

Strategies for Using Social Networks to Enhance Vitality in Families

Hamed Ehtemam , PhD student in the Communication Department, Faculty of Humanities, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran. Email: hamedehtemam61@gmail.com

Faezeh Taghipour , Associate Professor in the Communication and Business Department, Faculty of Humanities, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran (Corresponding Author). Email: f.taghipour@khuif.ac.ir

Siamak Koorang Beheshti , Assistant Professor, Department of Management, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran. Email: sk.beheshti@gmail.com

Detailed Abstract

Family, as the smallest social unit, plays a fundamental role in establishing and maintaining social stability, balance, and development. Any improvement in the status of family members can impact society, and in this context, strengthening joy and happiness among family members is considered a key element for the sustainability of both the family and society. Happiness, as a factor for enhancing the quality of individual and family life, can effectively contribute to the reduction of psychological and social problems. A lack of happiness, on the other hand, can lead to the emergence of psychological and social issues, which may have a broader impact on society.

With the increasing prevalence of social networks as a key tool for communication and entertainment, this study investigates the role of these platforms in enhancing familial well-being. Smart usage of social media can strengthen family relationships, improve communication quality, and create joyful moments within family life. This research aims to clarify the concepts of users, audiences, and happiness within the family and examines related theories to provide a solid theoretical foundation for a better understanding of the relationship between social media and familial joy.

This study utilizes a grounded theory approach, with data collected through semi-structured interviews with 18 experts, scholars, and specialists in the fields of communication, media, psychology, and sociology. The participants include specialists in social media, sociologists, and media experts.

The findings indicate that intelligent use of social media can help strengthen family relationships and increase joy within families. Based on consultations with experts, researchers have proposed strategies for enhancing family happiness through social media, which include improving family communication, promoting positive values, establishing healthy lifestyle patterns, and sharing positive experiences. Additionally, strengthening family communications within the social media context, institutionalizing positive and joyful values, improving the quality of family communication and dialogue, engaging in shared businesses and activities in the digital space, learning from successful family models, providing educational content to develop digital skills, promoting healthy and active lifestyles,



exchanging positive and joyful experiences, transmitting hopeful and motivational messages, enhancing emotional connections, fostering empathy, deepening the understanding of happiness, seeking joy through spiritual activities, adhering to ethical principles in the use of social media, and recognizing potential risks in the digital space are all considered key strategies for increasing familial joy in virtual environments. These strategies represent the design of programs aimed at achieving familial happiness.

This research also presents a comprehensive framework for enhancing family joy through social media. In this framework, strengthening family communications, creating support networks, institutionalizing positive and joyful values, improving the quality of dialogue, learning from successful family models, and offering educational content to promote skills and healthy living are key components. The framework emphasizes the social and cultural aspects, showing that social happiness is dependent on both individual interactions and collective factors.

Finally, focusing on emotional relationships and enhancing empathy among family members, seeking joy through spiritual activities, adhering to ethical principles, and recognizing the risks of the digital space for effective use of social media are essential outcomes of this research. The study provides both theoretical and practical recommendations for families, counselors, and policymakers in the field of information and communication technology, aiming for the optimal utilization of social media. This research demonstrates that strengthening family joy through social media requires a multidimensional approach that addresses social, cultural, and individual aspects. This approach can lead to the creation of a supportive and joyful environment within families, ultimately improving the quality of life and mental health of family members.

Keywords: family, family user, social networks, social vitality, strategy.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

راهبردهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌منظور تقویت نشاط در خانواده

حامد اهتمام^۱، فائزه تقی‌پور^۲، سیامک کورنگ بهشتی^۳

چکیده

خانواده، به‌عنوان کوچک‌ترین و مهم‌ترین نهاد اجتماعی، نقش اساسی در ثبات جامعه ایفا می‌کند. گسترش فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و فضای مجازی، اعضای خانواده را به کاربران فعال شبکه‌های اجتماعی تبدیل کرده است. نشاط یکی از عوامل کلیدی در کارآمدی و ثبات خانواده محسوب می‌شود و در صورت کمبود یا فقدان آن، مشکلات روانی و اجتماعی مختلفی گریبان گیر خانواده و در نتیجه، کل جامعه خواهد شد. نشاط، همچون سایر پدیده‌های اجتماعی، از نهاد خانواده به‌عنوان نخستین اجتماع بشری نشئت می‌گیرد. در این راستا، شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از محبوب‌ترین وسایل ارتباطی و تفریحی، می‌توانند تأثیر قابل توجهی بر شادی و نشاط اعضای خانواده بگذارند. هدف پژوهش حاضر، ارائه الگویی برای کاربری خانوادگی در شبکه‌های اجتماعی به‌منظور تقویت نشاط است. پژوهشگر با بهره‌گیری از روش گرند تئوری و رویکرد کلاسیک، با انجام مصاحبه‌هایی با نخبگان، راهبردهایی را برای افزایش نشاط در شبکه‌های اجتماعی شناسایی کرده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که راهبردهای تقویت نشاط در کاربری شبکه‌های اجتماعی شامل تقویت ارتباطات خانوادگی و ایجاد شبکه‌های حمایتی، نهادینه کردن ارزش‌های مثبت و نشاط‌آور، ارتقای کیفیت ارتباطات و گفت‌وگوها، اشتغال و کسب و کارهای مشترک، استفاده از الگوهای موفق در خانواده‌های دیگر، ارائه محتوای آموزشی برای توسعه مهارت‌ها، ترویج الگوهای زندگی سالم، تبادل تجربیات مثبت، انتقال پیام‌های نشاط‌آور، ارتقاء توجه به روابط، تقویت همدلی، درک عمیق‌تر از مفهوم نشاط، جستجوی شادی از طریق فعالیت‌های معنوی، توجه به اصول اخلاقی و شناسایی خطرات مرتبط با فضای مجازی هستند. این پژوهش می‌تواند به‌عنوان راهنمایی برای خانواده‌ها در استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی به‌منظور تقویت نشاط و ارتقای کیفیت زندگی خانوادگی مورد استفاده قرار گیرد.

واژگان کلیدی

خانواده، کاربر خانوادگی، شبکه‌های اجتماعی، نشاط اجتماعی، راهبرد.

۱. تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۲۴

۲. دانشجوی دکتری گروه ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.
hamedhtemam61@gmail.com

۳. دانشیار گروه ارتباطات و کسب و کار، دانشکده علوم انسانی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.
f.taghipour@khuisf.ac.ir (نویسنده مسئول).

۳. استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.
sk.beheshti@khuisf.ac.ir

مقدمه

امروزه، در عصر دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی به بخشی جدایی ناپذیر از زندگی روزمره تبدیل شده‌اند و نقش کلیدی در شکل‌دهی به ارتباطات فردی و گروهی ایفا می‌کنند. این پلتفرم‌ها نه تنها ارتباطات و تبادل اطلاعات را تسهیل می‌کنند، بلکه می‌توانند ابزارهای مؤثری برای تقویت پیوندهای خانوادگی و افزایش نشاط درون خانواده‌ها باشند. با توجه به اهمیت سلامت روانی و عاطفی اعضای خانواده، استفاده هوشمندانه از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به تقویت روحیه و بهبود کیفیت زندگی خانوادگی کمک کند. با این حال، ورود شبکه‌های اجتماعی به زندگی انسان‌ها دغدغه‌ها و نگرانی‌هایی را برای خانواده‌ها به همراه داشته است. یکی از این چالش‌ها، کاهش نشاط و شادی در زندگی به واسطه همگامی با فناوری و نهادینه شدن جایگاه شبکه‌های اجتماعی در خانواده است که می‌تواند منجر به اضطراب و افسردگی و در نتیجه سستی در روابط خانوادگی شود. خانواده، به عنوان کوچک‌ترین واحد اجتماعی، ثبات جامعه را به خود وابسته دارد؛ بنابراین هرگونه سرمایه‌گذاری مادی و معنوی بر این عنصر اجتماعی می‌تواند به ثبات، تعادل و توسعه اجتماعی منجر گردد. نظریه پردازان برجسته مفاهیم خانواده بر این باورند که هرگونه پیشرفت و بهبود در اعضای خانواده در جامعه‌ای متشکل از این نوع خانواده‌ها مؤثر خواهد بود (Setir, 1983: 98).

در میان همه جوامع، یادگیری از خانواده آغاز می‌شود و اگر پایه آن بر شادی استوار باشد، مهد پرورش افراد سالم و شاد خواهد بود که به نوبه خود، جامعه‌ای سالم و شاد را به وجود می‌آورد. با توجه به تأثیرات همه‌جانبه شادی در توسعه و تقویت زمینه‌های رشد و تعالی و در صورت کمبود آن، بروز مشکلات روانی اجتماعی، ضروری است که در مورد شادی و نهادینه کردن آن از طریق خانواده، مطالعات دقیق و علمی انجام شود. داینرو بیسواس داینر بر این باورند که خانواده و روابط خانوادگی برای شاد بودن اهمیت زیادی دارد. بسیاری از مطالعات نشان می‌دهد که افراد شاد، در مقایسه با کسانی که از زندگی رضایت کمتری دارند، بیشتر از موهبت خانواده خوب و روابط حمایتی برخوردارند. در واقع، رابطه شادی و پیوندهای اجتماعی، به‌ویژه پیوند با خانواده، آن‌چنان نیرومند است که بسیاری از روانشناسان اعتقاد دارند نیاز انسان‌ها به یکدیگر ریشه‌ای ژنتیکی دارد؛ حتی در بزرگسالی، این تعلق خاطر، حمایت و لذت را فراهم می‌آورد و کارکردهای خانواده را به‌طور قابل توجهی بهبود می‌بخشد (داینرو بیسواس داینر، ۱۳۹۳: ۱۷۸).

افزایش شادی و بهبود روابط خانوادگی به‌طور مستقیم با کیفیت ارتباطات درون خانواده مرتبط است. وقتی اعضای خانواده احساس رضایت و خوشحالی می‌کنند، تعاملات آن‌ها بهبود می‌یابد و زمینه برای ایجاد روابط مثبت و صمیمی‌تر فراهم می‌شود. شادی در خانواده می‌تواند از طریق فعالیت‌های مشترک، گفتگوهای مثبت و حمایت عاطفی متقابل تقویت شود. این روابط مستحکم، باعث کاهش استرس و افزایش احساس امنیت و تعلق در اعضای خانواده می‌شود که در نتیجه به افزایش سطح عمومی شادی و رفاه فردی و خانوادگی منجر می‌شود؛ بنابراین، توجه به شادی و تندرستی خانوادگی نه‌تنها به بهبود روابط کمک می‌کند، بلکه به ساختن محیطی مثبت و حمایتگر برای تمام اعضای خانواده می‌انجامد.

برای بررسی موضوع «استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌منظور تقویت نشاط در خانواده»، رویکردهای متعددی وجود دارد که هر یک از جنبه‌های متفاوتی به این موضوع می‌پردازند. رویکرد روان‌شناختی به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر احساسات و عواطف اعضای خانواده و چگونگی تعاملات آنلاین در تقویت شادی و احساس رضایت می‌پردازد. این رویکرد همچنین به بررسی حمایت‌های اجتماعی ارائه‌شده از طریق این شبکه‌ها و تأثیر آن بر سلامت روانی و رفاه خانواده‌ها می‌پردازد. در مقابل، رویکرد اجتماعی به استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای تقویت روابط خانوادگی، مانند برنامه‌ریزی فعالیت‌های مشترک و اشتراک‌گذاری لحظات شاد و تأثیر این تعاملات بر نشاط خانوادگی می‌پردازد.

علاوه بر این، رویکرد فناوری و ارتباطات به بررسی ویژگی‌های خاص شبکه‌های اجتماعی، مانند قابلیت‌های تصویری و صوتی و تأثیر این ابزارها بر تعاملات خانوادگی و افزایش نشاط می‌پردازد. رویکرد فرهنگی و اجتماعی به تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ خانوادگی و نحوه تعاملات فرهنگی در خانواده‌ها توجه دارد و بررسی می‌کند که چگونه این تعاملات می‌توانند نشاط را تقویت کنند. رویکرد مدیریتی و استراتژیک بر شناسایی و تحلیل استراتژی‌های مؤثر برای استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی تأکید دارد. نهایتاً، رویکرد آموزشی و تربیتی بر آموزش اعضای خانواده برای استفاده مؤثر و مثبت از این شبکه‌ها و پیشگیری از تأثیرات منفی احتمالی تمرکز دارد. این رویکردها به پژوهشگران کمک می‌کنند تا ابعاد مختلف استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای تقویت نشاط در خانواده را تحلیل و نظریه‌های مرتبط را توسعه دهند. با توجه به اینکه در دنیای امروز، شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از محبوب‌ترین

وسایل ارتباطی و تفریحی مورد استفاده قرار می‌گیرند. در این پژوهش محقق به دنبال ارائه الگوی‌های بود که کاربر خانوادگی در شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند نشاط و شادی خود را افزایش و تقویت نماید. در عصر خانواده دیجیتال، استفاده از فناوری و شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به خانواده کمک کند تا بهتر و شادتر با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. در این مقاله، به بررسی راهبردهای مختلفی خواهیم پرداخت که می‌توانند از این ابزارها برای بهبود روابط خانوادگی، ایجاد لحظات شاد و به‌طور کلی تقویت نشاط در خانواده استفاده کنند. هدف از این مقاله ارائه پیشنهادهایی عملی و مؤثر است که به خانواده‌ها کمک می‌کند تا از امکانات شبکه‌های اجتماعی بهره‌برداری بهینه داشته باشند و ارتباطات مثبت و سازنده‌ای را در داخل خانواده برقرار کنند. درواقع پژوهشگر در این تحقیق در نظر دارد راهبردهای مناسب جهت استفاده از اعضای خانواده به‌منظور استفاده از شبکه‌های اجتماعی که بتواند نشاط پایدار در خانواده ایجاد کند، ارائه دهد. در این پژوهش منظور از کاربر خانوادگی استفاده گروهی و جمعی توسط اعضا خانواده شامل زن، شوهر و فرزندان است. از این‌رو با روش گرنند تئوری^۱ با رویکرد کلاسیک بر اساس مصاحبه با نخبگان راهبردهای افزایش نشاط را در شبکه‌های اجتماعی استخراج نموده است.

ادبیات نظری

پژوهش حاضر به بررسی ابعاد مختلف نقش شبکه‌های اجتماعی در تقویت نشاط خانوادگی می‌پردازد. در این بخش، ابتدا پیشینه تحقیق و تعاریف مربوط به مفاهیم کاربر و مخاطب شبکه‌های اجتماعی، همچنین شادی و نشاط در خانواده ارائه می‌شود. سپس به تبیین نظریه‌های مورد استفاده در پژوهش و تحلیل نقش شبکه‌های اجتماعی در زندگی خانوادگی و تأثیرات آن بر ارتباطات میان اعضای خانواده پرداخته می‌شود. علاوه بر این، راهکارهای عملی و استراتژی‌های مؤثر برای استفاده مثبت از این پلتفرم‌ها، همراه با چالش‌های احتمالی مرتبط با آن‌ها، تحلیل خواهد شد تا مبنای نظری محکمی برای درک بهتر رابطه میان شبکه‌های اجتماعی و نشاط خانوادگی فراهم شود.

پیشینه پژوهش

در ادامه برخی از مهم‌ترین پژوهش‌های داخلی و خارجی انجام‌شده در حوزه شبکه‌های اجتماعی و خانواده و همچنین نشاط معرفی می‌شوند.

رحیمی و همکاران (۱۳۹۶) با پژوهشی با عنوان بررسی جامعه‌شناختی رابطه شبکه‌های اجتماعی و تغییرات جاری در خانواده‌ها به تبیین جامعه‌شناختی جاری در خانواده‌ها شهر تهران با تأکید بر گرایش زوجین به شبکه‌های اجتماعی بر اساس نظریه‌های گیدنز، هابرماس، برگرو لاکمن، کاستلز، والد‌هال، کلاپر، تامپسون، نای و نظریه کاشت گرنبر پرداخته است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد تفاوت معناداری بین زوجین کاربر و غیر کاربران شبکه‌های اجتماعی از نظر سست شدن پیوندهای خویشاوندی، گرایش‌های انزوا جویانه، عدم پابندی به تعهدات زناشویی، سردی روابط و بی‌اعتمادی زناشویی وجود دارد.

شکریگی (۱۳۹۶) تحقیقی با عنوان بررسی جامعه‌شناختی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی و مجازی و ظهور تحولات در روابط زناشویی زوجین منطقه یک شهر تهران با روش پیمایشی انجام داده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که این گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی متغیر مستقل و ظهور طلاق عاطفی، ناسازگاری هویتی، اباحه‌گری عملی، نارضایتی از زندگی و ظهور خانواده‌های کم/ بدون فرزند رابطه معناداری وجود دارد. شوازی و عباسی (۱۳۹۷) با پژوهشی با عنوان اینترنت، خانواده شبکه‌ای و زمان خانواده: چگونه فناوری‌های نوین ارتباطی روابط خانوادگی را متأثر می‌کنند؟ انجام داده‌اند. این تحقیق پیمایشی باهدف مطالعه رابطه استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی بر روابط خانوادگی انجام شده است. جامعه آماری این مطالعه، دانش‌آموزان دبیرستانی شهر شیراز از تمام مناطق ده‌گانه بوده‌اند که با فن نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب، تعداد ۴۰۰ نفر از آنان به‌عنوان افراد نمونه انتخاب و به پرسشنامه پاسخ داده‌اند. نتایج این تحقیق حاکی از این است که هیچ‌گونه ارتباط مستقیم و معناداری بین نوع و میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی با روابط خانوادگی وجود ندارد، بلکه این ارتباط از مسیر متغیرهای میانجی یعنی زمان خانواده و خانواده شبکه‌ای محقق می‌شود.

ابریشم عارف و کاشانی مجید (۱۴۰۱) در تحقیقی با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی (فضای مجازی) بر نشاط اجتماعی معلمان شهر تهران در سال (۱۳۹۹) از نوع کمی و روش آن پیمایشی انجام داده است. نتایج نشان می‌دهد بین فضای مجازی و میزان نشاط اجتماعی در بین معلمان همبستگی معناداری وجود دارد شدت این همبستگی در حد متوسط و جهت آن معکوس است؛ یعنی با بالا رفتن میزان استفاده از فضای مجازی نشاط اجتماعی کاهش می‌یابد و ارتباط و همبستگی با اعضای خانواده افزایش می‌یابد.

محمدی و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیقی با عنوان بررسی کیفی مشکلات روان‌شناختی، فرهنگی و اجتماعی اعتیاد به شبکه‌های مجازی و اینترنت بر روی روابط زناشویی زوجین شهر اصفهان، به بررسی این مشکلات پرداخته‌اند. هدف پژوهش بررسی تأثیرات اعتیاد به شبکه‌های مجازی و اینترنت بر روابط زناشویی زوجین شهر اصفهان بود. در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری هدفمند برای انتخاب شرکت‌کنندگان استفاده شده است. نتایج نشان داد وابستگی به شبکه‌های مجازی و اینترنت موجب مشکلات رفتاری شامل پرخاشگری، اهمال‌کاری و تکانش‌گری، مشکلات عاطفی - شناختی شامل افسردگی، اضطراب، وسواس فکری و عملی، فقدان همدلی و حساسیت بین فردی، مقوله تغییر در سبک زندگی شامل اعتیاد به اینترنت، انزوای اجتماعی، مدپرستی، مشکلات شغلی و مالی، انحطاط فرهنگی شامل گسست از هنجارها و فردیت باختگی فرهنگی و مقوله تغییر ارزش‌های مذهبی شامل تزلزل در ارزش‌های اخلاقی و مذهبی و انحراف از ارزش‌ها می‌گردد.

نیازی و همکاران (۱۴۰۲) تحقیقی با عنوان تدوین الگوی یکپارچه سبک زندگی نشاط محور با اتکا به نظریه داده بنیاد انجام شده است. این پژوهش در چارچوب رویکرد کیفی و با به کارگیری روش تحقیق داده بنیاد انجام گرفته است. به همین منظور مطالعات صورت گرفته در زمینه نشاط و شادکامی در بازه زمانی سال ۱۳۹۱ تا ۱۴۰۰ مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌ها نشان داد مؤلفه‌های عوامل اجتماعی و اقتصادی تأثیر مستقیم بر سبک زندگی نشاط محور دارند. دین‌داری و عوامل فرهنگی از عوامل مداخله‌گر بر سبک زندگی نشاط محور است. شرایط جمعیت شناختی و ویژگی‌های روانی از عوامل زمینه‌ای مؤثر بر سبک زندگی نشاط محور هستند؛ همچنین افزایش سرمایه‌های اجتماعی، بهبود وضعیت روان‌شناختی و توسعه انسانی از پیامدهای سبک زندگی نشاط محور است.

ایرانا شارایواسکا^۱ (۲۰۱۴) در مقاله‌ای با عنوان خانواده و رضایت زناشویی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی بیان داشته است که محبوبیت شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان تمام گروه‌های سنی رو به افزایش است. با توجه به بررسی‌های صورت گرفته، به نظر می‌رسد یکی از عوامل کلیدی که در ثبات و کیفیت ازدواج و خانواده و رضایت زناشویی نقش دارد، استفاده از شبکه‌های اجتماعی است. از این رو، فعل و انفعال بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط اعضای خانواده و رضایت زناشویی

و خانواده باید مورد بررسی قرار گیرد. نتایج تحقیق نشان داد استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی منجر به افزایش درگیری‌ها و تنش‌ها در روابط خانوادگی شده است. جایدون تی. مزامبانی^۱ (۲۰۱۵) در پایان‌نامه دکتری خود تحت عنوان روانشناسی شبکه‌های اجتماعی: ایجاد، گسترش و انحطاط الگوهای رفتاری در جوامع مجازی بیان می‌کند که گروه‌ها به تعریف خود کمک می‌کنند و درک فرهنگ، فهمی درست از چگونگی تعامل افراد با جهان است. از دیدگاه روانشناسی فرهنگی، فرهنگ یک سیستم پویا و سازگار است که از منظر داروینیسیم، از قوانین تکامل بیولوژیکی در سطح انتزاعی پیروی می‌کند. الگوهای رفتاری به عنوان واحدهای تکرار برای فرهنگ ارائه می‌شوند. این مطالعه الگوهای رفتاری کاربران در شبکه‌های مجازی را بررسی می‌کند و با تحلیل متنی‌هایی که شامل ۶ میلیون تعامل بین بیش از ۱۲۰ هزار کاربر است، نشان می‌دهد که الگوهای رفتاری آغاز شده در افراد سطح پایین، سریع‌تر از الگوهای رفتاری آغاز شده در افراد سطح بالا یا متوسط منتشر می‌شوند. علاوه بر این، الگوهای رفتاری که با محتوا و هنجارهای گروه سازگارند، سریع‌تر از الگوهای رفتاری ناهنجار گسترش یافته‌اند. خوزه آنتونیو مونیز^۲ و همکاران (۲۰۲۱) مطالعه اکتشافی رابطه بین شادی و افزایش استفاده رسانه در دوران محدودیت‌های COVID-19 انجام داده‌اند. این تحقیق که روی افراد ۱۸ تا ۷۵ سال انجام شده، حاکی از آن است که افزایش میزان تماشای تلویزیون برای سرگرمی و استفاده از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی (SNS) در دوران محدودیت‌های کرونا بوده است. علاوه بر این، مشخص شد که استفاده بالاتر با سطح شادی همبستگی منفی دارد، به طوری که افرادی که بهزیستی بیشتر، چه ذهنی و چه روان‌شناختی را گزارش کردند، زمان کمتری را صرف تماشای تلویزیون و استفاده از SNS کردند. در مقابل، هیچ ارتباطی بین میزان شادی و مصرف خبر (صرف‌نظر از رسانه) و رادیو یافت نشد. با وجود تحولات سریع فضای مجازی و گستردگی آن، پژوهش‌های انجام شده در مورد آثار و پیامدهای گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییرات جاری در حوزه خانواده بسیار اندک است. بیشتر پژوهش‌ها از منظر آسیب‌شناختی به مطالعه آثار زیان‌بار فردی و اجتماعی استفاده از فضای مجازی پرداخته‌اند.

کریستینا تامیسالو^۱، میرکا دانیلزبکا^۲، آنتی او. تانسکانن^۳، برونو آرپینو^۴ (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان *ارتباط رسانه‌های اجتماعی با اعضای خانواده و شادی بزرگسالان جوان و مسن* نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی ممکن است رفاه سالمندان را افزایش دهند زیرا آن‌ها از رسانه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط با روابط اجتماعی نزدیک، مانند اعضای خانواده استفاده می‌کنند.

الکس رومانی ریورا^۵، آنا گالوز-موزو^۶، فرانسیسکو تیرادو-سرانو^۷ (۲۰۲۴) پژوهش با عنوان *ضرورت شادکامی در روانشناسی مثبت: به‌سوی یک سیاست روانی بهزیستی انجام داده‌اند*. در این تحقیق با اشاره به اینکه روانشناسی مثبت‌گرا چگونگی درک ما از شادی را بازسازی کرده است، شیوه‌ها و گفتمان‌هایی که برای اجرای آن مفهوم‌سازی مجدد ارائه می‌کند. روانشناسی مثبت نوعی روابط قدرت دوستانه را ترویج می‌کند که به‌جای تنبیه، خلاقیت فرد را تحریک و توانمند می‌کند.

ازاین‌رو، پژوهشی که به ارائه راهبردهای استفاده کاربر خانواده‌گی و نقش آن در تقویت نشاط پردازد، توسط پژوهشگر یافت نشده است. بااین‌حال، نتایج پژوهش‌های اندکی که در حوزه تحولات خانواده و تأثیرات فناوری‌های نوین بر آن صورت گرفته، قابل‌توجه و حائز اهمیت است. این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که درک عمیق‌تری از ارتباطات خانواده‌گی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به بهبود کیفیت روابط خانوادگی و افزایش نشاط در خانواده‌ها کمک کند؛ بنابراین، این پژوهش به‌عنوان یک تلاش جدید در این زمینه، به بررسی راهبردهایی می‌پردازد که می‌توانند به تقویت نشاط و بهبود کاربری شبکه‌های اجتماعی در خانواده‌ها منجر شوند.

چارچوب نظری این پژوهش به تبیین مفاهیم کلیدی و نظریه‌های مرتبط با نقش شبکه‌های اجتماعی در تقویت نشاط خانوادگی می‌پردازد و هدف آن ارائه مبنای علمی برای تحلیل تأثیرات این فناوری‌ها بر روابط درون خانواده است.

1. Kristiina Tammisalo

2. Mirkka Danielsbacka

3. Antti O. Tanskanen

4. Bruno Arpino

5. Alex Romani Rivera

. Ana Gálvez-Mozo

. Francisco Tirado-Serrano

6. Ana Galvez-Mozo

7. Francisco Tirado-Serrano

تعریف مفاهیم

در این بخش، به تعریف مفاهیم کلیدی مرتبط با مقاله می‌پردازیم تا پایه‌گذار فهم دقیق‌تری از موضوعات مطرح‌شده باشد.

شبکه‌های اجتماعی مجازی

شبکه‌های اجتماعی مجازی^۱ به منزله نوعی اجتماع مجازی به کاربران اجازه می‌دهند تا با یکدیگر ارتباط برقرار کنند، در طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های اجتماعی درگیر شوند و اطلاعات موردنیاز یا دلخواه خود را کسب کنند (Wang, Jackson, Wang & et, 2015:120). شبکه‌های اجتماعی مجازی نوعی از فناوری‌های رایانه‌ای هستند که بر مبنای فناوری وب ۲^۲ ساخته شده‌اند. درواقع نسل جدیدی از وب‌سایت‌های اینترنتی به شمار می‌رود. در این وب‌سایت‌ها کاربران اینترنتی حول محوری مشترک به‌صورت مجازی جمع می‌شوند و جوامع آنلاین را تشکیل می‌دهند (ذوالقدر و قاسم‌زاده، ۱۳۹۲: ۳۹). هزاران شبکه اجتماعی در اینترنت فعالیت دارند که هرکدام بر مبنای موضوع خاصی راه‌اندازی شده‌اند. هدف خدمات شبکه‌های اجتماعی ساختن جوامع عمومی آنلاین از طریق افرادی است که مایل‌اند علایق و فعالیت‌های خود را به اشتراک بگذارند و یا باعلاقه و فعالیت سایرین آشنا شوند معمولاً شبکه‌های اجتماعی به‌منظور تعامل و ارتباط با یکدیگر چندین راه را برای کاربران فراهم می‌کند؛ ازجمله نوشتن مشخصات، پیام‌های فوری، اتاق‌های چت، ایمیل، وب‌کم، اشتراک‌گذاری فایل، وبلاگ نویسی و گفتگوی گروهی.

به تعبیر دیگر؛ شبکه اجتماعی مجازی یک برنامه کاربردی آنلاین و محصول وب ۲ (وب تعاملی) است که علاوه بر سه ویژگی ساختاری، تولید، مبادله و عرضه وب ۱ دارای ویژگی تعاملی و کنشگری فعالانه کاربر بر اساس وب ۲ است. به‌نوعی شبکه اجتماعی مجازی، فضای آنلاین مبتنی بر وب‌سایت یا وب‌سایت‌هایی از نسل وب ۲ هستند که با استفاده از یک موتور جست‌وجوگر و افزودن امکاناتی مانند چت، ایمیل، انتقال متن، صدا، تصویر، ویدئو به کاربران خود امکان ساخت پروفایل، فهرستی از مخاطبان، حلقه دوست‌یابی برای برقراری ارتباط در قالب شبکه از روابط فردی و گروهی یا اشتراک‌گذاری علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود را می‌دهد. درواقع آن‌ها ساختارهای اجتماعی جهت ایجاد، گسترش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی هستند (خانیک‌ی و خجیر، ۱۳۹۸: ۳۹).

کاربر شبکه‌های اجتماعی

رشد روزافزون کاربران رسانه‌های اجتماعی^۱ گذر از مخاطب شناسی و توجه به کاربر شناسی را حائز اهمیت ویژه‌ای نموده است. رسانه‌های اجتماعی تاروپود جامعه شبکه هستند رشد روزافزون این رسانه‌ها نه تنها تغییرات فرهنگی و اجتماعی قابل توجهی در جوامع ایجاد کرده، بلکه مفاهیم و نظریات رسانه‌ها را نیز دچار تحول اساسی نموده و چالش نظریه جدیدی را پیش روی پژوهشگران نهاده است. در نظریه‌های اولیه رسانه‌های جمعی به عنوان مجراهای ارتباطی یک‌طرفه و مستقلاً تولید می‌شدند که اطلاعات را به عامه مردم منتقل می‌کنند و از این طریق عقاید آن‌ها را شکل می‌دهند. این نگاه در نظریه‌های بعدی به تدریج تغییر یافته و تداوم آن به مثابه یک چرخش جدید رسانه‌ای بروز پیدا کرده است؛ این چرخش رسانه‌ای دگرگونی اساسی در مفهوم رسانه و مخاطب است (ذکایی و حسنی، ۱۳۹۴: ۳۸). رسانه‌های اجتماعی و تعاملی با تغییر محیط زندگی روزمره فرصت‌های بی‌بدیلی را برای تولید و مصرف محتوای فراهم ساخته‌اند؛ مخاطبان انبوه و منفعل‌ای که جدا از رسانه‌ها و دریافت‌کننده و مصرف‌کننده‌های پیام‌های رسانه‌ای در نظر گرفته می‌شدند؛ جای خود را به کاربران بی‌شماری دادند که نه تنها فعال و تولیدکننده پیام هستند، بلکه شاکله هویت رسانه‌ها محسوب می‌شوند. الگوی ارتباطات عمودی جای خود را به ارتباطات افقی، شبکه‌ای و چندلایه‌های داده است. رسانه‌های اجتماعی نیز در ارتباطی هم‌افزار با یکدیگر قرار گرفته و پاسخگویی طیف وسیعی از ذائقه‌های کاربران شده‌اند.

مخاطب در شبکه‌های اجتماعی

در پژوهش‌های ارتباطی دو نوع نگاه به مخاطب^۲ وجود دارد: منفعل^۳ پنداری مخاطب و فعال^۴ پنداری آن. در نگاه اول مخاطب به مثابه انبوهی از گیرندگان بی‌ارتباط با یکدیگر در نظر گرفته می‌شود که تحت تأثیر پیام ارسالی از رسانه قرار می‌گیرند. برای نمونه در

نظریه سوزن تزریقی^۱ یا نظریه گلوله^۲، استدلال بر این بود که پیام‌های ارتباط جمعی بر همه مخاطبانی که در معرض آن‌ها قرار می‌گیرند اثرهای قوی و مشابه‌ای دارد. این نظریه متروک، مخاطب را در برابر رسانه منفعل و فاقد قدرت تحلیل پیام‌های ارتباطی در نظر می‌گرفت. با پیشرفت پژوهش‌های ارتباطی، جهت‌گیری نظریه‌ها به سمت مخاطب فعال تغییر یافت. در این نظریه‌ها مخاطب به‌مثابه گیرنده‌ای فعال در نظر گرفته می‌شود که نقش نسبتاً خلاق و معنا سازی دارد و بر اساس ویژگی‌های اجتماعی و فردی خود، الزاماً تحت تأثیر پیام ارسالی قرار نمی‌گیرد (ویندال و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۷۴).

خانواده

خانواده گروه کوچکی است که حدفصل بین فرد و جامعه قرار گرفته است. صاحب‌نظران تعریف‌های متعددی برای خانواده ارائه کرده‌اند از این‌رو شاید مناسب‌تر باشد که خانواده را با توجه به ویژگی‌های اساسی آن تعریف شود. خانواده عمومی‌ترین سازمان‌های اجتماعی است که بر اساس ازدواج بین یک مرد و دست‌کم یک زن شکل می‌گیرد و در آن مناسبات خونی و اسناد یافته (پذیرش فرزند) به چشم می‌خورد که معمولاً دارای نوعی اشتراک مکانی است که معمولاً کارکردهای گوناگون شخصی، جسمانی، اقتصادی تربیتی و جزء این‌ها را بر عهده دارد (سالاری‌فرد، ۱۳۹۳: ۱۳). از دیدگاه جامعه‌شناسی خانواده به مفهوم محدود آن عبارت است از یک واحد اجتماعی، ناشی از ازدواج یک زن و یک مرد که فرزندان پدید آمده از آنان خانواده را تکمیل می‌کند. تعریف دیگری، خانواده را گروهی از افرادی داند که از راه خون، زناشویی و یا فرزند پذیری با یکدیگر ارتباط می‌یابند و طی یک دوره‌ی زمانی نامشخص، باهم

۱. نظریه سوزن تزریقی (Injecting Needle Theory) که به عنوان نظریه انتقال مستقیم نیز شناخته می‌شود، توسط برنارد کوهن (Bernard Cohen) در دهه ۱۹۴۰ مطرح شد. این نظریه بر این اساس استوار است که رسانه‌ها به‌طور مستقیم و فوری بر مخاطبان تأثیر می‌گذارند؛ به عبارت دیگر، پیام‌های رسانه‌ای به‌عنوان سوزنی عمل می‌کنند که به‌طور مستقیم به ذهن و رفتار مخاطبان تزریق می‌شود.

در این نظریه، فرض بر این است که مخاطبان منفعل هستند و بدون نقد و تحلیل، پیام‌ها را دریافت می‌کنند. این رویکرد به طور خاص در زمان جنگ و تبلیغات سیاسی بسیار مورد توجه قرار گرفت، زیرا رسانه‌ها به‌عنوان ابزاری برای شکل‌دهی به نگرش‌ها و رفتارها به کار می‌رفتند.

۲. نظریه گلوله (Bullet Theory) که به نام نظریه گلوله جادویی نیز شناخته می‌شود، یک نظریه ارتباطی است که در دهه ۱۹۴۰ مطرح شد. این نظریه به این مفهوم اشاره دارد که رسانه‌ها به‌طور مستقیم و سریع بر مخاطبان تأثیر می‌گذارند، به‌طوری‌که پیام‌های رسانه‌ای مانند گلوله‌ای هستند که به‌طور ناگهانی و بی‌واسطه به هدف خود اصابت می‌کنند. بر اساس این نظریه، رسانه‌ها قادرند تغییرات عمده‌ای در نگرش‌ها، رفتارها و افکار عمومی ایجاد کنند. فرض بر این است که مخاطبان منفعل هستند و به‌راحتی تحت تأثیر پیام‌های رسانه‌ای قرار می‌گیرند بدون اینکه آن‌ها را مورد نقد یا تحلیل قرار دهند. این نظریه در زمان‌های خاصی، به‌ویژه در جنگ‌ها و تبلیغات سیاسی، به‌عنوان ابزاری برای توجیه تأثیرگذاری رسانه‌ها بر افکار عمومی استفاده شد.

زندگی می‌کنند (کوئن، ۱۳۷۸: ۱۲۷). آنتونی گیدنز^۱ (۱۹۳۸) جامعه‌شناس انگلیسی نیز خانواده را گروهی از افراد می‌داند که با ارتباطات خویشاوندی مستقیماً پیوند یافته‌اند و اعضای بزرگسال آن مسئولیت مراقبت از کودکان را بر عهده دارند. پیوندهای خویشاوندی ارتباطات میان افراد است که یا از طریق ازدواج برقرار گردیده‌اند، یا از طریق تبار که خویشاوندان خونی (مادران، پدران، فرزندان دیگر، پدربزرگ‌ها و غیره) را با یکدیگر مرتبط می‌سازد؛ و ازدواج عبارت است از پیوند جنسی از نظر اجتماعی به رسمیت شناخته‌شده و پسندیده بین دو نفر بزرگسال (گیدنز، ۱۳۸۳: ۴۲۴).

شادی و نشاط

شادی یکی از مهم‌ترین هیجان‌های مثبت و احساسات خوشایند است که سلامت جسمی و روانی اعضای جامعه را متأثر می‌سازد. شادی مقابل هیجان‌های منفی، نظیر خشم، اضطراب، افسردگی... و همواره با خشنودی، خوش‌بینی و امید همراه است (میکائیلی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۱؛ به نقل از امیر کافی، زارع، ۱۳۹۱: ۴۲). شادی و نشاط به‌عنوان یکی از احساسات ریشه‌ای مثبت و یکی از ضروری‌ترین خواسته‌های فطری و نیازهای روانی انسان، نقش تعیین‌کننده‌ای در تأمین سلامت فرد و جامعه داشته و از آنجاکه شادی همراه با خرسندی، خوش‌بینی، امید و اعتماد همراه است می‌تواند نقش تسریع‌کننده‌ای در فرآیند توسعه جامعه داشته باشد (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۶۰). نشاط و سعادت فردی و اجتماعی یکی از مهم‌ترین و بزرگ‌ترین نیازها و آرزوهای بشر در تمام دوره‌ها بوده و هست و بیشتر تلاش هر انسانی در جهت یافتن شادی، نشاط و خوشبختی برای آینده است. درواقع نشاط یک حس درونی نسبت به محیطی است که انسان در آن زندگی می‌کند. اگر فرد نسبت به اطراف خود حس مثبت و خوبی داشته باشد می‌تواند احساس نشاط کند. ازاین‌رو نشاط در زندگی مجموعه‌ای است از شرایط فردی و اجتماعی و درواقع خود نشانه‌ای از نگرش‌های مثبت نسبت به جهان و محیط که فرد را فراگرفته و در آن زندگی می‌کند و احساس خوشبختی، اعتماد متقابل و احساس تعهد فرد به خود و جهان پیرامونی است (عارف و کاشانی، ۱۴۰۱: ۸۷).

نشاط اجتماعی

نشاط اجتماعی^۲ همان سطح برخورداری از مواهب زندگی عمومی همراه با اقناع ذهنی و اجماع عینی است؛ یعنی باید تعریف فردی و بیرونی از نشاط باهم مقارن درواقع باشند (عنبری، ۱۳۹۱: ۳۵). نشاط از منظر اجتماعی، عضوی از خانواده و چهارچوب مفهومی

1. Anthony Giddens

2. Social vitality

کیفیات زندگی، رضامندی اجتماعی، امنیت اجتماعی، سلامت اجتماعی رفتارهای جمعی و فراغت است این مفاهیم به‌نوعی متناظر با نشاط و شادمانی هستند. همچنین نشاط اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و مؤثرترین شاخص‌های اجتماعی در گسترش احساس رضایت عمومی از زندگی، بسط تعاملات اجتماعی سازنده، رشد اعتماد عمومی و مشارکت همه‌جانبه اجتماعی به‌شمار می‌رود (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۶۰).

تفاوت شادی و نشاط

در فرهنگ و ادبیات فارسی برای شادی مفاهیمی نظیر خوشی، خرمی، سرور، تازگی، شادمانی سرزندگی زنده‌دلی، سبکی، چالاکی، خرسندی، خجستگی، کامروایی، رغبت درونی، ضدافسردگی و نظیر آن در نظر گرفته‌شده است (معین، ۱۳۸۱). شادی و نشاط در فرهنگ لغت عربی به معنای سرور (انبساطی که به‌واسطه آن غم و اندوه را از بین می‌برد)، طرب (خارج شدن از حد اعتدال در سرور)، بطر (گذشتن از حد طرب)، فرح (مطلق شادی که تمام مراتب را دارد) و نشاط (آمدگی و سرزندگی برای انجام دادن کار) است (ابن منظور، ۶۳۰: ۴۱۳).

چارچوب نظری

جهت خوانش موضوع پژوهش حاضر علاوه بر مفاهیم ذکرشده از یک نظریه مطرح در حوزه ارتباطات اجتماعی با عنوان «نظریه استفاده و التذاذ» استفاده می‌شود.

نظریه استفاده و التذاذ

نظریه استفاده و التذاذ^۱ از نظریه‌هایی است که چنین نگاهی به مخاطب دارد. پیش‌فرض اصلی این است که مخاطبان نیازهایی از قبیل کسب راهنمایی، آرامش، سازگاری، اطلاعات و هویت‌یابی شخصی دارد که با استفاده از رسانه‌ها تأمین می‌شوند (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۱۰۴). فعال‌پنداری مخاطب توسط نظریه‌پردازان مطالعات فرهنگی به‌ویژه استوارت هال در دهه ۱۹۸۰ به‌صورت عمیق‌تری پیگیری شد. آن‌ها این فرض را مطرح کردند که مصرف‌کنندگان رسانه‌ها به‌صورت منفعل، دریافت‌کننده پیام‌های رسانه‌ای نیستند بلکه فعال بوده و به‌صورت خلاقانه در پیام‌ها دخل و تصرف و حتی در برابر آن‌ها موضع‌گیری می‌کنند. تجربه مردم در استفاده از رسانه‌ها در بافت زندگی روزمره آن‌ها صورت می‌گیرد و مخاطبان از طریق مصرف خلاق رسانه‌ها، هویت،

۱. نظریه استفاده و التذاذ (Uses and Gratifications Theory) یکی از نظریه‌های مهم در مطالعات ارتباطات و رسانه است که به بررسی این می‌پردازد که چرا و چگونه افراد از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و چه نیازی را برآورده می‌سازند. این نظریه در دهه ۱۹۷۰ توسعه یافت و به چگونگی انتخاب و استفاده از رسانه‌ها بر اساس نیازها و خواسته‌های مخاطبان تأکید دارد.

تفاوت‌ها و فرهنگ را شکل می‌دهند (Livingstone & European Science, 2005: 21); نظریه‌پردازان مطالعات فرهنگی با ارائه تصویری فعال و انتخاب‌گر از مخاطب رسانه‌های قدیمی، زمینه‌ساز جایگزینی واژه کاربر به جای مخاطب^۲ و شکل‌گیری مطالعات کاربر شناسی رسانه‌های اجتماعی شده‌اند. این نظریه به ما می‌آموزد که مخاطبان شبکه‌های اجتماعی نه تنها دریافت‌کنندگان غیرفعال محتوا هستند، بلکه فعالانه در فرآیند انتخاب و مصرف محتوا مشارکت می‌کنند؛ بنابراین، می‌توانیم بررسی کنیم که چگونه اعضای خانواده با استفاده از این پلتفرم‌ها نیازهای خود را برآورده می‌کنند و به تقویت روابط خانوادگی و نشاط درون خانواده کمک می‌کنند. همچنین، با توجه به دیدگاه استوارت هال، می‌توانیم نقش خلاقانه کاربران را در شکل‌دهی به هویت و فرهنگ خانوادگی از طریق تعاملات آنلاین تحلیل کنیم. این رویکرد به ما امکان می‌دهد تا درک عمیق‌تری از تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر روابط خانوادگی و نشاط آن‌ها به دست آوریم.

روش پژوهش

در این تحقیق از روش مطالعه گرند تئوری^۳ یا نظریه داده بنیاد کلاسیک^۴ برای رسیدن به راهبردهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی به منظور تقویت نشاط در خانواده استفاده می‌شود. نظریه زمینه‌ای روشی است که نظریه‌ها، مفاهیم، فرضیه‌ها و قضایا را به جای استنتاج از پیش فرض‌های قبلی، سایر پژوهش‌ها یا چارچوب‌های نظری موجود، به طور مستقیم از داده‌ها کشف می‌کند (حریری، ۱۳۹۰: ۱۰۹). علت این که در این تحقیق از نظریه داده بنیاد کلاسیک استفاده شده است این است که یکپارچه شدن نظریه، زمانی مطلوب است که همانند مفاهیم، خود ظاهر شود. نظریه هرگز نباید کنار هم گذارده شود. همچنین وارسو^۵ اساساً جزئی از نظریه داده بنیاد نیست؛ به طوری که گلنزر و استراوس (Glaser and Strauss, 1967: 7) چندین بار از آن انتقاد کرده‌اند و آن را مانع قدرت خلاقیتی دانسته‌اند که موجب کشف نظریه می‌شود و آن را تولیدکننده یک

1. User

2. Audaince

3. Grounded Theory

۴. نظریه داده بنیاد کلاسیک (Classical Grounded Theory) یک روش تحقیق کیفی است که توسط بارنی گلاسر و انسلم استراوس در دهه ۱۹۶۰ توسعه یافت. این نظریه به ویژه در حوزه‌های اجتماعی و انسانی کاربرد دارد و هدف آن استخراج تئوری‌هایی است که از داده‌های واقعی ناشی می‌شوند، به جای شروع از نظریه‌های قبلی.

5. Verification

نظریه ناکامل دانسته‌اند (فرهنگی، کروی، صادق وزیری، ۱۳۹۴: ۱۴۷).

این روش یک روش تحقیق کیفی است که برای نظریه‌پردازی پیرامون پدیده‌های مورد مطالعه استفاده می‌شود. منظور از پژوهش کیفی، هر نوع پژوهشی است که یافته‌هایی تولید کند که با توسل به عملیات آماری یا سایر روش‌های شمارشی حاصل نشده باشد (استراوس و کوربین، ۱۳۹۵: ۳۲). گراند تئوری به دلیل توجه بیشتر به تعاملات اجتماعی و بررسی فرآیندهای نهفته در رفتارهای اجتماعی، به یکی از مهم‌ترین روش‌های تحقیق بین‌رشته‌ای تبدیل شده است (فتحی و لطیفی، ۱۳۹۵). از میان انواع تحقیقات کیفی، گراند تئوری به دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد خود که به بررسی فرآیندهای اجتماعی موجود در تعاملات انسانی می‌پردازد، اهمیت ویژه‌ای در مطالعات اجتماعی دارد. ماهیت گراند تئوری این است که از تحلیل پدیده‌های خاص اجتماعی، یک نظریه جامع و عمومی ارائه دهد (Charmaz, 2006).

در این تحقیق، به منظور دستیابی به اهداف مورد نظر، با ۱۸ نفر از متخصصان در حوزه‌های رسانه، خانواده، مشاوره، روان‌شناسی و علوم دینی، مصاحبه‌های عمیقی انجام شد. محقق داده‌ها را از طریق مصاحبه‌های چهره به چهره و نیمه‌ساخت یافته جمع‌آوری کرده و در ادامه، فرآیند گردآوری داده‌ها را به منظور تولید نظریه، کدگذاری و تحلیل می‌کند. همچنین، محقق تصمیم می‌گیرد که در مرحله بعد، چه داده‌هایی را از کجا به دست آورد تا نظریه‌ای در حال ظهور توسعه یابد.

برای اجرای تحقیق با استفاده از روش داده بنیاد کلاسیک به منظور رسیدن به راهبردهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای تقویت نشاط در خانواده، مراحل زیر را می‌توان دنبال کرد:

۱. تعیین مسئله و هدف تحقیق: مشخص شود که هدف تحقیق توسعه نظریه‌ای است که توضیح دهد چگونه شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به تقویت نشاط در خانواده‌ها کمک کنند. سؤالات تحقیق می‌تواند شامل: «چه روش‌هایی برای استفاده مؤثر از شبکه‌های اجتماعی برای افزایش نشاط خانوادگی وجود دارد؟» و «چگونه شبکه‌های اجتماعی به بهبود روابط و افزایش شادی در خانواده کمک می‌کنند؟» باشد.

۲. طراحی ابزار و روش مصاحبه: طراحی پرسش‌نامه یا راهنمای مصاحبه باز و انعطاف‌پذیر که به جمع‌آوری داده‌های عمیق و کیفی از تجربیات و نظرات خانواده‌ها درباره استفاده از شبکه‌های اجتماعی کمک کند. سؤالات باید

به گونه‌ای طراحی شوند که امکان بررسی عمیق تجربیات و دیدگاه‌ها را فراهم کنند، مانند: «چگونه از شبکه‌های اجتماعی برای برگزاری فعالیت‌های خانوادگی استفاده می‌کنید؟»

۳. نمونه‌برداری: انتخاب نمونه‌های هدفمند که تجربه‌های مختلفی از استفاده از شبکه‌های اجتماعی دارند. این نمونه‌ها می‌توانند شامل نخبگان مطلع از موضوع باشند. روش نمونه‌برداری نظری را به کارگیرید تا به مرور و بر اساس داده‌ها نمونه‌های جدید را انتخاب کنید.

۴. اجرای مصاحبه‌ها: انجام مصاحبه‌ها با نخبگان به منظور جمع‌آوری داده‌های تجربی و کیفی. مصاحبه‌ها باید با رعایت اصول اخلاقی تحقیق انجام شوند و به‌طور دقیق ضبط یا مکتوب شوند.

۵. کدگذاری داده‌ها: آغاز به کدگذاری داده‌ها با استفاده از سه مرحله کدگذاری: - کدگذاری باز: شناسایی و نام‌گذاری مفاهیم اولیه در داده‌ها. به عنوان مثال، شناسایی فعالیت‌های خاصی که موجب افزایش نشاط می‌شوند. - کدگذاری محوری: تحلیل ارتباطات و روابط میان کدها و مفاهیم و یافتن الگوهای مرکزی. به عنوان مثال، بررسی چگونگی تعامل میان فعالیت‌های شبکه‌های اجتماعی و شادی خانوادگی.

- کدگذاری انتخابی: توسعه نظریه‌ای که مفاهیم کلیدی و الگوهای شناسایی شده را یکپارچه کند و به‌طور کلی توضیح دهد که چگونه شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به تقویت نشاط در خانواده کمک کنند.

۶. تحلیل مقایسه‌ای: مقایسه داده‌ها و مفاهیم شناسایی شده برای شناسایی الگوهای مشترک و روابط. این مرحله شامل مقایسه نتایج با داده‌های جدید و قبلی است تا نظریه‌ها و الگوهای پدید آمده معتبر و جامع باشند.

۷. توسعه نظریه: توسعه نظریه‌ای مبتنی بر داده‌ها که توضیح می‌دهد چگونه استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به تقویت نشاط در خانواده‌ها کمک کند. این نظریه باید به‌طور کامل از داده‌های به دست آمده پشتیبانی کند و به‌طور مستمر با داده‌های جدید بررسی شود.

۸. اعتبارسنجی و ارزیابی: ارزیابی اعتبار نظریه با استفاده از تکنیک‌های مختلف مانند بررسی مجدد داده‌ها، بازخورد از مشارکت‌کنندگان و مقایسه با مطالعات مشابه. این مرحله به تأیید و اصلاح نظریه کمک می‌کند تا اعتبار و دقت آن تضمین شود.

۹. نوشتن و گزارش نتایج: مستندسازی و نگارش نتایج تحقیق، شامل توضیحات درباره نظریه توسعه‌یافته، یافته‌های کلیدی و پیشنهادهای عملی برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی به منظور تقویت نشاط در خانواده.

برای استفاده از این روش در پژوهش حاضر، ابتدا باید مسئله و هدف تحقیق مشخص شود و بر تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر نشاط خانوادگی تمرکز گردد. سپس سؤالات مرتبط طراحی می‌شوند. در مرحله بعد، ابزارهای مناسب، مانند پرسش‌نامه‌های باز، برای جمع‌آوری داده‌های کیفی از تجربیات خانواده‌ها تهیه و نمونه‌های هدفمندی انتخاب می‌شود. اجرای مصاحبه‌ها باید با رعایت اصول اخلاقی انجام شود و داده‌ها در سه مرحله کدگذاری شوند تا الگوهای مهم شناسایی گردند.

پس از تحلیل مقایسه‌ای داده‌ها و توسعه نظریه‌ای مبتنی بر آن‌ها، اعتبار نظریه از طریق بازخورد مشارکت‌کنندگان و مقایسه با مطالعات مشابه ارزیابی خواهد شد. در نهایت، نتایج تحقیق مستند شده و پیشنهادهای عملی برای استفاده مؤثر از شبکه‌های اجتماعی به منظور تقویت نشاط در خانواده‌ها ارائه می‌شود.

یافته‌ها

در پژوهش حاضر، داده‌ها را از طریق مصاحبه چهره به چهره و نیمه ساختاریافته جمع‌آوری می‌شود. نمونه‌گیری در نظریه داده بنیاد به روش نظری است؛ فرایند گردآوری داده‌ها به منظور تولید نظریه، به گونه‌ای است که تحلیل‌گر همچنان که داده‌ها را جمع‌آوری، کدگذاری و تحلیل می‌کند، تصمیم می‌گیرد که در مرحله بعد، چه داده‌هایی را از کجا به دست آورد تا نظریه در حال ظهور توسعه یابد. در پژوهش حاضر، از هر شرکت‌کننده درخواست می‌شد افرادی را که پتانسیل احتمالی تناسب با تحقیق دارند، معرفی کند. پس از تحلیل داده‌ها، تعیین می‌شود که با کدام یک از افراد معرفی شده باید مصاحبه شود؛ و در مجموع، با ۱۸ نفر مصاحبه شد. مشارکت‌کنندگان در تحقیق حاضر شامل اساتید و صاحب‌نظران در حوزه‌های ارتباطات و رسانه، روانشناسی، علوم اجتماعی، جامعه‌شناسی می‌باشند. صاحب‌نظران از بین کارشناسان خبره، اساتید دانشگاه، فعالان شبکه‌های اجتماعی، جامعه‌شناسان و متخصصین ارتباطات و رسانه انتخاب شدند. با توجه به مصاحبه با متخصصین و نخبگان در حوزه خانواده و رسانه، راهنماهای برای تقویت نشاط در خانواده از طریق شبکه‌های اجتماعی ارائه می‌شود. این راهنما به معنی تعیین اهداف و طرح نمودن برنامه‌ای برای رسیدن به نشاط در خانواده است.

در پژوهش حاضر، داده‌ها از طریق مصاحبه‌های چهره به چهره و نیمه ساخت‌یافته جمع‌آوری می‌شوند. نمونه‌گیری در این تحقیق بر اساس روش نظری در نظریه داده بنیاد انجام می‌گیرد؛ به این معنا که فرآیند گردآوری داده‌ها به‌منظور تولید نظریه به‌گونه‌ای است که تحلیل‌گر هم‌زمان با جمع‌آوری، کدگذاری و تحلیل داده‌ها، تصمیم می‌گیرد در مراحل بعدی چه نوع داده‌هایی را از کجا به دست آورد تا نظریه در حال ظهور به‌طور مؤثرتری توسعه یابد.

در این پژوهش، از هر شرکت‌کننده درخواست می‌شود افرادی را که ممکن است با موضوع تحقیق تناسب داشته باشند، معرفی کند. پس از تحلیل داده‌ها، مشخص می‌شود که کدام‌یک از افراد معرفی‌شده برای انجام مصاحبه انتخاب خواهند شد. در مجموع، با ۱۸ نفر مصاحبه انجام شده است. مشارکت‌کنندگان شامل اساتید و صاحب‌نظران در حوزه‌های ارتباطات و رسانه، روان‌شناسی، علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی هستند. این صاحب‌نظران از میان کارشناسان خبره، اساتید دانشگاه، فعالان شبکه‌های اجتماعی و متخصصان حوزه ارتباطات و رسانه انتخاب گردیده‌اند.

با توجه به مصاحبه‌های صورت گرفته با متخصصین و نخبگان در حوزه خانواده و رسانه، راهبردهایی برای تقویت نشاط در خانواده از طریق شبکه‌های اجتماعی ارائه می‌شود. این راهبردها به معنای تعیین اهداف و طراحی برنامه‌هایی برای دستیابی به نشاط خانوادگی است. درنهایت، نتایج این پژوهش می‌تواند به‌عنوان مبنایی برای ایجاد راهکارهای عملی و مؤثر در زمینه بهبود روابط خانوادگی و افزایش کیفیت زندگی اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد.

۱. راهبرد شبکه‌سازی در خانواده

ویژگی کاربر خانگی از استفاده از شبکه‌ها اجتماعی در راستای نشاط با کدگذاری انتخاب شامل راهبرد شبکه‌سازی در خانواده است. به این صورت که از طریق شبکه‌سازی ارتباطی در فضای مجازی می‌توان نشاط و شادی را به دست آورد. بر اساس نظر مصاحبه با نخبگان، راهبرد شبکه‌سازی در ارتباط با اعضای خانواده شامل ایجاد فرصت جدید آشنایی برای دیگر دوستان با خانواده، اثربخشی تشکیل روابط اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی، رسیدن به «حال خوب» کاربر از طریق ارتباط با دوستان و اقوام، برقراری روابط سالم و بدون تنش با اعضا خانواده، استفاده از پلتفرم‌های ویدئو کنفرانس با اعضای خانواده، ارتباط در شبکه‌های اجتماعی مقدمه برای توسعه در روابط در نظر گرفت.

کد (۲) «برگزاری فعالیتهای مشترک در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به افزایش ارتباط و همبستگی در خانواده کمک کند. فعالیتهایی مانند بازی‌های تفریحی آنلاین، سفرهای خانوادگی مجازی و دیدارهای مشترک با دوستان و خانواده‌های دیگر می‌تواند به خانواده احساس شادی و نشاط بدهد».

همچنین کد (۹) اظهار داشت «شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یک ابزار شبکه‌سازی عمل کنند. با ارتباط برقرار کردن با دوستان و آشنایان جدید، می‌توانید روابط خود را در خانواده تقویت کنید و احتمالاً فرصتهای جدیدی را اعضای خانواده برای خود به دست آورید». این پژوهش با یافته‌های های شین^۱، لین شن^۲، ییشن رین^۳ (۲۰۲۱) با عنوان «شهر هوشمند چگونه می‌تواند زندگی شادتری را شکل دهد؟ مکانیسم توسعه شهر هوشمند شادی محور» هم‌راستا است.

۲. راهبردهای مبتنی بر درونی سازی

یکی دیگر از ویژگی کاربر خانگی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای نشاط، راهبردهای مبتنی بر درونی سازی در خانواده است. کاربر خانگی می‌تواند توانایی‌ها و استعدادها را خویشتن را از طریق فضای مجازی رشد و تعالی ببخشد که تأثیر مستقیمی در رضایتمندی و نشاط خواهد داشت. این راهبردها شامل تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تقویت نقاط قوت ارتباط کاربر خانوادگی، تأثیر شبکه‌های اجتماعی در بهبود نقاط ضعف کاربر خانوادگی، رشد و تعالی ظرفیتهای کاربر، تعیین اهداف مشترک در خانواده، تغییر هدف از طریق تجربه دیگران در فضای مجازی، آموزش برای هدفمندی اعضا خانواده از طریق شبکه‌های اجتماعی، ارائه راهکارهای برای رسیدن به اهداف کاربر خانوادگی، پیام‌های انگیزشی در شبکه‌های اجتماعی برای داشتن هدف در زندگی، ارتقا هدف از طریق ایده پردازی در شبکه‌های اجتماعی، رضایتمندی خانواده از یکدیگر از طریق برنامه و هدف‌های مشترک می‌توان اشاره کرد. کد (۳) «با استفاده از آگاهی از طریق فضای مجازی می‌توان با شناسایی و تقویت نقاط قوت هر فرد در خانواده، تعیین وظایف مشترک و تشویق به همکاری و تعاون می‌تواند به افزایش نشاط و شادابی در خانواده کمک کند». کد (۱۱) «با استفاده از آگاهی از طریق شبکه‌های اجتماعی می‌توان به بررسی نقاط ضعف خانواده و تلاش برای تقویت نقاط قوت و بهبود نقاط ضعف، می‌تواند به افزایش همبستگی و احساس تعلق به خانواده کمک کند. برای این

منظور، می‌توانید از راهکارهایی مانند برگزاری جلسات خانوادگی برای بررسی مسائل خانوادگی، تشویق به تبادل نظرات و احساسات و تعیین اهداف مشترک برای خانواده استفاده کنید». همچنین کد (۱۰) اظهار داشت «نشاط در شبکه‌های اجتماعی و رسیدن به رضایتمندی از طریق محتوی امید به آینده و مبارزه با افسردگی‌های، فراموشی اتفاقات گذشته و ترسیم آینده‌های جدید تقویت شود»

۳. راهکارهای تعامل مؤثر در خانواده

کاربر خانگی شبکه‌ها اجتماعی در راستای نشاط می‌تواند از راهکارهای تعامل مؤثر خانواده در شبکه‌های اجتماعی بر تقویت نشاط خانواده بیفزاید. با شناسایی گونه‌های تعاملات خانواده‌ها در فضای مجازی می‌توان با الگوگیری از این نوع تعاملات به نشاط و شادی دست‌یافت. مواردی که بر اساس کدگذاری انتخابی با مصاحبه با نخبگان به دست آمده است شامل ایجاد کانال‌ها و صفحات خانوادگی برای اطلاع از اخبار و رویدادهای خانوادگی، آشنایی با دوستان جدید از طریق صفحات خانوادگی، استفاده از نظریه سیستمی خانواده در شبکه‌های اجتماعی برای افزایش نشاط، دنبال کردن هدف مشترک در استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای همدلی و انسجام خانواده، تعیین موضوع گفتگو، ایجاد تعاملات و ارتباطات تبادل، کاهش تعارضات خانوادگی با گفتگو محوری، افزایش مهارت‌های ارتباطی کاربر خانوادگی برای رسیدن به نشاط، تأثیر پیام‌های احترام به یکدیگر مخصوصاً احترام به والدین، استفاده از مشاوران مجرب خانواده در فضای مجازی، تقویت هویت فرهنگی محلی خانواده، تقویت احساس امنیت اجتماعی و روانی خانواده، نشاط از طریق افزایش همبستگی خانواده، تأثیر شهر هوشمند بر شادی اعضای خانواده، وقت‌گذرانی در خانواده، تأثیر تجربه‌های رسانه‌ای بر خودپنداری‌های فردی، ایجاد مرزها و قوانین برای کاربر خانواده، ساخت ارزش‌های مشترک در فضای رسانه، تعیین چگونگی مصرف شادی است.

کد (۱۳) «برای ایجاد استراتژی نشاط در خانواده، باید نیازها و محدودیت‌های خانواده را بررسی کنید. برای مثال، باید بررسی کنید که آیا اعضای خانواده مشغول کار هستند و زمان کافی برای فعالیت‌های خانوادگی دارند یا خیر. همچنین باید توجه داشت که ممکن است برخی از اعضای خانواده علاقه‌ای به فعالیت‌های خانوادگی نداشته باشند، بنابراین باید با آن‌ها مشورت کرده و به نیازها و علاقه‌های همه اعضای خانواده توجه کرد».

کد (۴) بیان داشت «تعیین زمانی که اعضای خانواده می‌توانند با یکدیگر در فعالیت‌هایی مشترک شوند، بسیار مهم است. این زمان می‌تواند در طول روز، هفته یا

حتی ماه تعیین شود و باید با توجه به برنامه‌های هر فرد در خانواده قابل تنظیم باشد». این پژوهش با یافته‌های کریستینا تامیسالو^۱، میرکا دانیلزبکا^۲، آنتی او. تانسکانن^۳، برونو آرپینو^۴ (۲۰۲۳) در پژوهشی با ارتباط رسانه‌های اجتماعی با اعضای خانواده و شادی در بزرگسالان جوان و مسن هم‌راستا است.

۴. راهنمادهای اقتصادی و شغلی

از دیگر راهنمادهای افزایش نشاط در شبکه‌های اجتماعی راهنمادهای مسائل اقتصادی و شغلی است. یکی از موضوعات تأثیرگذار در حوزه نشاط، موضوعات اقتصادی است. طبق گزارش مصاحبه نخبگانی کاربر خانگی بر اساس مسائل اقتصادی و شغلی و درآمدی می‌تواند بر نشاط خود بیفزاید. این راهنمدها شامل افزایش آگاهی خانواده برای خرید در بازار، انتخاب بهتر کالا متناسب با نیاز خانواده، آشنایی خانواده با مزایا و معایب اجناس موردنیاز، آگاهی از رقبا در مشاغل خانگی، اطلاع از ایده‌های جدید برای رشد فعالیت اقتصادی خانواده، توسعه کسب‌وکار برای اعضا خانواده، راهکارهای تلاش‌های جمعی خانواده در حوزه اقتصادی، مشارکت اعضا خانواده در راستای بهبود معیشت از طریق شبکه‌های اجتماعی، افزایش اعتبار خانواده در حوزه اقتصادی، پاسخ‌گویی به نظرات و درخواست‌ها مطرح برای مشاغل خانگی، اعتمادسازی در حوزه کسب‌وکار خانگی، تأثیر شبکه‌های اجتماعی در تبلیغات هدفمند مشاغل خانگی، افزایش بهره‌وری در مشاغل خانگی، افزایش بهره‌وری در محصول مشاغل خانگی، افزایش فروش محصولات خانگی در شبکه‌های اجتماعی، تقویت برند در مشاغل خانگی، شناسایی گروه‌های هدف برای مشاغل خانگی، برند سازی برای مشاغل خانگی در حوزه اقتصادی، تقویت برند در حوزه محصول مشاغل خانگی، معرفی محصول مشاغل خانگی در شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار پشتیبان در کسب‌وکار مشاغل خانگی، تأثیر شبکه‌های اجتماعی در مشتری‌یابی برای مشاغل خانگی، افزایش درآمد از طریق تبلیغ غذاهای خانگی در فضای مجازی، تأثیر ترویج فرهنگ ساده زیستی در نشاط خانواده، کارآفرینی در حوزه کسب‌وکار است.

کد (۱۲) «با توجه به بعضی از مشاغل خانگی، شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به‌عنوان یک منبع برای دریافت اطلاعات در مورد رقبا عمل کنند. با دنبال کردن

برنامه‌های رقبا و بررسی تبلیغات و فعالیت‌های آن‌ها، می‌توانید ایده‌های جدید برای توسعه کسب‌وکار برای مشاغل خانگی خود پیدا کنید».

کد (۱۱) بیان داشت «شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به‌عنوان یک ابزار برای تبلیغات هدفمند برای مشاغل خانگی عمل کنند. با استفاده از ابزارهای تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی، می‌توانید تبلیغات خانگی را به گروه‌های هدف خود نشان دهید و بازدهی بالاتری را به دست آورید».

این پژوهش با یافته‌های دیزایر آووم^۱، فلورا ایسل مالا^۲ (۲۰۲۲) تحقیقی با عنوان شبکه‌های اجتماعی و رابطه شادی در نسل هزاره هم‌راستا است.

۵. راهبرد الگودهی

کاربر خانگی در شبکه‌های اجتماعی با استفاده از راهبرد الگودهی و ایده پردازی در امور زندگی که در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شود بر نشاط خانواده اثرگذار باشد. برخی از این راهبردها شامل ایده گرفتن در نوع استفاده از تغذیه برای خانواده، اشتراک ایده پردازی برای تغذیه سالم، تأثیر شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری جهان‌بینی جدید، تأثیر شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری سبک‌های زندگی متفاوت کاربر با دیگر اعضا خانواده، تعریف یک اپلیکشین برای تجربه نگاری خانواده‌ها در مورد نشاط، راه‌اندازی گروه‌های و کانال‌های نشاط‌آور جمعی آنلاین، مدل‌سازی کارهای خیرخواهانه در فضای مجازی، مستند زندگی‌های انسان‌های موفق، معرفی الگوهای تربیتی برای خانواده است.

کد (۳) «اطلاع و آگاهی از تغذیه صحیح و متعادل از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به افزایش انرژی و شادابی کمک کند. مصرف مواد غذایی، شیرینی و غذاهای پرچرب و غیرسالم می‌تواند احساس خستگی و کاهش نشاط را به دنبال داشته باشند».

کد (۱) بیان داشت «از طریق ایجاد یک محیط یا اپلیکشین می‌تواند تجربه خانواده‌ها در چگونگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای نشاط را به گفتگو گذاشت و هر خانواده متناسب با سبک فرهنگی خود راهکار و تجربه خود را بیان نمایند».

۶. راهبرد علمی و آموزشی

یکی از راهبردهای اثرگذار در نشاط در شبکه‌های اجتماعی پرداخت به امور علمی و آموزشی است. کاربر خانگی با افزایش آگاهی از مسائل علمی، آموزشی و یادگیری

مسائل مختلف می‌تواند در موفقیت و نشاط خود بیفزاید. برخی از این موارد که بر اساس کدگذاری انتخابی گزارش شده است شامل یادگیری نمونه‌های برای مثبت اندیشی از طریق شبکه‌های اجتماعی، ایجاد مراکز تخصصی مشاوره رسانه برای مواجهه با مشکلات خانواده، آموزش مثبت اندیشی به خانواده، آموزش مدیریت و آرامش بخشی از طریق در فضای مجازی، نصب نرم‌افزارهای هوشمند برای استفاده کودکان، اثر مطالعه کتاب و مجلات الکترونیک در سبک زندگی، تأثیر تفکر نقاد در افزایش آگاهی و انتخاب پیام‌های رضایت‌مندانه، تأثیر پیام‌های آراستگی در نشاط در فضای مجازی، معرفی کتاب‌های جذاب و شاد برای کاربر خانواده، معرفی سبک‌های دکوراسیون و چیدمان برای خانم‌های خانه‌دار، آموزش انعطاف‌پذیری در زندگی، آموزش انتقادپذیری در خانواده، آموزش مهارت‌های ارتباط کلامی و غیرکلامی، آموزش رشد و شکوفایی و عملکرد بهینه فرد در فضای مجازی، استفاده از رنگ‌های شاد در پیام‌ها و تصاویر است.

۷. به کارگیری نمادهای سبک زندگی

استفاده از نمادهای سبک زندگی در شبکه‌های اجتماعی توسط کاربر می‌تواند بر نشاط خانواده اثرگذار باشد. این نمادها شامل تأثیر آگاهی از ورزش و فعالیت بدنی در فضای مجازی، اطلاع از ورزش‌های جدید و مفید، تفاوت سطح مهارت‌های ورزش، تیپ شخصیتی و مشارکت‌جو بودن کاربر در موضوع نشاط، اطلاع از خواص مواد غذایی در سلامت جسم اعضا خانواده، تأثیر آگاهی از تغذیه سالم در نشاط خانواده، آگاهی از پخت غذاهای جدید سالم از طریق شبکه‌های اجتماعی، آموزش‌های آنلاین برای آشپزی و سرگرمی فرزندان و همسر در خانواده، تأثیر تبلیغ غذاهای غیرسالم در ایجاد اشتها کاذب و حال بد، اطلاع از مکان‌های تفریحی و اقامتی است.

کد (۵) «اشتراک موضوعات مربوط به برنامه‌های تناسب‌اندام می‌توانند به‌طور قابل توجهی تبعیت از ورزش و تعامل اجتماعی کاربران را بهبود بخشند. این سه مورد در کنار هم باعث افزایش نشاط کاربران می‌شود».

۸. راهبرد اشتراک‌گذاری تجربیات

از ویژگی کاربر خانگی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای تقویت نشاط از طریق کدگذاری انتخابی شامل راهبرد اشتراک‌گذاری تجربیات است. اشتراک‌گذاری تجربیات با دیگر کاربران در موضوعات مختلف زندگی در شبکه‌های اجتماعی

می‌تواند بر نشاط کاربر خانگی بیفزاید. این موارد شامل بهبود تجربه خود از طریق اطلاع از تجربه دیگران، آگاهی از تجربه دیگران برای زندگی بهتر، تأثیر تجربه کردن چیزهای جدید بر نشاط، آگاهی از تجربه‌های سفر دیگران برای سفرهای خانوادگی، اشتراک گذاری فرهنگ تجربه گردشگری، پشتیبانی فکر از طریق اشتراک گذاری منابع و اطلاع مفید برای حل مشکل کاربر خانوادگی، انتخاب و گزینش برنامه‌های مثبت برای خانواده، تجربه زیست فرهنگی جدید در ایجاد پیام‌های نشاط‌آفرین، ارائه راهکار برای نیازها و مشکلات و چالش‌ها خانواده، تأثیر پلتفرم‌های آنلاین بر مشارکت اجتماعی برای افراد مبتلا به بیماری‌های خاص است.

کد (۲) «بعضی از بیماری‌های خاص می‌تواند مشارکت اجتماعی را مختل کند و منجر به انزوا شود. پلتفرم‌های آنلاین می‌توانند به افزایش این مشارکت برای افراد مبتلا کمک کنند و موانع فیزیکی، عاطفی و شناختی بالقوه را دور بزنند»

کد (۱۰) بیان داشت «با بیان نیازها و مشکلات و چالش‌ها، کاربر رسانه می‌تواند از نصیحت و حمایت افرادی که تجربه مشابهی داشته‌اند یا قادر به ارائه کمک و پشتیبانی هستند، استفاده نماید».

۹. راهبرد بازنشر پیام‌ها

از ویژگی‌های کاربر خانگی در استفاده از شبکه‌ها اجتماعی در راستای نشاط شامل راهبرد بازنشر پیام‌ها است. زمانی کاربر خانگی اقدام به بازنشر پیام در فضای مجازی می‌کند و در مقابل این بازنشر تاییدات می‌گیرد، تأثیر بر نشاط دارد. این راهبرد شامل دنبال کردن اخبار مثبت برای رضایت در زندگی، تأثیر اخبار الهام‌بخش در افزایش انگیزه، بازنشر اخبار مفید و پیام‌های مثبت برای دیگران، تأثیر اخبار منفی در مسائل اجتماعی و خانوادگی بر نشاط خانواده، انتخاب و بازنشر محتواها و مضامین ارزشی و مثبت برای خانواده، توجه به محتوی مناسب و سازنده متناسب با اعضا خانواده، ارائه راهکار به کاربر شبکه‌های اجتماعی برای انتخاب پیام بهتر، دانش‌افزایی و مهارت آفرینی برای انتخاب محتوی رضایت‌بخش، سردرگمی کاربر در انتخاب پیام‌ها، مهارت‌افزایی برای انتخاب و تفسیر درست پیام‌ها، همانندسازی پیام‌های شبکه‌های اجتماعی مانند روابط انسانی، مبارزه با افسردگی از طریق دریافت و بازنشر پیام‌های امیدآفرین، پیام‌های امیدآفرین بر ترسیم آینده روشن، تأثیر سازمان‌دهی، اولویت‌بندی و ترتیب دهی به محتوی، تأثیر متعدد حجم محتوی بر میزان سرخوردگی کاربر، اختلال نقش‌های متعدد کاربر نسبت به پیام، دفعات به‌روزرسانی نمایه‌ها و اشتراک گذاری محتوای شخصی است.

کد (۲) «یکی از معضلات کاربر خانوادگی در مقابل انبوه پیام‌های شبکه‌های اجتماعی در نوع انتخاب پیام‌ها است»

کد (۷) اظهار داشت «رسانه‌ها می‌توانند با ارائه فضای خبری مثبت و به‌روز، به افزایش نشاط و شادابی در خانواده کمک کنند. انتخاب خبرها و مطالبی با مضامین مثبت و الهام‌بخش، می‌تواند به افزایش انگیزه و احساس رضایت در خانواده کمک کند».

۱۰. اثربخشی توجه در روابط

کاربر خانگی بر اساس اثربخشی توجه در روابط خانوادگی می‌تواند بر تقویت نشاط خانواده خویش بیفزاید. این موارد بر اساس مصاحبه نخبگانی شامل بیان آسیب بی‌توجه به نیازها و خواسته‌های اعضای خانواده، تأثیر عدم توجه به حریم شخصی کاربر خانوادگی بر همبستگی و صمیمیت خانواده، توجه به مشکلات و نیازهای اجتماعی کاربر خانوادگی، تعامل نیازها و محدودیت‌ها اعضا خانواده، توجه به شرایط روحی و روانی اعضا خانواده، توجه به طیف علاقه‌های اعضا خانواده است.

۱۱. همدلی در روابط خانوادگی

از دیگر راهنماهای تقویت نشاط در توسط کاربر خانگی همدلی در روابط خانوادگی است. کاربر خانگی با ایجاد فضای همدلی نسبت به پیام‌های دیگر اعضا خانواده در راستای تقویت نشاط خانواده اقدام می‌نماید. این راهنما شامل ادراک اعضای خانواده از همدلی، تأثیر پیام‌های حمایتی، نوع دوستی و همدلی، تأثیر محتوی همبستگی، انعطاف و ارتباط مؤثر بر نشاط کاربر، نقش ویژه مادر و همسر در نشاط در خانواده، ساخت خانواده پویا با محتواهای همبستگی، انعطاف و ارتباط مؤثر در شبکه‌های اجتماعی، ارائه راهنما برای ایجاد خانواده پویا، تنوع نشاط کاربر خانوادگی بر اساس تنوع فرهنگ‌ها و سبک زندگی‌ها، نشاط از طریق سرایت عاطفی با محتوای نشاط، کاهش خستگی عاطفی با پیام‌های احساسی، شادی به‌عنوان یک پیامد عاطفی بالقوه از تجربیات رسانه‌های اجتماعی، تأثیر نشاط با تحریک حواس پنج‌گانه در شبکه‌های اجتماعی است.

کد (۷) «با توجه به نظریه سیستمی خانواده که با یک هدف مشترک انسجام و هماهنگی پیدا می‌کنند شبکه‌های اجتماعی هم باید برای ایجاد نشاط باید بر اساس هدف مشترک برای رسیدن به همدلی و انسجام و نزدیک بودن به هم اقدام نمایند»

کد (۳) بیان داشت «شبکه‌های اجتماعی می‌توانند جبران خلأهای عاطفی و افرادی

که قدرت بروز عواطف و احساساتشان را ندارند، انجام دهد».

یافته‌های این پژوهش با تحقیق کریستینا تامیسالو^۱، میرکا دانیلزبکا^۲، آنتی او. تانسکانن^۳، برونو آرپینو^۴ (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان ارتباط رسانه‌های اجتماعی با اعضای خانواده و شادی در بزرگسالان جوان و مسن هم‌راستا است.

۱۲. معناشناسی نشاط

از ویژگی کاربر خانگی در استفاده از شبکه‌ها اجتماعی با کدگذاری انتخابی شامل معناشناسی نشاط است. برای نشاط در شبکه‌های اجتماعی می‌بایست معناشناسی نشاط را بررسی نمود که شامل نیاز به تعریف مشخص نشاط، تبلور استحکام روابط خانوادگی مبتنی بر نشاط، ضرورت معناشناسی نشاط خانوادگی، نیاز به مدل نشاط در شبکه‌های اجتماعی، تبدیل نشاط به ضابطه‌مندی و قانون‌مداری، پالایش و ارزیابی اثرگذاری نشاط خانواده، رصد وضعیت نشاط خانواده و جامعه، برنامه‌ریزی مسنجم بر اساس رصد نشاط خانواده، فرهنگ‌سازی مدل‌های نشاط در شبکه‌های اجتماعی، اولویت‌دهی به نشاط در زندگی، تکرار تجربه شادی‌های زودگذر، اثر رسانه بر انرژی مضاعف در مناسبت‌ها، تأثیر تفاوت تیپ شخصیت فردگرا و جمع‌گرا در مدل‌های نشاط است.

کد (۶) «فرد با ویژگی‌های شخصی‌گرایی^۵ با فرد با ویژگی‌های اجتماعی‌گرایی^۶ این دودسته افراد به لحاظ روابط مجازی و رسیدن به نشاط با یکدیگر متفاوت هستند».

کد (۱) بیان داشت «تعریف مشخصی از شادی و نشاط وجود ندارد، نیاز به گفتمان نشاط در زندگی است و نشاط در خانواده یکی از عوامل و نشانه‌های استحکام و کارآمدی در خانواده است، نیاز به معناشناسی نشاط در زندگی است».

۱۳. راهبردهای معنوی در نشاط

توجه به موضوع معنویت در فضای رسانه تأثیر زیادی در نشاط برای کاربر خانگی خواهد داشت. از این‌رو بر اساس مصاحبه‌نخبگانی راهبردهای معنوی شامل تمرین مثبت‌اندیشیدن در خانواده، نظام‌آفرینش بر اساس نشاط و شادی، توجه در شریعت به

1. Kristiina Tammissalo
2. Mirkka Danielsbacka
3. Antti O. Tanskanen
4. Bruno Arpino
5. Personal-oriented
6. Social-oriented features

موضوع نشاط در زندگی، تأثیر پاداش‌های معنوی در نشاط، پاداش‌های معنوی برای ایجاد نشاط در دیگران، تعیین برنامه معنوی برای کاربران خانواده، استفاده از کارشناس دینی برای گروه‌های خانوادگی، توجه به ارزش‌ها و اعتقادات در داشتن نشاط در زندگی، تأمین نیازهای مادی و معنوی کاربر توسط پیام‌ها، افزایش نشاط با تقویت نگاه‌های معنوی و توحیدی، معرفی اماکن مذهبی در فضای مجازی، راهکاری نیایش با خدا، تأثیر پیام‌های مبتنی بر هماهنگی واقعیت‌ها با انتظارات بر نشاط، تأثیر پیام‌های مبتنی بر پذیرش وجود درد در زندگی بر نشاط، پاسخ به شبهات دینی در فضای مجازی، تأثیر محتوای مبنی بر ترک گناه در افزایش نشاط معنوی، ایجاد و گسترش باورهای دینی و معنوی در فضای مجازی، پیام‌های مربوط به سخت نگرفتن زندگی است.

کد (۸) «محتوایی که در شبکه‌های اجتماعی پیرامون ترک معصیت و گناه مخصوصاً گناه‌های خانوادگی اشاره دارد تأثیر درازمدتی در نشاط معنوی افراد ایفا می‌کند».

کد (۵) بیان داشت «شیوه‌های پاسخ به شبهات دینی در فضای مجازی و راه ایمن‌سازی در مقابل شبهات تأثیر در نشاط معنوی خانواده دارد».

یافته‌های پژوهش با الکس رومانی ریورا^۱، آنا گالوز-موزو^۲، فرانسیسکو تیرادو-سرانو^۳ (۲۰۲۴) با عنوان ضرورت شادکامی در روانشناسی مثبت: به‌سوی یک سیاست روانی بهزیستی هم‌راستا است.

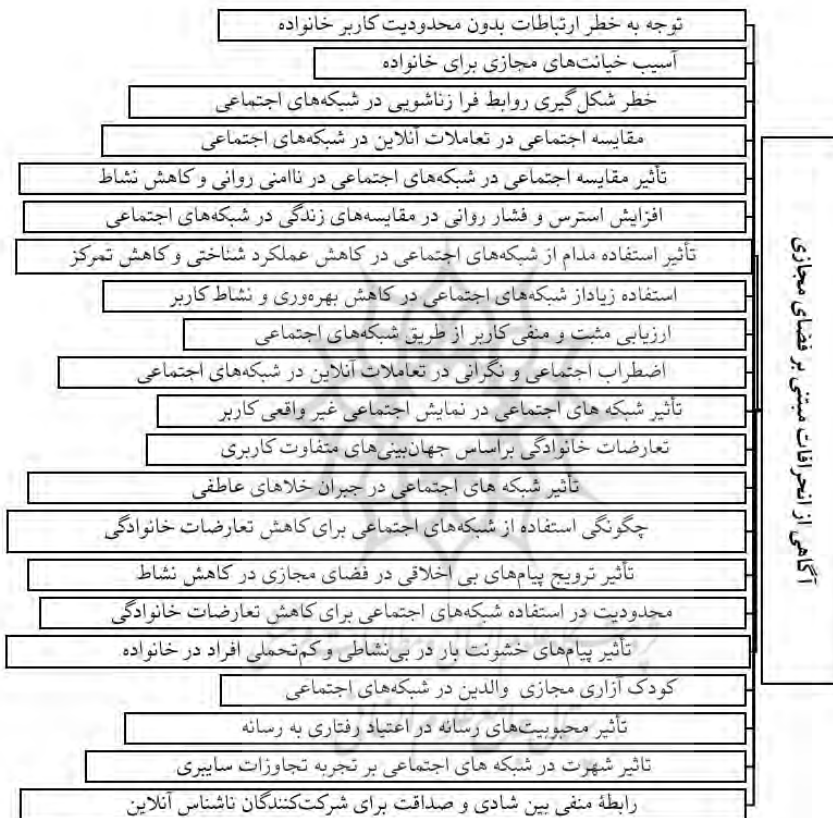
۱۴. نقش اخلاق در نشاط

از ویژگی کاربر خانگی در استفاده از شبکه‌ها اجتماعی برای تقویت نشاط توجه به امور اخلاقی است. شاخص‌های اخلاقی در این خصوص شامل تأثیر پیام‌های سبک شیوه تعاملی اهل بیت علیهم‌السلام با خانواده در نشاط ماندگار، برنامه‌ها و محتوای از کلام و سخنان اهل بیت علیهم‌السلام در خانواده، نشاط از طریق افزایش کار خیر در جامعه، تأثیر پیام‌های مبتنی بر هماهنگی واقعیت‌ها با انتظارات بر نشاط در فضای مجازی، تقویت فضیلت‌ها اخلاقی در فضای مجازی، ترویج پیام‌های عدالت‌خواهی و محورهای آن، دنبال نکردن و عدم انتشار محتویات فحشا (جنسی) در شبکه‌های اجتماعی است.

یافته‌های پژوهش با یافته‌های نیازی و همکاران (۱۴۰۲) با عنوان «تدوین الگوی یکپارچه سبک زندگی نشاط محور با اتکا به نظریه داده بنیاد» هم‌راستا است.

۱۵. آگاهی از انحرافات مبتنی بر فضای مجازی

ویژگی کاربر خانگی از استفاده از شبکه‌ها اجتماعی در راستای نشاط با کدگذاری انتخاب شامل آسیب‌های فضای مجازی در روابط خانوادگی است. یکی از اموری که تأثیر منفی بر نشاط کاربر خانگی دارد، آسیب‌های فضای مجازی است که اگر به آن بی‌توجهی شود باعث بی‌نشاطی و تزلزل در روابط خانواده می‌شود.

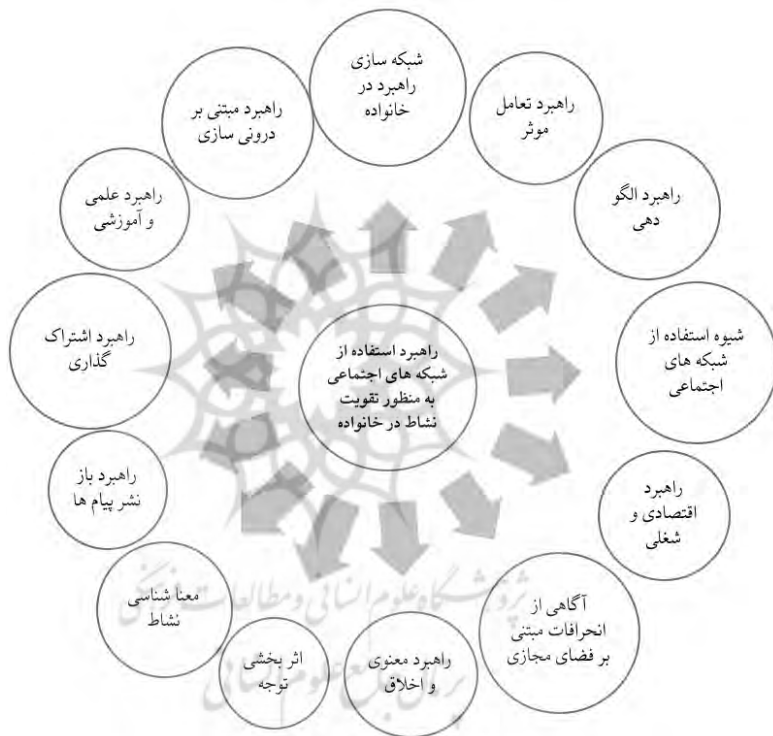


کد (۴) «با توجه به اینکه شادی با صداقت یا اصالت در تعاملات حضوری همراه است، رابطه منفی بین شادی و صداقت برای شرکت‌کنندگان ناشناس آنلاین وجود دارد».

کد (۹) بیان داشت «با محبوب‌تر شدن نوجوانان در اینستاگرام (با افزایش تعداد فالوورهای آن‌ها)، خطر اعتیاد رفتاری آن‌ها به استفاده از اینستاگرام و تجربه تجاوزات سایبری افزایش می‌یابد که به نوبه خود ممکن است پیامدهای منفی داشته باشد».

یافته‌های پژوهش با تحقیق ایرانا شارایواسکا (۲۰۱۴) با عنوان «خانواده و رضایت زناشویی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی» هم‌راستا است. همچنین پژوهش محمدی و همکاران (۱۴۰۱) با تحقیقی با عنوان «بررسی کیفی مشکلات روان‌شناختی فرهنگی و اجتماعی اعتیاد به شبکه‌های مجازی و اینترنت بر روی روابط زناشویی زوجین شهر اصفهان» تأیید کننده یافته‌های این پژوهش است.

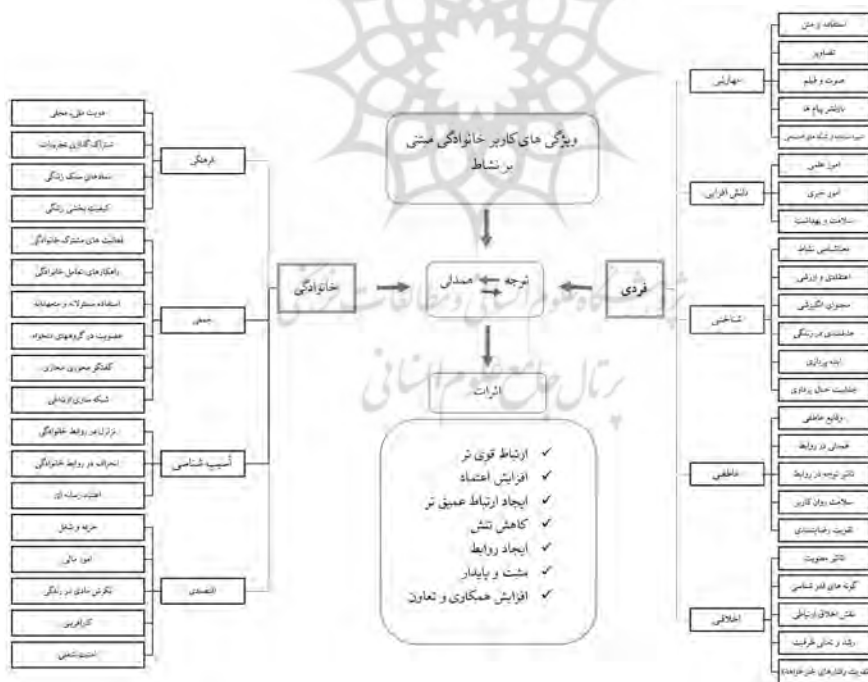
راهنماهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی به منظور تقویت نشاط در خانواده



به‌طور کلی ویژگی‌های کاربر خانوادگی برای تقویت نشاط در خانواده در دو حوزه فردی و خانوادگی با محوریت توجه و همدلی در روابط خانواده تعریف می‌شود. کاربر خانگی برای تقویت نشاط در بخش فردی با افزایش مهارت‌ها، دانش‌افزایی و با تقویت امور شناختی، عاطفی و اخلاقی اهتمام لازم را داشته باشند. همچنین در بخش خانوادگی با تقویت امور فرهنگی، جمعی و اقتصادی و توجه به آسیب‌های ارتباطی در فضای مجازی دقت لازم را رعایت نماید.

جمع‌بندی و ارائه مدل

در بخش جمع‌بندی و ارائه مدل پژوهش حاضر، هدف اصلی بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر نشاط خانوادگی و شناسایی راهبردهای مؤثر برای تقویت این نشاط از طریق استفاده بهینه از این پلتفرم‌ها است. در این بخش، نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل داده‌ها به‌طور خلاصه بررسی می‌شود و بر مبنای این یافته‌ها، یک مدل جامع برای تقویت نشاط در خانواده‌ها ارائه می‌شود. این مدل نه تنها به شفاف‌سازی فرایندهای ارتباطی در خانواده‌ها کمک می‌کند، بلکه ابعاد مختلف تعاملات اجتماعی در دنیای دیجیتال را نیز مورد توجه قرار می‌دهد. با توجه به تغییرات شتابان در الگوهای ارتباطی و اجتماعی، این مدل به‌عنوان یک راهنمای عملی برای خانواده‌ها، متخصصان و پژوهشگران در زمینه بهره‌مندی بهتر از امکانات شبکه‌های اجتماعی و بهبود کیفیت روابط خانوادگی عمل می‌کند. هدف این جمع‌بندی، ارائه یک چارچوب نظری و عملی است که به تسهیل تعاملات مثبت و افزایش نشاط در خانواده‌ها کمک می‌کند.



ویژگی‌های کاربر خانوادگی مبتنی بر نشاط

هدف پژوهش حاضر ارائه راهبردها و ویژگی‌های کاربر خانواده‌گی در شبکه‌های اجتماعی به‌منظور تقویت نشاط است. نخستین ویژگی بارز این گونه پژوهش‌ها خصلت بین‌رشته‌ای بودن آن‌هاست. شبکه‌های اجتماعی و فضای سایر از یک‌سو به حوزه مطالعات فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی مربوط می‌شود و از سوی دیگر با حوزه وسیع از علوم انسانی و اجتماعی مانند روانشناسی، جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، روانشناسی اجتماعی و به‌ویژه علوم ارتباطات مرتبط است. در این تحقیق با محور قرار دادن نگاه ویژه علوم ارتباطات به این مقوله‌ها بنا به‌ضرورت از یافته‌ها و دستاوردهای سایر رشته‌ها برای تبیین موضوع و پژوهش بهره گرفته شده است.

امروزه با ظهور و توسعه حیرت‌آور رسانه‌های نوین در جهان، بخصوص شبکه‌های اجتماعی مجازی اثرات آن، در حوزه‌های مختلف زندگی بشر قابل مشاهده است. از سوی دیگر؛ دگرگونی ماهیت مخاطب در پارادایم جدید، به معنای کاربر یعنی کنشگر فعال بوده که با استفاده از رسانه تعاملی می‌تواند در نقش‌های مختلفی از جمله کاربر تولیدکننده، مصرف‌کننده، تعامل‌گر با دیگران و خود رسانه، ایفا کند. رسانه‌های اجتماعی به‌مثابه میدان‌هایی برای فراغت مجاز هستند که تنوع و پویایی این میدان‌ها در تنوع کاربران و انگیزه‌های آن‌ها در استفاده از رسانه‌های اجتماعی قابل مشهود و ملموس است. بااینکه رسانه‌های اجتماعی، فضای مجازی دارند اما انگیزه‌هایی از قبیل حفظ رابطه با دوستان فعلی، اعضای خانواده و خویشاوندان و کسب اطلاعات و اخبار از طریق رسانه‌های اجتماعی که توسط کاربران ابراز شده است، نشان می‌دهد که کاربران تلقی و استفاده واقعی از فضای رسانه‌های اجتماعی دارند و مجاز بودن این رسانه‌ها به معنای جدا بودن آن‌ها از واقعیت زندگی روزمره نیست به عبارت دیگر رسانه‌های اجتماعی بازندگی روزمره پیمان خورده‌اند.

یکی از آثار قابل مشاهده شبکه‌های اجتماعی بر ساحت زندگی، در بعد خانواده است. رسانه نه تنها بر ساختار و محتوای خانواده بلکه بر سازوکارهای تولید به معنای یا به عبارت دیگر، بر هستی و شناخت خانواده نیز تأثیر گذاشته است. ظهور فضای مجازی در خانواده بر ضرورت باز مهندسی مختصات جدید خانواده معاصر تأکید دارد و برپایی تعامل به‌هم پیوسته میان فضایی واقعی و فضای مجازی، معرفت‌شناسی و ماهیت نهاد خانواده را مبتنی بر فرا متغیرهای بنیادین فضای مجازی مورد توجه قرار می‌دهد. از کژ کارکردهای شبکه‌های اجتماعی بر نظام ارزشی و نگرشی و رفتاری اعضای خانواده، به فردگرایی و دوستی‌های سطحی، تغییر روابط، تنزل احساسات،

کاهش روابط عمیق عاطفی و به‌طور کلی بی‌نشاطی و سرزندگی در خانواده اشاره کرد. با توجه به اینکه در عصر امروز فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی جز لاینفک زندگی شده است و اعضاء خانواده به‌عنوان کاربران شبکه‌های اجتماعی در خانواده می‌باشند، پژوهشگر به دنبال شناسایی و ارائه الگوی از ویژگی‌های کاربر خانواده می‌باشد که بتواند به‌وسیله آن ویژگی‌ها و شاخص‌ها، نشاط در خانواده را افزایش داد. در این راستا پیشنهاد می‌شود در مراحل بعدی پژوهش‌ها و طرح‌های پژوهشی در راستای انتخاب بهینه راهبردها و راهکارهای ارتقاء سطح دانش استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در مناطق مختلف با زیست‌بوم‌های فرهنگی در گروه‌های مختلف جنسیتی و سنی انجام شود.

یافته‌های این پژوهش به شکل‌گیری یک چارچوب جامع برای تقویت نشاط در خانواده‌ها از طریق شبکه‌های اجتماعی پرداخته است. این چارچوب به ما می‌آموزد که نشاط اجتماعی نه تنها به تعاملات فردی بلکه به جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی نیز وابسته است.

تقویت ارتباطات خانوادگی و ایجاد شبکه‌های حمایتی به این معناست که اعضای خانواده باید بتوانند به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و از یکدیگر حمایت کنند. این حمایت می‌تواند شامل مشاوره، همدردی و کمک‌های عملی باشد. شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری برای تسهیل این ارتباطات عمل می‌کنند و فرصت‌هایی را برای تعاملات روزمره فراهم می‌آورند.

نهادینه کردن ارزش‌های مثبت و نشاط‌آور، به ترویج رفتارها و نگرش‌هایی اشاره دارد که منجر به افزایش شادی و سرزندگی می‌شود. این ارزش‌ها می‌توانند شامل احترام به یکدیگر، تشویق به فعالیت‌های مثبت و حفظ روحیه همکاری باشند. ارتقای کیفیت ارتباطات و گفت‌وگوها نیز یکی از کلیدهای اصلی است. گفت‌وگوهای مؤثر و باز می‌توانند به تقویت پیوندهای خانوادگی کمک کنند و احساس نزدیکی و حمایت را در اعضای خانواده ایجاد کنند. این نوع ارتباطات به‌ویژه در زمان‌های چالش برانگیز بسیار مهم است.

استفاده از الگوهای موفق خانواده‌های دیگر به‌عنوان منبع الهام می‌تواند به اعضای خانواده کمک کند تا تجربیات مثبت را شناسایی کنند و به کار ببرند. این الگوها می‌توانند شامل روش‌های مؤثر برای حل مسائل، ایجاد ارتباطات مثبت یا مدیریت زمان برای خانواده باشند.

علاوه بر این، ارائه محتوای آموزشی برای توسعه مهارت‌ها و ترویج الگوهای زندگی سالم، به تقویت نشاط کمک می‌کند. این آموزش‌ها می‌توانند شامل مهارت‌های ارتباطی، مدیریت استرس و فعالیت‌های تفریحی سالم باشند.

تبادل تجربیات مثبت و انتقال پیام‌های نشاط‌آور به اعضای خانواده این امکان را می‌دهد که احساسات مثبت را در زندگی روزمره خود افزایش دهند. این تجربیات و پیام‌ها می‌توانند در قالب داستان‌ها، ویدئوها یا مطالب آموزشی در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته شوند.

توجه به روابط و تقویت همدلی همچنین می‌تواند به درک عمیق‌تری از نیازهای عاطفی اعضای خانواده منجر شود. این درک متقابل می‌تواند به بهبود کیفیت روابط و کاهش تنش‌ها کمک کند.

جستجوی شادی از طریق فعالیت‌های معنوی و رعایت اصول اخلاقی نیز از دیگر جنبه‌های مهم این پژوهش هستند. فعالیت‌های معنوی می‌توانند به آرامش روانی و تقویت ارتباطات عاطفی کمک کنند و اصول اخلاقی نیز به ایجاد فضایی مثبت و سازنده در خانواده کمک می‌کنند.

در نهایت، شناسایی خطرات مرتبط با فضای مجازی و ایجاد آگاهی در مورد آن‌ها، می‌تواند به اعضای خانواده کمک کند تا به‌طور مؤثرتر از شبکه‌های اجتماعی استفاده کنند و از چالش‌های احتمالی جلوگیری کنند.

در جمع‌بندی، این پژوهش نشان می‌دهد که تقویت نشاط خانوادگی از طریق شبکه‌های اجتماعی نیازمند یک رویکرد چندبعدی است که بر جنبه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و فردی تأکید دارد. این رویکرد می‌تواند به ایجاد یک محیط حمایتی و شاداب در خانواده‌ها منجر شود و در نتیجه، کیفیت زندگی و سلامت روان اعضای خانواده را بهبود بخشد.

تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که در انجام این پژوهش هیچ‌گونه تعارض منافی برای ایشان وجود نداشته است.

ORCID

Hamed Ehtemam  <https://orcid.org/0009-0004-9862-6403>

Faezeh Taghipour  <https://orcid.org/0000-0003-2912-7358>

Siamak Koorang Beheshti  <https://orcid.org/0000-0002-3537-7006>

منابع و مأخذ

- ابن منظور، محمد بن مکرم (۶۳۰). *لسان العرب*، ج ۷ ص ۴۱۳.
- خانیک، هادی و خجیر، یوسف (۱۳۹۸). ظرفیت‌ها و چالش‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی برای جامعه مدنی ایران. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۵(۱۷)، ۶۹-۳۵. SID: <https://sid.ir/paper/264691/fa>
- داینر، اد، بیسواس، داینر، رابرت (۱۳۹۱) شادی، ثروت بیکران *روان‌شناختی*. ترجمه حسن عبدالله زاده، طاهر محبوبی، معصومه باقر زاده. تهران: انتشارات آذرین مهر.
- ذکایی، محمدسعید و حسینی، محمدحسین (۱۳۹۴). گونه‌شناسی کاربران رسانه‌های اجتماعی. *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، ۵(۱۷)، ۳۷-۶۳. SID: <https://sid.ir/paper/510155/fa>
- ذوالقدر، حسین، قاسم‌زاده عراقی، مرتضی (۱۳۹۲). بررسی انگیزه‌های کاربران در استفاده از رسانه‌های اجتماعی (مطالعه موردی کاربران شبکه اجتماعی فیس‌بوک)، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، ۲۰، ۳۵-۵۸.
- رحیمی، محمد، شکر بیگی، عالی، ساروخانی، باقر و حضرتی صومعه، زهرا (۱۳۹۶). بررسی جامعه‌شناختی رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییرات جاری در خانواده‌ها. *پژوهشنامه اسلامی زنان و خانواده*، ۵(۸)، ۱۴۵-۱۷۰.
- سالاری فر، محمدرضا (۱۳۸۴) *خانواده در نگرش اسلام و روانشناسی*، تهران، سازمان مطالعات و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها، سمت.
- سون ویندال، بنو سیگنایزر، جین اولسون (۱۳۸۷). کاربرد نظریه‌های ارتباطات. ترجمه: علیرضا دهقان. تهران: جامعه‌شناسان.
- شریف‌زاده، حکیم سادات، میر محمد تبار، سید احمد، عدلی‌پور، صمد (۱۳۹۶). بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی در ایران فرا تحلیلی از تحقیقات موجود، *راهبرد فرهنگ*، شماره ۴۰، ۱۶۰-۱۸۰.
- شکر بیگی، عالی (۱۳۹۶). بررسی جامعه‌شناختی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی و مجازی و ظهور تحولات در روابط زناشویی زوجین منطقه یک شهر تهران. *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۱۸(۲)، ۹۵-۱۲۷.
- عارف، ابریشم، کاشانی، مجید (۱۴۰۱). تأثیر شبکه‌های اجتماعی (فضای مجازی) بر نشاط اجتماعی معلمان شهر تهران در سال (۱۳۹۹). *مطالعات راهبردی ارتباطات*، ۲(۱)، ۸۷-۱۰۰. doi: 10.22034/rec.2022.253276
- عاملی، سعید رضا (۱۳۹۰). *مطالعات جهانی‌شدن: دوفضایی‌شدن‌ها و دوجاهانی‌شدن‌ها*، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه (سمت)، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی.
- عاملی، سعید رضا، (۱۳۹۷). *خانواده مسلمان و فضای مجازی*، چاپ دوم، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- عباسی شوازی، محمدتقی و عباسی آتشگاه، پروین (۱۳۹۷). اینترنت، خانواده شبکه‌ای و زمان خانواده: چگونه فناوری‌های نوین ارتباطی روابط خانوادگی را متأثر می‌کنند؟ *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۴(۱۴)، ۳۳-۶۵.
- عنبری، موسی (۱۳۹۷). *ستایش شادمانه تبیین: نشاط اجتماعی در ایران*، چاپ اول، انتشارات دانشگاه اصفهان، تهران.
- فرهنگی، علی‌اکبر، کروی، مهدی، صادق وزیری، فراز (۱۳۹۴). نظریه داده بنیاد کلاسیک؛ شرح مراحل تولید نظریه مرکز ثقلی هویت برند توریسم سلامت ایران، *فصلنامه مدیریت بازرگانی*، ۱۴۷.
- محمدی، ابراهیم، خوش‌اخلاق، حسن، جلالی، الهه (۱۴۰۱). بررسی کیفی مشکلات روان‌شناختی - فرهنگی و اجتماعی اعتیاد به شبکه‌های مجازی و اینترنت بر روی روابط زناشویی زوجین. *فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی*، ۱۳(۵۰)، ۲۷۵-۳۰۳. doi: 10.22054/qccpc.2022.64283.2815

میکاییلی، جعفر، خورسندی، مرتضی، همایونی، فاطمه‌السادات (۱۳۹۶). بررسی نقش عوامل اجتماعی- اقتصادی مؤثر بر شادی (مطالعه موردی جمعیت فعال شهر تهران). *پژوهشنامه مددکاری اجتماعی*، ۴ (۱۲)، ۱-۴۱.

doi: 10.22054/rjsw.2017.10035

نیازی، محسن، فرهادیان، علی، رضایی، الهام، آب شیرین، شکوفه (۱۴۰۲). تدوین الگوی یکپارچه سبک زندگی نشاط محور با اتکا به نظریه داده بنیاد. *فصلنامه علمی مطالعات راهبردی فرهنگ*، ۳ (۳)، ۹۷-۱۲۱.

doi: 10.22083/scsj.2023.395531.1109

Ameli, Saeed Reza. (2011). *Globalization studies: two-spatializations and two-worldizations*, Tehran, Humanities Research and Development Center. [In Persian]

Ameli, Saeed Reza. (2017). *Muslim family and virtual space*, Farhang Islamic Publishing House, second edition. [In Persian]

Anbari, Musa. (2017). *The joyful praise of explanation; Social vitality in Iran*, Isfahan University Press, first edition. Tehran. [In Persian]

Arfa, Abrisham, Kashani, Majid. (1401). The effect of virtual space social networks on the social vitality of Tehran teachers in 2019, *Rehpovian Communication and Culture Quarterly*, first period, third issue, spring, pages 87-100. doi: 10.22034/rec.2022.253276 [In Persian]

asi Shawazi, Mohammad Taghi and Abbasi Ateshgah, Parveen. (2017). Internet, networked family and family time: How do new communication technologies affect family relationships? *New Media Studies*, 4(14), 33-65. [In Persian]

Diener, Ed, Biswas, Diener, Robert. (2012). *Happiness, infinite psychological wealth*. Translated by Hasan Abdullahzadeh, Taher Mahboubi, Masoume Baqerzadeh. Tehran: Azarin Mehr Publications. [In Persian]

Farhangi, Ali Akbar, Karoubi, Mehdi, Sadegh Vaziri Faraz. (2015). Classical Grounded Theory: Explanation of the Theory Production Phases, Centrifugal Identity of Iran's Health Tourism Brand. *Business Management Quarterly*, 147. [In Persian]

Farhani, Aliakbar, Karroubi, Mehdi, Sadegh Vaziri, Faraz. (2014). *Classical Foundation Data Theory; Description of the production stages of the theory of the center of gravity of the identity of Iran's health tourism brand*, *Barozgani Management Quarterly*, Volume 7, Number 1, Tehran University Press. [In Persian]

Glaser, B. & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*, Aldine Publishing Company.

Ibn Manzoor, Muhammad Ibn Makram. *Lasan al-Arab*, vol. 7, p. 413. [In Persian]

Iryana, S. (2014). "Family and Marital Satisfaction and the Use of Social Network Technologies". *Journal of Contemporary Family Therapy*, 28(4), 497-504.

Khaniki, Hadi, Khajir, Yusuf. (2018). Capacities and challenges of virtual social networks for Iran's civil society, *New Media Studies Quarterly*, 5th year, No. 17, pp. 36-69. SID. <https://sid.ir/paper/264691/fa> [In Persian]

Mikaili, Jafar, Khorsandi, Morteza, Homayoni, Fatemeh Al-Sadat. (2016). Examining the role of so-

- cio-economic factors affecting happiness; A case study of the active population of Tehran, *Social Work Research Journal*, third year, number 12, pp. 2-41. **[In Persian]**
- Mohammadi, Ebrahim, Khoshakhlaq, Hassan, Jalali, Elaha. (1401). Qualitative investigation of the psychological-cultural and social problems of addiction to virtual networks and the Internet on marital relationships of couples in Isfahan city; *Cultural Counseling and Psychotherapy Quarterly*, 13th year, number 50, summer, pp. 270-303. **[In Persian]**
- Niazi, Mohsen, Farhadian, Ali, Rezaei, Elham, Ab Shirin, Shokoofeh. (1402). Development of an integrated model of vitality-oriented lifestyle based on data base theory, *Quarterly Journal of Strategic Studies of Culture*, Volume 3, Number 1, pp. 68. **[In Persian]**
- Rahimi, Mohammad, Shekar Beigi, Alia, Sarukhani, Baqir and Hazrat Souma, Zahra. (2016). Sociological investigation of the relationship between virtual social networks and current changes in families. *Islamic Journal of Women and Family*, 5(8), 145-170. **[In Persian]**
- Salarifar, Mohammadreza. (2014). *The family in the attitude of Islam and psychology*, Tehran, organization of studies and compilation of humanities books of universities, position. **[In Persian]**
- Satir, V & Baldwin, M. Satir. (1983). *Step by step*; Palo Alto, CA Science and Behavior Books.
- Sharifzadeh, Hakim Sadat, Mir Mohammad Tabar, Seyed Ahmed, Adlipour, Samad. (2016). Investigating factors affecting social vitality in Iran, a meta-analysis of existing research, *Culture Strategy*, No. 40, pp. 160-180. **[In Persian]**
- Shokr Beigi, Alieh. (2016). Sociological investigation of the relationship between the use of social and virtual networks and the emergence of changes in the marital relations of couples in one area of Tehran, *Iranian Journal of Sociology*, 18th, No. 2, Summer, pp. 95-127. **[In Persian]**
- Sven Windahl, Beno Signayszer, Jane Olson. (2008). *Application of communication theories*. Translated by: Alireza Dehghan. Tehran: Sociologists. **[In Persian]**
- Tabar, Seyyed Ahmad Mir Mohammad. (See Sharifzadeh, Hakim Sadat). (2014). Typology of social media users. *Sociocultural Strategy*, 37-63. **[In Persian]**
- Zagenczyk, Thomas J. & Scott, Kristin D. & Gibney, Ray & Murrell, Audrey J. & Thatcher, Jason Bennett. (2010). "Social influence and perceived organizational support: A social networks analysis", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Elsevier, vol. 111(2), pages 127-138, March.
- Zokayi, Mohammad Saeed, & Hassani, Mohammad Hossein. (2015). Typology of social media users. *Social Cultural Strategy*, 5(17), 37-63. SID. <https://sid.ir/paper/510155/fa> **[In Persian]**
- Zulqader, Hossein, Ghasemzadeh Iraqi, Morteza. (2012). Investigating users' motivations in using social media (a case study of Facebook social network users), *Paizim*, No. 20, Tehran, *Communication Research Quarterly*, pp. 35-58. **[In Persian]**



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.