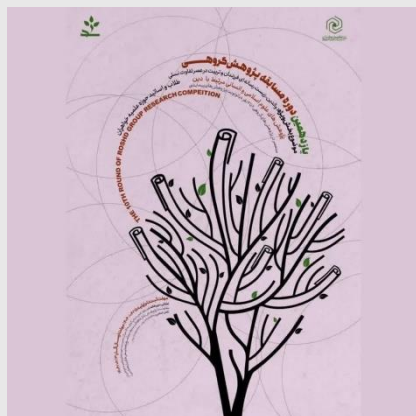


# یازدهمین دوره مسابقه پژوهش گروهی رشد



## عنوان :

### میزان و نوع تأثیر محتوای رسانه‌ای بر ارزش‌های خانوادگی

پدیدآورندگان:

شیرین مقصودیان

فرزانه علیپور

زهرا اله ویردی

استاد راهنما :

سرکار خانم قاسمی

مدرسه علمیه امام خمینی (ره)

تاریخ: ۱۴۰۴/۰۵/۲۰

سید حسین  
رحمن

## چکیده

در عصر رسانه‌های دیجیتال، خانواده‌ها در معرض حجم فزاینده‌ای از پیام‌ها و مدل‌های فرهنگی قرار دارند که می‌تواند بر ارزش‌های اخلاقی، هنجارها و سبک زندگی خانوادگی اثرگذار باشد. این مقاله با هدف بررسی میزان و نوع تأثیر محتوای رسانه‌ای (با تمرکز بر شبکه‌های اجتماعی، سریال‌ها و فیلم‌ها، و مقایسه رسانه‌های سنتی و دیجیتال) بر ارزش‌های خانوادگی تدوین شده است. چارچوب نظری پژوهش بر نظریه‌های یادگیری اجتماعی، پرورش‌گری (Cultivation)، استفاده و خشنودی، و رویکرد نظام خانواده استوار است. روش تحقیق به صورت مرور نظام‌مند منابع و تحلیل محتوای هدفمند نمونه‌هایی از سریال‌ها، فیلم‌ها و پست‌های شبکه‌های اجتماعی انجام شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد:

رسانه‌های دیجیتال نسبت به رسانه‌های سنتی نفوذ سریع‌تر و تعاملی‌تری بر خانواده‌ها دارند؛ شبکه‌های اجتماعی با بازتعریف اقتدار والدین، الگوهای تربیتی را به سمت مذاکره‌محور و مشاهده‌محور سوق می‌دهند؛ سریال‌ها و فیلم‌های خارجی در برخی مضامین (نقش‌های جنسیتی، فردگرایی، خصوصی‌سازی روابط) اثر نمادین بیشتری بر نگرش جوانان دارند؛ نقش پدر و مادر می‌تواند در اثر مصرف نامدار (Influencers) و الگوریتم‌ها تضعیف یا با سواد رسانه‌ای و هم‌تماشایی فعال تقویت شود؛ رسانه‌ها در تغییر نگرش نسبت به ازدواج و زمان‌بندی آن اثرگذارند و گاه انتظارات غیرواقعی از رابطه را دامن می‌زنند. در پایان، مجموعه‌ای از راهکارهای سیاستی و تربیتی برای بهره‌برداری مثبت از رسانه‌ها و تقویت ارزش‌های خانوادگی ارائه می‌شود.

## واژه‌های کلیدی:

محتوای رسانه‌ای، ارزش‌های خانوادگی، شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های نوین، ازدواج، رسانه، خانواده، شبکه‌های اجتماعی، ارزش‌های اخلاقی، سواد رسانه‌ای، نسل دیجیتال.

## مقدمه

در دنیای معاصر، رسانه‌ها به بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره تبدیل شده‌اند. با پیشرفت فناوری و گسترش اینترنت، دسترسی به محتوای رسانه‌ای از طریق پلتفرم‌های مختلف مانند تلویزیون، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های موبایل، به سادگی و سرعت امکان‌پذیر شده است. این محتواها، که شامل برنامه‌های تلویزیونی، فیلم‌ها، سریال‌ها، اخبار، تبلیغات و محتوای کاربران در شبکه‌های اجتماعی می‌شوند، می‌توانند تأثیرات عمیقی بر افکار، رفتار و ارزش‌های افراد و به ویژه خانواده‌ها بگذارند.

خانواده به عنوان کوچک‌ترین و مهم‌ترین واحد اجتماعی، نقش کلیدی در شکل‌دهی ارزش‌های اخلاقی، فرهنگی و اجتماعی ایفا می‌کند. در آموزه‌های اسلامی نیز بر اهمیت حفظ ارزش‌های خانوادگی تأکید شده است. به عنوان مثال، آیه ۲۱ سوره روم بر اهمیت «موده و رحمه» در خانواده تأکید دارد و روایات متعددی مانند حدیث «خَيْرُكُمْ خَيْرُكُمْ لِأَهْلِهِ» (بهترین شما کسی است که نسبت به خانواده‌اش نیکوکارتر باشد) بر تقویت پیوندهای خانوادگی تصریح نموده‌اند. با این حال، تحولات سریع در حوزه رسانه‌ها و محتوای تولیدشده، پرسش‌های نوینی را در زمینه تأثیر این محتواها بر ارزش‌های خانوادگی مطرح ساخته است.

در این میان، رسانه‌های نوین مانند شبکه‌های اجتماعی، به دلیل تعاملی بودن و دسترسی آسان، تأثیر بیشتری بر خانواده‌ها داشته‌اند. از سوی دیگر، محتوای رسانه‌ای، اعم از داخلی و خارجی، می‌تواند ارزش‌های متفاوت و گاهی متضادی را ترویج کند که این مسئله می‌تواند باعث تضعیف یا تقویت ارزش‌های خانوادگی شود. بنابراین، بررسی میزان و نوع تأثیر محتوای رسانه‌ای بر ارزش‌های خانوادگی، امری ضروری و حیاتی به نظر می‌رسد.

این مقاله با هدف بررسی جامع و دقیق تأثیر محتوای رسانه‌ای بر ارزش‌های خانوادگی، به تحلیل نقش شبکه‌های اجتماعی، سریال‌ها و فیلم‌ها، رسانه‌های نوین و سنتی، و تأثیر رسانه‌ها بر نگرش جوانان نسبت به ازدواج می‌پردازد. نتایج این پژوهش می‌تواند به

سیاست‌گذاران، خانواده‌ها و دست‌اندرکاران رسانه‌ای در استفاده بهینه از رسانه‌ها و تقویت ارزش‌های خانوادگی کمک کند.

## تعریف مفاهیم کلیدی

### ۱. رسانه

رسانه به ابزارها و کانال‌هایی گفته می‌شود که پیام‌ها، اطلاعات و محتواهای فرهنگی، آموزشی، سرگرمی یا خبری را منتقل می‌کنند. رسانه‌ها شامل تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها، مجلات، فیلم‌ها، پلتفرم‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی هستند (Baran, ۲۰۱۰).

مطالعات پژوهشی نشان می‌دهند که رسانه‌ها نقش دوگانه‌ای در زندگی خانواده‌ها دارند: از یک سو، می‌توانند به افزایش دانش، مهارت‌ها و تعاملات مثبت کمک کنند؛ و از سوی دیگر، اگر محتوای نامناسب ارائه دهند، می‌توانند ارزش‌ها و انسجام خانوادگی را تضعیف کنند (گلزاری، ۱۳۹۷). برای مثال، تماشای برنامه‌های آموزشی و مستندهای خانوادگی می‌تواند مهارت‌های حل مسئله، احترام متقابل و همکاری در خانواده را تقویت کند، در حالی که نمایش محتوای خشونت‌آمیز یا رفتارهای غیراخلاقی می‌تواند باعث تغییر نگرش‌ها و کاهش تعاملات حضوری شود (Gentile, ۲۰۰۹).

### ۲. خانواده

خانواده، کوچک‌ترین و بنیادی‌ترین نهاد اجتماعی است که افراد در آن پرورش می‌یابند و یادگیری ارزش‌ها، هنجارها و مهارت‌های اجتماعی آغاز می‌شود. خانواده شامل والدین، فرزندان و در برخی مواقع سایر اعضای نزدیک مانند پدربزرگ و مادربزرگ است (فیاض، ۱۳۹۸).

از دیدگاه فرهنگی و اجتماعی، خانواده نقش انتقال هویت، ارزش‌های دینی و فرهنگی و مهارت‌های زندگی را دارد. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که انسجام و سلامت خانواده، تأثیر مستقیم بر توسعه فردی و اجتماعی اعضا دارد و کاهش تعاملات خانوادگی می‌تواند باعث مشکلات رفتاری و روانی شود (Cohen & Piquero, ۲۰۱۴).

- حمایت از تولیدکنندگان محتوای بومی و اسلامی.<sup>۵۲</sup>
- تولید سریال‌ها و فیلم‌هایی که با ارزش‌های خانوادگی ایرانی-اسلامی همسو باشند.<sup>۵۳</sup>

### ۳. تقویت سواد رسانه‌ای :

- آموزش نحوه تحلیل و ارزیابی محتوای رسانه‌ای.<sup>۵۴</sup>
- آگاه‌سازی خانواده‌ها نسبت به تأثیرات منفی رسانه‌ها.<sup>۵۵</sup>

### ۴. تقویت تعاملات حضوری :

- برگزاری شب‌های خانوادگی، بازی‌های گروهی و فعالیت‌های مشترک.<sup>۵۶</sup>
- افزایش زمان مشترک خانواده برای تقویت روابط.<sup>۵۷</sup>

## ۴.۵ نتیجه‌گیری نهایی

ارزش‌های خانوادگی به عنوان پایه و اساس روابط سالم و پایدار در خانواده، در فرهنگ ایرانی-اسلامی جایگاه ویژه‌ای دارند. رسانه‌ها می‌توانند هم تقویت‌کننده و هم تضعیف‌کننده این ارزش‌ها باشند. با ارتقای سواد رسانه‌ای، تولید محتوای بومی و اسلامی، و تقویت تعاملات حضوری می‌توان از ظرفیت‌های رسانه‌ها برای تقویت ارزش‌های خانوادگی بهره برد.

## با وجود مطالعات متعدد درباره روابط خانواده و رسانه، خلأهای زیر هنوز

### برجسته‌اند:

<sup>۵۲</sup> گلزاری، حسین. (۱۳۹۷). رسانه و اخلاق. تهران: انتشارات سایه.

<sup>۵۳</sup> نیک‌نژاد، زهرا. (۱۳۹۹). نسل دیجیتال و چالش‌های خانواده. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

<sup>۵۴</sup> Baran, S. J. (۲۰۱۰). Introduction to Mass Communication. McGraw-Hill.

<sup>۵۵</sup> Gentile, D. A. (۲۰۰۹). Media Violence and Children. Praeger.

<sup>۵۶</sup> Potter, W. J. (۲۰۱۳). Media Literacy. SAGE Publications.

<sup>۵۷</sup> Pew Research Center. (۲۰۲۳). Social Media Use in ۲۰۲۳.

- نقش شبکه‌های اجتماعی در تغییر سبک تربیتی والدین (گذار از الگوی اقتدارمحور به مذاکره‌محور، تغییر در نظارت و هدایت مصرف رسانه‌ای فرزندان).
- تأثیر مضامین سریال‌ها و فیلم‌های ایرانی و خارجی بر ارزش‌های اخلاقی خانواده (وفاداری، احترام متقابل، نقش‌های جنسیتی، سبک حل تعارض).
- چگونگی تضعیف یا تقویت نقش پدر و مادر توسط رسانه‌های نوین (اثر الگوریتم‌ها، سواد رسانه‌ای، الگوهای هم‌تماشایی و گفت‌وگوی انتقادی).
- مقایسه نظام‌مند اثر رسانه‌های سنتی (تلویزیون، رادیو، مطبوعات) با رسانه‌های دیجیتال (شبکه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های ویدئویی، پیام‌رسان‌ها).
- تغییر نگرش جوانان نسبت به ازدواج و تشکیل خانواده تحت تأثیر رسانه‌ها (تأخیر در ازدواج، افزایش معیارهای انتخاب همسر، فردیت‌گرایی).
- و به‌طور تکمیلی: نقش عوامل میانجی مانند پایگاه اقتصادی-اجتماعی، دینداری، سن و جنس، و سواد رسانه‌ای در شکل‌دهی تفاوت‌های اثر.

## منابع

### کتاب‌ها:

۱. ساروخانی، باقر. (۱۳۸۵). تأثیر تلویزیون بر ارزش‌های خانوادگی در ایران. تهران: انتشارات سایه.
۲. حجازی، الهه. (۱۳۸۸). تأثیر سریال‌های تلویزیونی بر ارزش‌های اخلاقی جوانان. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۳. گربنر، جرج. (۱۳۹۰). نظریه پرورش: رسانه‌ها و شکل‌دهی به واقعیت. ترجمه: محمد جواد زریفی. تهران: انتشارات هرمس.
۴. بندورا، آلبرت. (۱۳۸۹). یادگیری اجتماعی و توسعه شخصیت. ترجمه: حسن پاشا شریفی. تهران: انتشارات رشد.

۵. پورعزت، علی اکبر. (۱۳۹۱). آموزش رسانه‌ای و خانواده. تهران: انتشارات سایه.

### **مقالات علمی:**

۶. محمدی، ر.، احمدی، ع.، و کاظمی، م. (۱۳۹۲). «تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای بر جوانان ایرانی». مجله مطالعات اجتماعی ایران، ۸(۳)، ۱۱۲-۱۳۰.
۷. رضایی، ز. (۱۳۹۵). «تأثیر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی بر تعاملات خانوادگی». مجله روانشناسی و علوم تربیتی، ۴۷(۲)، ۲۰۱-۲۲۰.
۸. احمدی، س.، و همکاران. (۱۳۹۰). «تأثیر رسانه‌ها بر نگرش جوانان نسبت به ازدواج». مجله مطالعات جوانان، ۱۲(۲)، ۷-۵۶.
۹. کاظمی، م. (۱۳۹۳). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر نگرش جوانان نسبت به ازدواج». مجله مطالعات فرهنگی، ۹(۴)، ۱۲۰-۱۰۱.
۱۰. احمدزاده، ح. (۱۳۹۴). «نقش محتوای رسانه‌ای بومی در تقویت ارزش‌های خانوادگی». مجله علوم اجتماعی، ۱۱(۱)، ۶۰-۴۵.

### **پایان‌نامه‌ها:**

۱۱. جعفری، ف. (۱۳۹۶). تأثیر انیمیشن‌های ایرانی بر ارزش‌های اخلاقی کودکان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
۱۲. زارعی، م. (۱۳۹۵). تأثیر رسانه‌های نوین بر سبک زندگی خانواده‌های ایرانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
۱۳. سلیمی، ع. (۱۳۹۴). تأثیر سریال‌های تلویزیونی بر نگرش جوانان نسبت به نقش‌های جنسیتی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.
۱۴. میرزایی، ر. (۱۳۹۳). تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تعاملات خانوادگی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.

### **گزارش‌های پژوهشی:**

۱۵. مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام. (۱۳۹۲). تأثیر رسانه‌ها بر ارزش‌های خانوادگی در ایران. تهران: انتشارات مجمع.

۱۶. سازمان ملی جوانان. (۱۳۹۰). تأثیر رسانه‌ها بر نگرش جوانان نسبت به ازدواج. تهران: انتشارات سازمان ملی جوانان.

### **منابع خارجی:**

۱۷.

Hoffner, C., & Levine, K. (۲۰۰۱). "Media and Family Values: A Review". *Journal of Family Communication*, ۱(۲), ۱۱۲-۱۳۰

۱۸.

Smith, J., & Brown, A. (۲۰۱۵). "Digital Media and Family Dynamics: A Comparative Study". *International Journal of Communication*, ۹(۴), ۱۰۲۰-۱۰۰۱

۱۹.

Lewis, R., & Thompson, K. (۲۰۱۰). "Social Media and Youth Attitudes Toward Marriage". *Journal of Youth Studies*, ۱۳(۳), ۲۷۰-۲۵۶

### **منابع اینترنتی و پایگاه‌های داده:**

۲۰. پایگاه داده علمی SID: [www.sid.ir](http://www.sid.ir)

۲۱. پایگاه داده علمی Magiran: [www.magiran.com](http://www.magiran.com)

۲۲. Google Scholar: [scholar.google.com](http://scholar.google.com)

### **اسناد و گزارش‌های بین‌المللی:**

۲۳.

UNESCO. (۲۰۱۸). *The Impact of Media on Family Values: A Global Perspective*. Paris: UNESCO Publishing.

۲۴.

World Health Organization (WHO). (۲۰۱۹). Media and Youth Behavior: A Review. Geneva: WHO Press .

۲۵. پورعزت، ع.ا. (۱۳۸۹). رسانه‌ها و تغییر ارزش‌های اجتماعی. تهران: انتشارات سایه.

۲۶. حجازی، ا. (۱۳۹۱). تأثیر رسانه‌های نوین بر هویت فرهنگی جوانان. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

۲۷. ساروخانی، ب. (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی خانواده. تهران: انتشارات سایه.

۲۸. زاهدی، م. (۱۳۹۰). تأثیر رسانه‌ها بر سبک زندگی ایرانی. تهران: انتشارات هرمس.

۲۹. کاظمی، م. (۱۳۹۲). شبکه‌های اجتماعی و تغییر نگرش‌ها. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

۳۰. رضایی، ز. (۱۳۹۴). رسانه‌ها و تعاملات خانوادگی. تهران: انتشارات سایه.

۳۱. قرآن کریم، سوره روم، آیه ۲۱.

۳۲. قرآن کریم، سوره اسراء، آیه ۲۳.

۳۳. صحیح بخاری، حدیث «كُلُّكُمْ رَاعٍ وَ كُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ».

۳۴. نیک‌نژاد، زهرا. (۱۳۹۹). نسل دیجیتال و چالش‌های خانواده. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.