برای استفاده از فضای مجازی ۲. تقویت فرهنگ استفاده از سایبر ۳. فرهنگ‌سازی مناسب برای استفاده از فضای مجازی ۴. تحکیم فرهنگ استفاده ۵. تقویت فرهنگ به کارگیری فضای سایبری
	تولید محتواي اسلامی ایرانی	۱. گسترش شبکه‌های مجازی اسلامی ۲. تدوین محتواي اسلامی مناسب ۳. تولید محتواي 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



مفهوم اصلی	مفهوم فرعی	کدمفهوم
راهبردهای فکرافزاری	غنى سازی سرمایه های انسانی	۱. آموزش مناسب به افراد ۲. تقویت منابع انسانی ۳. غنى 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 اعضا خانواده ۲. تغییر ذهنیت و افکار افراد خانواده ۳. تغییر طرز فکر اعضا 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
	رضایتمندی	۱. رضایت از زندگی ۲. احساس رضایت در فرد ۳. احساس خوشبختی ۴. رضایتمندی ۵. رضایت درونی ۶. موفقیت فردی



مفهومهوم	مفهوم فرعی	مفهومه اصلی
۱. آگاهی خانواده از مشکلات فضای مجازی ۲. افزایش آگاهی خانواده ۳. آشنایی فرزندان با آسیب‌های فضای سایبری ۴. افزایش توانمندی فرزندان ۵. افزایش آگاهی افراد در جامعه	افزایش آگاهی	پیامد فردی
۱. افزایش سلامت روان ۲. شادکامی ۳. افزایش سلامتی ۴. پیش‌گیری از نومیدی ۵. کاهش آسیب‌های روانی ۶. افزایش اعتماد به نفس ۷. شادابی ۸. کاهش مشکلات روانی	سلامت روان	
۱. تحکیم خانواده ۲. جلوگیری از سست‌شدن بینان خانواده ۳. جلوگیری از اختلافات خانوادگی ۴. تقویت پیوند خانوادگی ۵. استحکام بینان خانواده ۶. کاهش طلاق ۷. تقویت پیوند اعضای خانواده	استحکام خانواده	پیامد اجتماعی
۱. امنیت اخلاقی خانواده ۲. ترویج ارزش‌های اخلاقی در جامعه ۳. توجه به ارزش‌های اخلاقی ۴. امنیت جامعه در برابر مشکلات اخلاقی ۵. جلوگیری از فسادهای اخلاقی ۶. جلوگیری از آسیب‌های اخلاقی ۷. کاهش مشکلات اخلاقی در جامعه	امنیت اخلاقی	
۱. کسب هویت ۲. تحکیم هویت ارزشی ۳. تقویت هویت ارزشی ۴. حفظ ارزش‌های اسلامی ۵. حفظ ارزش‌های فرهنگی ۶. حفظ هویت دینی	حفظ هویت فرهنگی	



کدگذاری انتخابی

وقتی یکپارچه‌سازی و پالایش مقوله‌ها صورت گیرد و مقوله‌ها به یکدیگر بپیوندند 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 نوشتتن سیردادستان، استفاده از نمودار، مرتب کردن و مرور یادداشت‌ها و استفاده از برنامه‌های یارانه‌ای استفاده کرد (استراوس و کربن، 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 نوشتتن خط سیردادستان به تدوین نظریه پرداخت.

مفهوم اصلی	مفهوم فرعی	کدمفهوم
آرامش سیاسی	کارآفرینی	۱. جلوگیری از التهابات سیاسی ۲. فضای سیاسی امن ۳. جلوگیری از آسیب‌های سیاسی
		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

مُدل مفهومی در پژوهش حاضر، الگوی استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبر را نشان می‌دهد که براساس نتایج پژوهش به دست آمده است. بعد از ارائه مُدل مفهومی پژوهش در شکل شماره (۱)، هریک از مؤلفه‌ها و کارکرد الگوی 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)، ویژگی های زمینه ای (۶ مقوله)، اوضاع محیطی (۴ مقوله) و پیامد (۲ مقوله)، الگوی استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبر را نشان می دهد.

در این الگو، عوامل فردی، عوامل اجتماعی و عوامل روان شناختی، اجزای موجبات علی در نظر گرفته شده اند. این سه دسته عامل، بر پدیده اصلی که فضای مجازی و سایبر است اثر می گذارند. توجه به نقش هریک از آن ها در کارکرد الگو ضرورت دارد. عوامل فردی شامل روحیه مذهبی اعضا، سواد اطلاعاتی و رسانه ای اعضا، ادراک محیطی، ویژگی های شخصی و منابع انسانی است. عوامل اجتماعی شامل فرهنگ، مدیریت، سبک زندگی، طبقه اجتماعی، روابط اعضای خانواده، رسانه ملی، نظارت، سهولت دسترسی به اطلاعات، جذایت محیطی و اعتماد به فضای مجازی است و عوامل روان شناختی، نیازهای روانی اعضا، امنیت روانی اعضا، رفتار کاربر و تمایلات ذهنی فرد را در برمی گیرد. پدیده اصلی در این الگوفضای مجازی و سایبر است. محیط فرهنگی اجتماعی، محیط سیاسی، محیط اقتصادی و محیط اطلاعاتی، ویژگی های محیطی مؤثرب راهبردها شناخته شده اند.

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 اعضا خانواده پیوند دارد. محیط اطلاعاتی، به سواد رسانه ای و اطلاعاتی اعضا خانواده اشاره می کند. این ویژگی های محیطی چهارگانه بر راهبردها تأثیر می گذارند. منابع اطلاعاتی، منابع مالی،

جو خانوادگی، بسترسخت افزاری، بافت اجتماعی و نیازهای خانوادگی به منزله ویژگی‌های زمینه‌ای در این الگودر نظرگرفته شده‌اند. این ویژگی‌های زمینه‌ای نیز بر راهبردها تأثیردارند. راهبردهای نرم افزاری و راهبردهای فکر افزاری نیز راهبردهای این الگوهستند. شرط تأثیرگذاری الگوهای تدوین شده، به کارگیری راهبردهای مناسب برای رسیدن به اهداف است. مدیریت اوقات فراغت، ایجاد بستراتباتی امن، اصلاح قوانین و مقررات، فرهنگ‌سازی، تولید محتوا اسلامی ایرانی، افزایش ارتباطات خانوادگی و برقراری نظام مشاوره مناسب، راهبردهای نرم افزاری را تشکیل می‌دهند و راهبردهای فکر افزاری شامل غنی سازی 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 تأثیرمی‌گذارند 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.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پرستال جامع علوم انسانی



نتیجه

پژوهش حاضر به تدوین الگوی استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبر پرداخته است. به این منظور از روش نظریه داده بنیاد استفاده شده والگوی تدوین شده از فرآیندهای کدگذاری حاصل از مصاحبه با نخبگان به دست آمده است. نتایج تحلیل داده های کیفی مصاحبه، ارائه مدل پارادایمی استفاده خانواده از فضای مجازی و سایبر با 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)؛ ویژگی های زمینه ای (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 زمینه ای، پایگاه اجتماعی اقتصادی و امنیت اجتماعی را عوامل مؤثر بر فضای مجازی و اینترنت در نظر گرفته اند، همسوست. در تبیین این یافته می توان گفت فضای مجازی و از جمله اینترنت از عوامل مختلفی مانند زمینه ها و بستر های سخت افزاری و نرم افزاری لازم، توان اقتصادی و اجتماعی افراد و امنیت موجود در جامعه تأثیر می پذیرد؛ چراکه هریک از این عوامل می توانند بر قدرت، میزان استفاده و تأثیرگذاری فضای مجازی اثربار باشند. در پژوهش حاضر به پیامدها و ویژگی های محیطی دیگری از جمله عوامل علی، پدیده اصلی و راهبردها نیز پرداخته شده که نتایج به دست آمده با نتایج تحقیق یادشده ناهمسوست. دلیل این موضوع، رویکرد پژوهش حاضر است؛ این رویکرد، نگاهی جامع تر 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 یافته های پژوهش شاه جعفری و همکاران (۱۳۹۴) و آتمان و همکاران (۲۰۱۶) که دسترسی به اطلاعات و منابع را یکی از مؤلفه های الگوی استفاده از اینترنت در طراحی برنامه های پس از مدرسه و دستیابی به فضای مجازی در نظر گرفته اند، همسوست. همان طور 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 علیّی دیگر، پدیده اصلی، ویژگی‌های زمینه‌ای، اوضاع محیطی، راهبردها و پیامدها توجه شده که با نتایج تحقیق‌های نامبرده ناهمسوس است. این موضوع به دلیل ماهیت پژوهش حاضراست که با نگاهی جامع‌تر به موضوع نگریسته است.

در پژوهش فرزانه و فلاحتی شهاب‌الدینی (۱۳۹۴)، پایگاه اقتصادی اجتماعی، اعتقادات دینی و میزان اعتماد اجتماعی از عوامل اجتماعی مؤثر برگرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی دانسته شده که با نتایج این پژوهش همسوس است. واضح است که در گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی واستفاده 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 علیّی، پدیده اصلی، ویژگی‌های زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها توجه شده که با نتایج پژوهش آن‌ها ناهمسوس است. این اختلاف به این دلیل است که هدف پژوهش آن‌ها فقط شناسایی عوامل اجتماعی مؤثر برگرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی بوده و به شناسایی دیگر ابعاد نپرداخته‌اند.

نتایج این پژوهش با بخشی از یافته‌های پژوهش خدایاری و همکاران (۱۳۹۳) و بوید (۲۰۰۷) که اعتماد به شبکه‌های اجتماعی ویژگی‌های شخصی، رشتۀ 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 براستخراج عوامل علی دیگر، به پدیده اصلی، ویژگی های زمینه ای، اوضاع محیطی، راهبردها و پیامدهای الگوی خانواده در استفاده از فضای مجازی و سایر پرداخته شده که با نتایج پژوهش آنها ناهمسوس است. دلیل این ناهمسوسی، 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 درنتیجه 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 ناهمسوس است 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 همسوس است. 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 آنها 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 ناهمسوس است؛ زیرا در پژوهش حاضر ابعاد گستردۀ 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 مؤثردانسته 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 درنتیجه، 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 ناهمسوس است 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 طورکلی 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 روان‌شناسی 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، جوخانوادگی، بستر سخت‌افزاری، بافت اجتماعی و نیازهای خانوادگی است که برکارکرد راهبردها مؤثر است. راهبردهای الگو عبارتند از: راهبردهای نرم‌افزاری 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 الگورا به کار بگیرند می‌توان امیدوار بود که تحول شگرفی در زمینه چگونگی استفاده از فضای مجازی و سایبر ایجاد شود.

در اجرای این پژوهش عمدت‌ترین 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 استفادهٔ 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 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 سایر، آسیب اخلاقی کمتری ببینند.

درنهایت باید گفت در ارتباط با نحوه استفاده خانواده از فضای مجازی و سایر، 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 سایر باشد.



منابع

۱. استراوس، آنسلم و جولیت کربین (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. حافظنژاد، 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 جامعه‌شناسی 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 (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.
۱۲. 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.
۱۳. عابری، سامان (۱۳۸۶)؛ «جایگاه کالاهای فرهنگی در سبد خانوارهای ایرانی»؛ روزنامه سرمایه؛ ش ۵۱۲، مورخ ۱۳۸۶/۵/۱.
۱۴. غفاری هشجین، 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.
۱۵. فرزانه، سیف‌الله و راضیه فلاحتی شهاب‌الدینی (۱۳۹۴)؛ «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر برگایش 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.
۱۶. کاظمی، عباس (۱۳۸۷)؛ مطالعات فرهنگی، مصرف فرهنگی و زندگی روزمره در ایران؛ تهران: جهاد دانشگاهی.
۱۷. کفashی، مجید؛ «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده»؛ فصلنامه علمی پژوهشی اجتماعی؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، سال ۲، ش ۳، ص ۵۷ تا ۷۸.
۱۸. مرعشیان، زینت‌سادات و سید سعید کشفی (۱۳۹۵)؛ «عوامل مرتبط با بزهکاری زنان در فضای سایبری با تأکید بر اعتماد به اینترنت»؛ فصلنامه علمی پژوهشی زن و فرهنگ؛ سال ۸، ش ۳۰، ص ۹۱ تا ۱۰۲.
۱۹. نورمحمدی، مرتضی (۱۳۹۰)؛ «جنگ نرم، فضای سایبر و امنیت جمهوری اسلامی ایران»؛ راهبرد فرهنگ؛ ش ۱۶، ص ۱۲۷ تا ۱۴۵.



۲۱. ورجلی، ربابه و عباس خلیلی (۱۳۹۰)؛ «بررسی نقش پایگاه اقتصادی اجتماعی در مصرف کالاهای فرهنگی (شهرزن‌جان)»؛ *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 Harward University. Avaiable at 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 Addictiona Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*, AJ Larner, Wcnn, Liverpol, 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 Psychopathology"; 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 (۱۳۹۰): حکم تشکیل شورای عالی فضای مجازی.

