

ارزش‌های خانواده ایرانی اسلامی در شبکه‌های اجتماعی (با تاکید بر اینستاگرام)

مهدی مهدوی امین*

احسان مصطفی پور (نویسنده مسئول)**

چکیده

هدف: این مقاله درصدد شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید شبکه‌های اجتماعی با تاکید بر اینستاگرام بر ارزش‌ها در خانواده ایرانی-اسلامی و تعیین راهبردهای بهره‌گیری از این شبکه‌ها برای خانواده در راستای پیشگیری از معضل سست شدن بنیان خانواده است.

روش‌شناسی پژوهش: این مقاله بر اساس روش توصیفی-تحلیلی و از نوع کاربردی، طبق تحلیل SWOT (سوات) انجام شده است.

یافته‌ها: مهم‌ترین یافته‌های این تحقیق به شرح زیر ارائه می‌گردد: نقاط قوت شامل:

* کارشناسی ارشد توسعه و ترویج فرهنگ دینی، گروه علوم سیاسی، دانشکده شهید محلاتی، دانشگاه علوم اسلامی شهید محلاتی، قم، ایران؛ mmahdin55@gmail.com
** استادیار گروه فرهنگ و رسانه، دانشکده شهید محلاتی، دانشگاه علوم اسلامی شهید محلاتی، قم، ایران. Mostafapour1357@yahoo.com

استناد به این مقاله: مهدوی امین، مهدی؛ مصطفی پور، احسان (۱۴۰۲). ارزش‌های خانواده ایرانی اسلامی در شبکه‌های اجتماعی (با تاکید بر اینستاگرام). مطالعات دینی رسانه، ۵ (۲۰)، ۱۶۸-۱۶۶.
<https://doi.org/10.22034/jmrs.2024.205461>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۲۳ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۲/۱۱/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۱۷ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۲/۱۲/۲۵

© نویسنده‌گان. نوع مقاله: پژوهشی. ناشر: دانشگاه صدا و سیما

ایجاد فرصت برای معرفی فرهنگ اصیل خانواده ایرانی-اسلامی و گسترش آن در بین کاربران، اشاره به ارزش‌های اخلاقی در خانواده ایرانی، نشر خلاقیت‌ها، ایده‌ها و ابتکارها. همچنین آشنایی خانواده با اطلاعات جدید روان‌شناسی و علم خانواده و نحوه برخورد با فرزندان، عضویت در شبکه‌ها و کانال‌های اینستاگرامی مرتبط با نظام خانواده، حضور و مشارکت قوی اعضای خانواده در مسائل اجتماعی و سیاسی و کمک به تکوین جامعه‌پذیری اعضای خانواده. نقاط ضعف شامل: تخریب ارتباطات اجتماعی خانواده، روابط غیراخلاقی، ترویج فساد، بهره‌برداری نکردن از فرصت‌های آموزشی و ضعف در شناسایی فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی. فرصت‌ها شامل: گسترش آموزش‌های مجازی، توسعه ارتباطات علمی، تجارت الکترونیک. تهدیدها شامل: ترویج فرهنگ غیرایرانی و تغییر تدریجی سبک زندگی ایرانی-اسلامی، ترویج روحیه مصرف‌گرایی و مدگرایی در بین اعضای خانواده، ترویج روابط نابهنجار اجتماعی و مدنی، اعتیاد الکترونیک، کاهش انگیزه تحصیلی و بحران هویت.

بحث و نتیجه‌گیری: با توجه به شناسایی عناصر چهارگانه تحلیل SWOT (سوات)، شایسته است راهبردهایی برای استفاده بهینه از رسانه‌های نوظهور به منظور حفظ ارزش‌های خانواده در بعد زیرساخت‌ها، محتوا، حمایتی توسط دولت و آموزشی و پژوهشی طراحی شود.

کلیدواژه‌ها: فضای مجازی، اخلاق، خانواده، شبکه‌های اجتماعی، اخلاق دیجیتال، آسیب‌های فضای مجازی، سلامت معنوی

مقدمه

نهاد خانواده یکی از نهادهای مؤثر و غنی در هر نظام اجتماعی است. این نهاد در فرهنگ ایرانی-اسلامی جامعه ایرانی اهمیت و نقش بسیار مهمی دارد؛ نهادی که بنیان جامعه اسلامی است. در نهاد خانواده خصایص فردی و روانی، مهارت‌های ارتباطی، ارتباط با جهان پیرامون، جامعه‌پذیری نخست، شیوه زیست جهان و سبک زندگی، مناسبات اجتماعی و... شکل و پرورش می‌یابد. اهمیت این نهاد به اندازه‌ای است که اعضای مکتب

شیکاگو آن را نخستین و مهمترین نهاد نظام اجتماعی می‌داند (معمدنژاد، ۱۳۸۴: ۱۲۰). با ورود تکنولوژی و وسایل ارتباط جمعی در خانواده‌ها، ارزش‌های اجتماعی خانواده‌ها تحت تأثیر قرار گرفته و موجب شده تا شاهد تغییراتی در رفتار و گفتار نسل جوان باشیم. از جمله این وسایل، دسترسی آسان به اینترنت است.

اینترنت علاوه بر نقاط قوت، امروزه دارای نقاط ضعفی هم هست. وسایل ارتباط جمعی فواصل را ناپدید می‌سازند، همچنان‌که جدار بین انسان‌ها را نیز تا حدود زیادی شفاف‌تر می‌کنند (اسلوین، ۱۳۸۰). عصر اطلاعات و جامعه شبکه‌ای عنوان جهان امروزی است که تعاملی شدن، انعطاف‌پذیری، جهانی‌سازی و مجازی‌سازی مهمترین ویژگی‌های آن است (مبارکی و شرفی، ۱۳۹۸: ۱۳۷). از سال ۱۹۹۰ رسانه‌های جدید بر مبنای اینترنت مفهوم جدیدی از مکان را تولید کردند که (فضای مجازی) نامیده شده است. این فضا، دنیای جدید و عجیبی است که در جای دیگری قرار گرفته و ویژگی‌هایی برای آن قائل هستیم که از آنچه ما (دنیای واقعی) می‌نامیم، کاملاً متفاوت است (فرقانی، مظفری و کیهان، ۱۳۹۸: ۹۹).

در حیطه فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی یکی از شگفت‌انگیزترین پدیده‌هاست. فیس‌بوک، اینستاگرام، پیام‌رسان‌های مختلف و موارد دیگر زمینه را برای ارتباط افراد با یکدیگر فراهم می‌کنند. بارزترین ویژگی این شبکه‌ها را می‌توان اطلاعات و اخباری که در آن‌ها منتشر می‌شود، دانست (نعمتی فر و صفورایی پاریزی، ۱۳۹۸) شبکه‌های اجتماعی در کنار مزایای بی‌شمار، معایبی نیز دارد که عدم آشنایی کامل با آن‌ها می‌تواند آسیب‌هایی را برای خانواده‌های ایرانی به بار آورد. بنابراین لازمه حفظ قداست و ارزش‌های خانواده و عدم تأثیرپذیری از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر غرب تبعیت از احکام و فرهنگ دینی و پرهیز از الگوهای غربی در سبک زندگی است. بدین معنا که اصول و احکام دینی زمانی می‌تواند به طور کامل در جامعه اجرا شود که سبک زندگی اسلامی در بین اعضای خانواده گسترش یابد.

نگاهی به آمار کاربران ایرانی شبکه‌های اجتماعی که توسط مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) وابسته به جهاد دانشگاهی ارائه شده، نشان می‌دهد که بر اساس

نتایج آخرین نظرسنجی، ۴۶.۵ درصد مردم از «اینستاگرام» استفاده می‌کنند. ۳۵.۳ درصد از «واتساپ»، 34.6 درصد از «تلگرام»، ۲۵.۲ درصد از «ایتا»، ۲۴.۱ درصد از «روبوکا» و ۸.۷ درصد نیز گفته‌اند از «بله» استفاده می‌کنند. میزان استفاده از سایر پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی کمتر از ۷ درصد بوده است.

به گزارش روابط عمومی ایسپا، میزان استفاده مردم از پیام‌رسان‌ها و رسانه‌های اجتماعی خارجی از قبیل اینستاگرام، واتساپ و تلگرام در دوسال اخیر با نوساناتی همراه بوده است، به طوری که استفاده از پیام‌رسان واتساپ از ۷۱.۱ درصد در خرداد ۱۴۰۱ به ۳۵.۳ درصد در دیماه ۱۴۰۲ کاهش یافته است. میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی داخلی مثل روبیکا و ایتا از اسفند ۱۴۰۱ تاکنون، تغییر قابل توجهی نداشته است. بر اساس این گزارش در سوال مربوط به استفاده از پیام‌رسان‌ها و رسانه‌های اجتماعی داخلی و خارجی، افرادی که فقط مصرف‌کننده پیام‌رسان‌ها و رسانه‌های اجتماعی خارجی یا داخلی بودند، تفکیک و محاسبه شد. بر اساس یافته‌های نظرسنجی دیماه ایسپا، ۳۷.۶ درصد افراد بالای ۱۸ سال، فقط از پیام‌رسان‌ها و رسانه‌های اجتماعی خارجی استفاده می‌کنند. ۱۴.۹ درصد فقط از پیام‌رسان‌ها و رسانه‌های اجتماعی داخلی استفاده می‌کنند. ۲۵.۵ درصد از افراد بالای ۱۸ سال همزمان از پیام‌رسان‌ها و رسانه‌های اجتماعی خارجی و داخلی استفاده می‌کنند. ۲۲ درصد مردم نیز گفته‌اند از هیچ رسانه اجتماعی مجازی استفاده نمی‌کنند (ایسپا، ۱۴۰۲).

ارزش‌ها از جمله نیازهای اساسی در هر نظام اجتماعی است که بر کنش‌های آدمی تأثیر می‌گذارد. در واقع نحوه بروز کنش افراد، ناشی از درونی شدن ارزش‌های جامعه طی دوره رشد فرد است و درونی شدن ارزش‌ها در هر نسل به پیدایی نسل ارزشی آن جامعه در مقطعی خاص می‌انجامد (علی اکبری و صبوری خسروشاهی، ۱۳۹۷). بنابراین از آنجا که ارزش‌ها همواره از اساسی‌ترین عناصر یک نظام اجتماعی بوده و با درونی شدن نشان رفتارهای آدمی را جهت می‌دهند، می‌توان از طریق کنترل و هدایت آن‌ها جامعه را به زوال و یا تعادل کشاند (خضرنژاد، ۱۳۸۹). نهادهای متعددی در جامعه این وظیفه را بر عهده دارند که مهمترین و

اولین آن‌ها نهاد خانواده است که از ابتدای زندگی فرد به درونی کردن ارزش‌ها در وجود وی

می‌پردازد.

دستاوردهای بشر از صنعت و فناوری‌های نوین از جمله گسترش فضای مجازی در بین خانواده‌ها علاوه بر منافع‌هایی که به همراه داشته و رفاهی که برای او به ارمغان آورده است، همواره آسیب‌هایی را نیز به دنبال داشته است. اگرچه بسیاری از ابداعات و نوآوری‌ها با انگیزه تأمین رفاه و آسایش و تحکیم ارزش‌های انسانی و در راستای نیل به کمال شکل گرفته است، اما به دلیل برخی کج‌فکری‌ها و استفاده‌های نادرست از ابزارهای جدید، این اختراعات، گاه جسم و جان و اخلاق و روان انسان‌ها را مورد آسیب قرار داده و گاه فرهنگ و اعتقادات و رفتارهای اجتماعی وی را دگرگون کرده است. خانواده‌های ایرانی نیز از این قاعده مستثنی نیستند.

همان‌طور که بر همگان مشهود است، خانواده مناسب‌ترین نظام برای تأمین نیازهای مادی، روانی و معنوی بشر بوده و بهترین بستر را برای تأمین امنیت و آرامش روانی اعضا، پرورش نسل جدید و اجتماعی کردن فرزندان و برآورده ساختن نیازهای عاطفی افراد فراهم نموده است. تعالیم اسلام در مورد نحوه روابط اعضای خانواده و به‌عبارتی دیگر، در مورد حقوق و مسئولیت‌های متقابل آن‌ها توصیه‌های الزامی و اخلاقی فراوانی دارد که رعایت آن‌ها از سوی خانواده‌ها سبب رشد و تعالی همه اعضای خانواده می‌شود و در پی آن جامعه‌ای سالم و ایده‌آل ایجاد خواهد شد.

بروز آسیب‌های شبکه اجتماعی مبتنی بر فرهنگ غربی می‌تواند زمینه‌ساز نوع جدیدی از آسیب‌های اجتماعی و روانی باشد. همچنین به گفته جورج گرینر (۱۹۹۶) نظریه‌پرداز ارتباطات، پیشرفت فنی و تکنولوژی در جامعه به جای اینکه به آزادی و تسلط انسان بر طبیعت منجر شود، به عاملی در بهره‌کشی بیشتر انسان‌ها تبدیل شده است. تلویزیون، ماهواره و چنان جایگاهی محوری در زندگی روزمره دارد که پیام‌هایش در مورد واقعیت، جای تجربه شخصی و دیگر وسایل شناخت جهان را گرفته است. به همین دلیل، برنامه‌ریزی برای شناسایی و آسیب‌شناسی آن‌ها ضروری می‌نماید تا از سست شدن بنیان خانواده‌های ایرانی جلوگیری گردد. در این مقاله سعی شده تا به آسیب‌های مرتبط با شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه

اینستاگرام پرداخته شود و برای رفع این‌گونه معضلات پیشنهاداتی ارائه گردد.

به همین سبب لازم است که در درجه اول حضوری پررنگ، بسیار فعال و قوی در عرصه فضای مجازی، برای مقابله با این تبادل اطلاعات یک‌سویه و ضدارزشی و منفی داشته باشیم و در درجه دوم با حضور گسترده خود در تمام قالب‌های موجود در فضای مجازی، محتوای غنی اسلامی و فرهنگ اصیل ایرانی را برای توجه و آشنایی بیشتر کاربران جویای حق و آموزه‌های ناب اسلامی و فرهنگ غنی دینی و ملی مشرق زمین و ایران اسلامی، عرضه نماییم. در آخر باید با آموزش ضرورت رعایت نکات اخلاقی در استفاده از فضای مجازی توسط آموزش و پرورش در سطحی گسترده و عمیق، گامی در راستای رویارویی با این چالش عصر جدید برداریم تا خانواده‌هایی با سبک اسلامی در سطح جامعه داشته باشیم که در نهایت بتوانیم جامعه‌ای سالم و صالح داشته باشیم.

هدف این پژوهش، شناسایی نقش شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر شبکه اجتماعی اینستاگرام بر ارزش‌های خانواده ایرانی-اسلامی از منظر فرصت‌ها، تهدیدات، نقاط قوت و ضعف و ارائه راهکارهای مناسب برای مواجهه با این پدیده است. روش تحقیق در جمع‌آوری اطلاعات، توصیفی-تحلیلی است.

اهداف اختصاصی پژوهش عبارتند از: تبیین مفهوم خانواده و ارزش‌های آن، تبیین مفهوم شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر اینستاگرام، تبیین آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی در خانواده‌های ایرانی-اسلامی، سنجش میزان تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر خانواده‌ها، شناسایی روش‌های تضعیف پیوندهای سنتی از طریق تقویت و تبلیغ ارزش‌های بیگانه در شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر اینستاگرام، و تبیین نیازهای تکنولوژیک و مدیریت آن در خانواده‌های ایرانی.

پیشینه پژوهش

در مورد پیشینه موضوع مقاله حاضر، پیش‌تر پژوهش‌هایی درباره ابعاد حضور کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی به‌خصوص اینستاگرام صورت گرفته است.

در تازه‌ترین مطالعات بوربور و تاجیک اسماعیلی (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی «تحلیل وضعیت هویت اجتماعی زنان شهر تهران بر اساس استفاده از رسانه‌های اجتماعی و متغیرهای زمینه‌ای» پرداخته‌اند. در این تحقیق مشخص شد میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، حدود ۳ درصد در تبیین هویت اجتماعی جامعه مورد مطالعه (زنان تهران) و تحصیلات، حدود ۲ درصد دیگر به تبیین هویت اجتماعی آن‌ها اضافه کرده است. به دیگر سخن، ۵ درصد از هویت اجتماعی زنان تحت تأثیر این دو متغیر است.

کریمی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «اینستاگرام: تجربه جدید دیدن و دیده شدن و پیامدهای آن» نشان دادند تجربه اینستاگرام بیش از همه چیز، شیوه جدیدی از دیدن و دیده شدن است. این رسانه شخصی به همگان فرصت می‌دهد تا این دیده شدن، به هر صورت تشدید شده و پدیدار شود. جریان جمعی بزرگی از دیده شدن در اینستاگرام است که هر کس به نوعی در آن شناور است.

صلواتیان و دولتخواه (۱۳۹۶) در پژوهش خود به بررسی «تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی در هویت فرهنگی دانشجویان» پرداختند و نشان دادند بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی و تأثیر آن بر مؤلفه‌های فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد؛ به این معنی که هویت فرهنگی کاربران تضعیف می‌شود. این تغییر در نگرش و رفتار کاربران باعث کاهش همدلی، و نیز کاهش احساس تعلق ملی و انسجام اجتماعی می‌شود.

فلاحی (۱۳۹۵) در مطالعه خود با عنوان «تحلیل کیفی و کمی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی در ساختار خانواده» به این نتیجه رسیده که صرف حضور افراد و استفاده آنان از فناوری‌های مرتبط با شبکه‌های اجتماعی نمی‌تواند به آسیب هویتی و پیدایش گسست در نهاد خانواده منجر شود، بلکه با شناخت، رعایت و کنترل جوانب ابعاد حاکم بر این پدیده، افراد می‌توانند با حضور در این فضا حمایت‌های نسبی به دست آورند. همچنین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با سرمایه اجتماعی پیوند درون خانواده (درون‌گروهي) رابطه معناداری ندارد، ولی نوع استفاده کاربران در این فضا با احساس تعلق خانوادگی همبستگی

معناداری دارد. به نظر می‌رسد احساس کاهش تعلق خانوادگی و سرمایه اجتماعی درون خانواده تنها نظر دیگر افراد خانواده است و خود کاربر به کاهش سرمایه اجتماعی پیوندی خانوادگی خویش در اثر استفاده از این فضا اعتقادی ندارد.

اسلامی (۱۳۹۵) در پژوهش «شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانواده» به نتایج زیر دست یافته است: میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین خانواده‌های تهرانی منطقه دو در حد متوسط و در واقع روبه‌رشد است که از این میزان استفاده، بیشترین استفاده از محیط تلگرام صورت می‌گیرد. از نظر نوع استفاده نیز عضویت در شبکه‌های اجتماعی و گفت‌وگو با اعضای آن بیشترین کاربرد را برای مخاطبان دارد. در مورد نوع محیط مورد استفاده، اینستاگرام بالاترین تأثیر را بر ارزش‌های خانوادگی می‌گذارد. یکی دیگر از نتایج تحقیق حاکی از آن است که استفاده از اطلاعات مربوط به روابط زناشویی بر ارزش‌های خانوادگی جامعه مورد مطالعه تأثیرگذار است.

خجیر و حسین‌نظر (۱۳۹۲) تحقیقی را با عنوان «آسیب‌شناسی خانواده ایرانی در عرصه شبکه‌های اجتماعی مجازی» به انجام رساندند. نتایج نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های مجازی، عاملی در ایجاد حس بی‌اعتمادی، خیانت، سردی روابط، اعتیاد به آن و پرخاشگری افراد، انحراف و ابتذال اخلاقی، ترویج سبک زندگی غربی و ارزش یافتن نیازهای کاذب، شکسته شدن حریم خصوصی افراد و سوءاستفاده از آن‌ها می‌شود.

مرور سوابق تحقیق‌های پیشین بیانگر آن است که پژوهشگران متناسب با دغدغه‌های فکری خویش و نیازسنجی انجام‌شده محور مطالعات خود را انتخاب کرده و هر یک با رویکرد متفاوتی به یکی از ابعاد شبکه اجتماعی پرداخته‌اند. رصد و بررسی تحقیق‌های گذشته نشان‌دهنده آن است که هیچ یک از پژوهشگران به شناسایی و دسته‌بندی ارزش‌های خانواده ایرانی در شبکه‌های اجتماعی نپرداخته‌اند. بنابراین پژوهش حاضر، درصدد شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید ارزش‌های خانواده ایرانی-اسلامی در شبکه‌های اجتماعی از طریق سنجش هر یک از مقوله‌های متأثر از عضویت کاربران ایرانی در شبکه

اجتماعی اینستاگرام است.

مفهوم‌شناسی

۱. شبکه‌های اجتماعی

در این تحقیق منظور از «شبکه‌های اجتماعی»، زیست‌جهان جدیدی است که مدعی ایجاد فضای گفت‌وگو محور و اطلاع‌رسانی با واقعیت‌نمایی کامل و دور از سانسورهای خبری است (حسینی پاکدهی و بهاریان، ۱۴۰۱). شبکه‌های اجتماعی علاوه بر تسهیل و تسریع فرایند ارتباط میان کاربران، موجب افزایش آگاهی نسبت به رویکردها و فرایندهای اجتماعی شده و همچنین منجر به استفاده بهینه از سرمایه‌های اجتماعی می‌شوند، به گونه‌ای که در انتقال، تولید و بازیابی ارزش‌های اجتماعی جهت‌دهی مناسب‌تری داشته باشد (زمانی و دیگران، ۱۴۰۰). شبکه‌های اجتماعی، پایگاه‌های جدید ارتباطی هستند که با انتقال و دسترسی به اطلاعات و فراهم شدن شرایط اطلاع‌رسانی گسترده در کانون توجه کاربران بی‌شماری قرار گرفته است.

جدول شماره ۱: معرفی شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی	
آگاهی نسبت به کالاها توسط پیامک‌های تبلیغاتی، اشتراک‌گذاری نظرات از راه چت با دوستان گروه، ارتباط با دوستان برای گرفتن اخبار روزمره	وایبر، واتساپ و لاین
اشتراک‌گذاری و امکان دانلود موسیقی و آهنگ، قابلیت به اشتراک‌گذاری عکس‌های تجاری، آشنایی با انتشارات کتاب‌ها و اشتراک‌گذاری کلیپ و فیلم‌های کوتاه	تلگرام، اینستاگرام و یوتیوب
اشتراک‌گذاری عکس، اشتراک‌گذاری مطالب (عقاید و نظرات)، ارتباط با گروه دوستان (ایجاد محیط مفرح)	فیس‌بوک

۲. ارزش‌های خانوادگی

«ارزش‌های سنتی» را می‌توان مجموعه اعتقادات، باورها، نظرات و رفتارهای تکرارپذیر دانست که در بستر زمان ایجاد می‌شوند و مورد حمایت و اهتمام مردم قرار می‌گیرند. به بیان دیگر، ارزش‌های پایداری هستند که خانواده آن‌ها را از طریق روش‌های متعدد از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌دهد تا تداوم و هویت خویش را در طول زمان حفظ نماید.

در مقابل، «ارزش‌های مدرن»، باورها و رفتارهایی هستند که در نقطه مقابل ارزش‌های سنتی قرار دارند، آن‌ها را کهنه و منسوخ شده می‌پندارند و ارزش‌های جدیدی را می‌آفرینند. یکی از انواع ارزش‌ها که در جامعه دارای اهمیت فراوان می‌باشد، ارزش‌های خانوادگی است و آن، مفهومی است که رسالت تداوم خانواده و به تبع آن تداوم نسل‌ها را در خود دارد و هم اوست که کیفیت و کمیت نسل فردا را رقم می‌زند (بوربور حسین بیگی، ۱۳۸۳: ۱۹).

۳. اینستاگرام

«اینستاگرام» در سطح جهان، نسبت به سایر شبکه‌های اجتماعی، بیشترین سرعت رشد را دارد، به طوری که تعداد کاربران آن در جهان از یک میلیون نفر در سال ۲۰۱۰، به بیش از یک میلیارد نفر در سال ۲۰۱۸ رسیده است. در این شبکه اجتماعی نیز مانند هر شبکه مجازی دیگری، کاربران نمایه‌ای دارند که از اطلاعات شخصی اولیه، تعداد و فهرست افراد دنبال‌کننده، تعداد و فهرست افرادی که کاربر دنبال می‌کند و تعداد عکس‌ها و فیلم‌هایی که به اشتراک گذاشته، خبر می‌دهد. کاربر تنها نام خود را به مثابه شناسه‌ای قابل جست‌وجو درج و عکسی برای خود انتخاب می‌کند و اگر تمایل داشته باشد، می‌تواند در قسمت بیوگرافی، توضیحاتی در مورد جزئیات زندگی شخصی خود بنویسد (اکبرزاده جهرمی و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۱).

اینستاگرام منظم در حال تغییرهای فناورانه است. این تغییر و تحول، بیشتر در بازار شدید رقابتی صورت می‌گیرد که جذب و نگهداشت کاربران برای افزایش جذابیت و درگیر کردن مداوم مخاطبان با این فضا را بسیار دشوار می‌کند.

به دلیل تأثیر رسانه‌ها و فضای مجازی، زندگی بیش از پیش تابع تمایل مصرف‌گرایی شده است. مصرف‌گرایی و مَدپرستی که توسط تجارت آزاد و جهانی شدن غربی افزایش یافته، تمایل به ایمان معنوی و رشد فرهنگی بر مبنای آموزه‌های اسلام را به صورت عمیق تضعیف کرده است. این امر، بسیاری از مؤلفه‌های سبک زندگی اسلامی را به چالش کشیده و آن را تهدید می‌کند (انصاری و نجاری، ۱۳۹۸).

روش‌شناسی پژوهش

این مقاله بر اساس روش توصیفی-تحلیلی و از نوع کاربردی، طبق تحلیل SWOT (سوات). انجام شده است. همچنین در این مطالعه جستجوی جامعی از طریق شش سایت نمایه‌کننده مقالات علمی شامل «سیویلیکا»، «انسانی»، «ایرانداک»، «مگیران»، «نورمگز»، «سید» (پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی). و همچنین موتور جستجوی «گوگل اسکالر» انجام گرفت. به منظور یافتن مقالات علمی پیشین مرتبط با این حوزه از پنج کلمه کلیدی شامل «ارزش‌های خانواده»، «خانواده ایرانی»، «اسلامی»، «شبکه‌های اجتماعی» و «اینستاگرام» استفاده شد.

منابع مقالات یافته‌شده نیز به منظور یافتن دیگر آثار مرتبط مورد جستجو قرار گرفت تا پژوهش‌های بیشتری در این مطالعه مورد استفاده واقع شوند. پس از یافتن مقالات مرتبط تنها مواردی که کلمات کلیدی جستجو شده در عنوان مقاله، چکیده و کلیدواژه‌ها وجود داشت، مطالعه شد تا از تناسب آن‌ها با هدف پژوهش حاضر اطمینان کسب شود. از آنجا که این پژوهش به طور مشخص به دنبال مطالعه ارزش‌های خانواده ایرانی-اسلامی، شبکه‌های اجتماعی و اینستاگرام بود، تنها مقالاتی که بر این سه مفهوم تمرکز داشتند در فهرست مقالات نهایی پژوهش حاضر قرار گرفتند. پس از اعمال این فرایندها، در مجموع بیش از ۵۰ مقاله و پایان‌نامه مرتبط با شبکه‌های اجتماعی که نقش ارزش‌های خانواده ایرانی-اسلامی در آن‌ها مورد مطالعه قرار گرفته بود، انتخاب شدند. به دلیل اینکه همه مقالات مرتبط با شبکه‌های اجتماعی که در آن نقش ارزش‌های خانواده ایرانی-اسلامی مورد

تمرکز قرار گرفته بود در این مطالعه به کار گرفته شوند، جستجوها به بازه زمانی مشخصی محدود نشده بود.

معیارهای انتخاب مقالات

با توجه به هدف اصلی این مقاله، همه مقالاتی که کلمات جستجو شده به ترتیب در عنوان، کلیدواژگان و چکیده آن‌ها وجود داشت و نقش شبکه‌های اجتماعی و ارزش‌های خانواده ایرانی اسلامی را مورد توجه قرار داده بودند، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. به منظور اطمینان از رعایت موارد برای وارد کردن مقالات در تجزیه و تحلیل نهایی، دو محقق به طور مستقل شرایط پذیرش را مورد مطالعه و تأیید قرار دادند. این اقدام با این هدف صورت گرفت که نسبت به مرتبط بودن مقالات با هدف پژوهش حاضر اطمینان کسب شود.

ترکیب نتایج و ارزیابی کیفیت

در این مرور سیستماتیک پس از انجام فرایندهای پذیرش، همه چکیده‌ها مورد بازخوانی قرار گرفت. در مواردی نیز که شک و تردیدی در مورد ارتباط مقاله با موضوع پژوهش داشت، متن کامل مقاله به دقت خوانده شد. برای ترکیب داده‌ها از دو روش استفاده شد: نخست، روش‌شناسی مقالات انتخاب شده مطالعه شد و سپس یافته‌های هر یک از مقالات پذیرش شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

جامعه آماری پژوهش

در این تحقیق جامعه آماری پژوهش شامل مقالات، پایان‌نامه‌ها، سایت‌ها و نشریات مرتبط با موضوع شبکه‌های اجتماعی و تاثیرگذاری آن بر ارزش‌های خانواده اسلامی با تاکید بر اینستاگرام و بر اساس مدل تحلیلی SWOT است.

ابزار جمع‌آوری اطلاعات تحقیق، همه اسناد چاپی است، همانند مقالات، پایان‌نامه‌ها، فرهنگ‌نامه‌ها، مجلات، روزنامه‌ها، هفته‌نامه‌ها، ماهنامه‌ها، لغت‌نامه‌ها،

سالنامه‌ها، مصاحبه‌های چاپ‌شده، پژوهش‌نامه‌ها، کتاب‌های همایش‌های علمی، متون چاپی نمایه‌شده در بانک‌های اطلاعاتی و اینترنت و هر منبعی که به‌صورت چاپی قابل شناسایی باشد.

یافته‌ها

در این بخش از تحقیق سعی شده یافته‌ها با استفاده از روش تحلیل ماتریس SWOT (سوات) به‌منظور شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای ارزش‌های خانواده ایرانی-اسلامی در شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام صورت پذیرد. بنابراین مهمترین یافته‌های این تحقیق به شرح زیر ارائه می‌گردد:

نقاط قوت: ایجاد فرصت برای معرفی فرهنگ اصیل خانواده ایرانی-اسلامی و گسترش آن در بین کاربران؛ اشاره به ارزش‌های اخلاقی در خانواده ایرانی، نشر خلاقیت‌ها، ایده‌ها و ابتکارها (خجیر، ۱۳۹۶)؛ استعداد تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی؛ امکان برقراری ارتباط و گفت‌وگو با مخاطبان با استفاده از ابزارهای مختلف الکترونیکی و دیجیتال؛ تلاش کاربران برای سازگار شدن با تحولات عصر جدید؛ انتشار سریع اطلاعات در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی؛ زیربنای آینده‌اندیشی در حوزه فضای مجازی (امیری و حبیب‌زاده، ۱۳۹۴)؛ تقویت ارتباطات ارزان، دائمی و مناسب بین اعضای خانواده؛ حضور مستمر در کنار خانواده و خویشاوندان و آگاهی از احوال و افکار آن‌ها، ترمیم ارتباطات آسیب‌دیده ناشی از سبک زندگی امروز؛ افزایش اطلاعات؛ قدرت تحلیل و تقویت روحیه انتقادی اعضای خانواده؛ بازنمودن دلخواه (ابراز وجود و خوداظهاری) و کشف خود فرزندان توسط والدین؛ آشنایی خانواده با اطلاعات جدید روان‌شناسی و علم خانواده و نحوه برخورد با فرزندان؛ عضویت در شبکه‌ها و کانال‌های اینستاگرامی مرتبط با نظام خانواده، حضور و مشارکت قوی اعضای خانواده در مسائل اجتماعی و سیاسی و کمک به تکوین جامعه‌پذیری اعضای خانواده (خجیر، ۱۳۹۶).

نقاط ضعف: تخریب ارتباطات اجتماعی خانواده (همان)؛ روابط غیراخلاقی، ترویج

فساد، بهره‌برداری نکردن از فرصت‌های آموزشی، ضعف در شناسایی فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی (پورنقدی، ۱۳۹۷)؛ ضعف سازمان‌های فرهنگی در زمینه آموزشی؛ عدم تولید محتوای مناسب؛ ضعف امکانات فنی و شبکه‌ای؛ ارتباط نامطمئن و ناکارآمد کاربران در سایت‌های نامطمئن؛ تسلیم و انفعال و منتظر آمدن آینده؛ افزایش سن ازدواج؛ ضعف اولیاء و مربیان در آموزش کاربران در فضای مجازی؛ موضوع افسارگسیخته مسائل جنسی و عدم مدیریت آن؛ ضعف بنیادی و اعتقادی خانواده‌ها به لحاظ ارزش‌های خانوادگی؛ محدودیت نسبی روابط دختر و پسر در سطح جامعه؛ ضعف در طراحی شبکه‌های جایگزین؛ ضعف روابط مجازی و شبکه‌ای (امیری و حبیب‌زاده، ۱۳۹۴).

شبکه‌های مجازی با تاثیر بر سبک زندگی و الگوی بومی خانواده‌ها، سبب سوء معاشرت، خشونت، سستی مبانی خانواده، سخت شدن تربیت فرزندان و انحرافات در اخلاق و فرهنگ جنسی نهاد خانواده می‌شوند (درشتی و همکاران، ۱۳۹۸). نقاط ضعف در مصاحبه‌های این پژوهش در موارد زیر احصاء شد: ناآگاهی اعضای خانواده نسبت به تأثیرات منفی شبکه‌های اجتماعی، بی‌توجهی خانواده به رعایت امنیت فضای مجازی در عضویت شبکه‌ها، استفاده حداکثری شبکه‌ها در بین نوجوانان و جوانان، ترویج رفتارها و منش‌های منفی کاربران در اجتماع واقعی، جدا شدن نسل جدید و حتی نسل قدیم از روابط اجتماعی خارج از فضای نت و فرو رفتن در فضای مجازی خودساخته، حیازدایی در بین نوجوانان و جوانان، ناآگاهی در سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی بین اعضای خانواده (خجیر، ۱۳۹۶: ۱۲۳).

فرصت‌ها: گسترش آموزش‌های مجازی؛ توسعه ارتباطات علمی، تجارت الکترونیک (پورنقدی، ۱۳۹۷)؛ تجربه جهانی شدن و آشنا شدن با فناوری‌های جدید؛ فرصتی برای شناخت مناسب ابعاد رسانه‌های اجتماعی؛ مطلع شدن از اتفاقات و شایعات در حال رخ دادن؛ فرصتی برای خنثی نمودن توطئه‌های خارجی علیه کشور؛ آگاهی از سمت و سوی تبلیغات دشمن؛ هم‌کوشی و مشارکت در فضای شبکه‌های اجتماعی؛ شبکه‌های اجتماعی ابزاری برای برقراری روابط اجتماعی، مدنی، بی‌فردی و...؛ تقویت جاذبه‌ها؛ برنامه‌ریزی و

تقسیم کار ارگان‌های فرهنگی برای استفاده از فرصت‌ها؛ افزایش اعتمادبه‌نفس کاربران؛ برقراری ارتباط با افراد موردنظر در زمینه‌های علمی و....؛ به‌کارگیری ساختار و شبکه‌های جایگزین مثل شبکه‌های اجتماعی فارسی‌زبان؛ ترویج و تبلیغ ارتباطات اسلامی حقیقی در شبکه‌های اجتماعی؛ فعالیت در فضای متناسب با روحیات نسل جوان؛ هدایت مسائل جنسی به‌صورت اسلامی (امیری و حبیب‌زاده، ۱۳۹۴)؛ ابزار ترویج و تبلیغ فرهنگ صحیح و ارزش‌های اخلاقی در خانواده ایرانی-اسلامی؛ ابزارهایی برای ترویج خلاقیت فردی و جمعی اعضای خانواده؛ تأسیس و راه‌اندازی شبکه‌ها/رسانه‌های اجتماعی بومی با محوریت حمایت از دوست‌یابی‌های سالم و سرگرمی‌های مفید؛ ارتقای سطح دانش و معرفت اعضای خانواده؛ گسترش فرهنگ خانواده ایرانی-اسلامی؛ جاکنندگی و آشنایی اعضای خانواده با جهان بیرون و تعامل صحیح با آن؛ بهینه‌سازی روابط بین اعضای خانواده (خجیر، ۱۳۹۶: ۱۲۳).

تهدیدها: ترویج فرهنگ غیرایرانی و تغییر تدریجی سبک زندگی ایرانی-اسلامی؛ ترویج روحیه مصرف‌گرایی و مدگرایی در بین اعضای خانواده؛ ترویج روابط نابهنجار اجتماعی و مدنی (خجیر، ۱۳۹۶)؛ هنجارهای اخلاقی؛ اعتیاد الکترونیک؛ کاهش انگیزه تحصیلی؛ بحران هویت (پورنقدی، ۱۳۹۷)؛ ترویج فرهنگ بی‌بندوباری، بسترسازی برای تهاجم فرهنگی؛ تبادل مطالب هرزه‌نگاری و ضداخلاقی در شبکه‌های اجتماعی؛ تغییر و رسوخ در بافت‌های فرهنگی نخبگان جامعه از طریق ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی؛ ایجاد اعتیاد جنسی؛ ابزار مناسبی برای دسیسه‌چینی، زورگیری الکترونیکی، سوءاستفاده مالی و کلاهبرداری از کاربران؛ افزایش جرم و جنایت به‌دلیل عدم بهره‌گیری از فرصت‌های ملی به‌منظور مدیریت شبکه‌ها؛ چالش اصلی حکومت در امنیت جامعه اطلاعاتی؛ افتادن به دام‌های افراد و گروه‌های منحرف و خطرناک؛ افزایش علایق جوانان به آن سوی مرزها؛ تهدید بنیان خانواده؛ انحرافات اخلاقی و فردی؛ پنهان‌سازی هویت؛ چالش‌های انتقادی ستیزه‌جویانه در مباحث اعتقادی و اخلاقی؛ تغییر رویکردها و دیدگاه‌های اجتماعی با اهداف منفی (امیری و حبیب‌زاده، ۱۳۹۴)؛ تناسب نداشتن محتوای فرهنگ غربی با خانواده ایرانی؛

تحمیل و تبلیغ اندیشه‌ها و کالاهای غربی و بسط شبکه نیاز در بین اعضای خانواده؛ تغییر سبک زندگی در خانواده ایرانی؛ رواج نابهنجاری اجتماعی، انحرافات اجتماعی و حتی نابهنجاری مدنی و انتقال تجارب در این زمینه‌ها؛ کاهش احساسات و کاهش کیفیت روابط میان اعضای خانواده؛ تشدید مدگرایی و مصرف‌گرایی؛ اعتیاد به شبکه‌های مجازی و پیامدهای روحی متفاوت برای اعضای خانواده مانند افسردگی، خجالتی شدن، گوشه‌گیری و تمایل به دوری از اجتماع و کاهش اعتمادبه‌نفس؛ اختلافات زناشویی؛ رواج روابط فزاینده و روابط غیرمجاز؛ سردی بین زوج‌ها؛ اختلال‌های جنسی و روابط نابهنجار؛ و اشاعه فحشا و بی‌بندوباری‌های اخلاقی (خجیر، ۱۳۹۶).

اینستاگرام با تغییر الگوها و تصورات ذهنی، ارزش‌ها و باورهای دینی را کمرنگ و با پخش تصاویر و فیلم‌های شهوت‌انگیز از ارتباط نامشروع زنان و مردان در سطح وسیع و تکرار روابط نامشروع زنان و مردان، خیانت و بی‌غیرتی را عادی جلوه می‌دهد. همچنین با فراهم آوردن ارتباطی آسان در محیطی به ظاهر امن و ناشناخته ماندن هویت اصلی کاربران موجب می‌گردد تا افراد به راحتی و بدون هیچ محدودیتی با یکدیگر ارتباط بگیرند. ارتباط‌گیری زنان متأهل با مردان متأهل و بالعکس، ارتباط‌گیری زنان متأهل با مردان مجرد، و مردان متأهل با دختران به صورت همباشی و ازدواج سپید به شدت بر بنیان خانواده‌ها به ویژه در جامعه ایرانی-اسلامی ما تأثیرات منفی داشته و موجب ازهم‌پاشیدگی خانواده‌ها و افزایش آمار طلاق می‌گردد. این امر امنیت اجتماعی جامعه را تهدید کرده و آن را به خطر می‌اندازد (عبدالرحمانی، ۱۳۹۹).

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید برای درون و بیرون محیط نظام خانواده ایرانی دارد. در این پژوهش مهمترین نقاط قوت شبکه‌های اجتماعی برای خانواده‌ها قوی‌تر شدن پیوند بین اعضای خانواده و تقویت ارتباطات ارزان، دائمی و مناسب بین اعضای خانواده؛ حضور و مشارکت قوی اعضای خانواده در

مسائل اجتماعی و سیاسی و کمک به تکوین جامعه‌پذیری اعضای خانواده با مطلع شدن از رویدادهای پیرامون زندگی خود و کنشگری فعالانه در مقابل آن‌ها؛ افزایش اطلاعات عمومی و اختصاصی در مورد حوزه موردعلاقه خود؛ فزونی قدرت تحلیل و تقویت روحیه انتقادی اعضای خانواده بر اساس اطلاعات به‌دست‌آمده در این شبکه‌هاست.

یافته‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی می‌تواند ضمن ترمیم خلاء ارتباطی بین اعضای خانوادگی ناشی از سبک زندگی امروزی با دسترسی آسان و ارزان، باعث تقویت ارتباط بین اعضای خانواده‌هایی شود که به لحاظ جغرافیایی از هم دور هستند. به‌علاوه حضور آن‌ها در این رسانه‌ها با توجه به ویژگی تعدد و تنوع پیام و گستره جهانی آن‌ها بر اطلاعات شناخت و دانش آن‌ها نسبت به پدیده‌های پیرامون زندگیشان می‌افزاید. این امر باعث فعال شدن کنشگری و حضور اجتماعی قوی‌تر و افزایش قدرت تحلیل و تفسیر آن‌ها می‌شود.

در مقابل این نقاط قوت، رسانه‌های اجتماعی ضعف‌هایی را برای فضای درونی خانواده‌ها ایجاد می‌کنند. یافته‌ها نشان می‌دهد که مهم‌ترین این ضعف‌ها عبارتند از تطابق نداشتن ساختار شبکه‌های اجتماعی (که اغلب خارجی هستند) با فرهنگ خانواده ایرانی است، به‌گونه‌ای که تمامی سایت‌های شبکه‌های اجتماعی خارجی در طراحی خود ساختار فرهنگی جامعه غربی را پوشش می‌دهند (مثل انتخاب حوزه دوست‌یابی، روابط آزاد و بی‌قید و ...). همچنین استفاده افراطی از این فناوری‌های نوین و حضور اعتیادگونه در فضای مجازی و دور شدن از محیط واقعی خانواده از نقاط ضعف کنشگر در این شبکه‌هاست. این امر طی یک دوره زمانی باعث ایجاد فضای جدید در خانواده می‌شود که اعضاء با یکدیگر حضور و مجاورت فیزیکی دارند، اما به لحاظ ذهنی و روحی با هم فاصله دارند.

به دیگر سخن، وقتی که خانواده‌ها نسبت به استفاده بهینه از این رسانه‌های نوظهور دقت لازم را نداشته باشند، باعث تباهی فرهنگ اصیل خانواده ایرانی-اسلامی و شیوع فرهنگ سایبری ناسالم در بین فرزندان و اعضای خانواده و تغییر سبک زندگی آن‌ها می‌شود. استفاده بدون نظارت و سواد رسانه‌ای باعث تخریب ارتباطات اجتماعی اعضای خانواده نیز

می‌شود.

در کنار این نقاط قوت و ضعف در محیط داخلی خانواده، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند فرصت‌هایی برای حضور در محیط خارج از خانواده، و البته تهدیدهایی از سوی این محیط بیرونی بر خانواده و اعضایش داشته باشد.

یافته‌ها نشان می‌دهد مهمترین فرصت‌های این رسانه‌های نوظهور برای خانواده ایرانی - اسلامی، استفاده از ظرفیت آن‌ها در معرفی فرهنگ اصیل خانواده ایرانی - اسلامی و گسترش آن در بین کاربران است.

همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، این شبکه‌های اجتماعی می‌توانند مولد تهدیدهایی برای خانواده ایرانی اسلامی نیز باشند. مهمترین تهدیدها بر اساس یافته‌های تحقیق ترویج فرهنگ غیرایرانی در محتوای این رسانه‌ها و تغییر تدریجی سبک زندگی ایرانی - اسلامی خانواده‌ها، تحمیل و تبلیغ اندیشه‌ها و کالاهای غربی و بسط شبکه نیاز و به‌دنبال آن، آن ترویج روحیه مصرف‌گرایی و مدگرایی در بین اعضای خانواده است.

به لحاظ اجتماعی نیز محتوای سیاه و نابهنجار در این شبکه‌ها باعث نابهنجاری اجتماعی، انحرافات اجتماعی و حتی نابهنجاری مدنی و انتقال تجارب در این زمینه‌ها می‌شود. در حوزه اخلاقی نیز اختلال‌های جنسی و روابط نابهنجار و اشاعه فحشا، بی‌بندوباری اخلاقی و تحریک جنسی و ایجاد سکس مجازی اعضای خانواده به‌ویژه نوجوانان و جوانان را تهدید می‌کند.

پیشنهاد‌های کاربردی

با توجه به شناسایی چهار عنصر مذکور، راهبردهایی برای استفاده بهینه از این رسانه‌های نوظهور در خانواده‌ها مطرح می‌شود:

۱. در بعد زیرساخت‌ها، راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی بومی قدرتمند توسط دولت یا سمن‌های فعال در این حوزه. اگرچه اکنون برخی شبکه‌های اجتماعی در داخل کشور همانند تیبان، سروش و همراه وجود دارد، اما به لحاظ فنی و سخت‌افزاری توانایی چندانی ندارند.

۲. پیشنهاد در بعد محتوا، شامل تولید محتوای با مختصات فرهنگ ایرانی-اسلامی و ترویج نظام فرهنگی خانواده اصیل ایرانی و اسلامی و هماهنگی بین نهادهای تولید محتوا (سازمان‌های تابعه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی و موسسه تبیان، نهادهای وابسته به حوزه علمیه و...) در تولید و انتشار محتوایی که باعث ترویج و تقویت نظام خانواده می‌شود. یکی از چالش‌های اصلی در این حوزه، فقدان محتوای بومی و سلطه محتوای غربی یا به تعبیری غیرایرانی-اسلامی در فضای مجازی و به دنبال آن، شبکه‌های مجازی است که در این زمینه هم دولت و هم سازمان‌ها و نهادهای عمومی و انقلابی و هم سمن‌ها باید تلاش بیشتری کنند.

۳. در بعد حمایتی نیز دولت باید از سمن‌های فعالی که در حوزه سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و تولید محتوا در کشور فعالیت دارند، حمایت فنی، حقوقی و مالی کند. بی‌شک ساماندهی به شبکه‌های اجتماعی بومی و همه‌گیر کردن آن‌ها بدون کمک این سمن‌ها و نهادهای غیردولتی امری محتمم به شکست است. با توجه به اینکه چالش اصلی خانواده‌ها در استفاده از این رسانه‌ها در حوزه سواد رسانه‌ای است، بُعد آموزش نیز اهمیت ویژه‌ای دارد. از جمله راهبردهای مهم در این زمینه برنامه‌ریزی برای آموزش سواد رسانه‌ای و اینترنتی کاربران است که در این باره همه عوامل مانند دولت، دانشگاه، مدارس، حوزه و مساجد، رسانه‌های رسمی و... باید همت وافی داشته باشند. آموزش، سبب مصرف رسانه‌ای را در انتخاب شبکه‌ها، محتواها و تأثیرها بهینه می‌سازد. از آنجا که لازمه آموزش، پژوهش و تحقیق است، راهبردی نیز در این حوزه طراحی شده که دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌های مرتبط باید با برنامه‌ریزی دقیق به آینده‌پژوهی و سناریونویسی در این حوزه بپردازند تا در آینده بتوان در خصوص استفاده اعضای خانواده از رسانه‌های تحت وب (شبکه‌های اجتماعی). و وب ۳ و وب ۴ که در راه است، بهترین استفاده را با کمترین چالش برد.

منابع

۱. اسلوین، جیمز (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه. ترجمه عباس گلیگوری. تهران: کتابدار.
۲. اکبرزاده جهرمی، سیدجمال‌الدین؛ رضوی‌زاده، سیدنورالدین؛ شیخی، محدثه (۱۳۹۸). نقش اینستاگرام در مدیریت بدن زنان؛ مطالعه موردی زنان مناطق یک و بیست تهران. مطالعات رسانه‌های نوین، ۵ (۲۰)، ۳۷-۷۹. DOI: 10.22054/nms.2020.45410.801
۳. امیری، نجات؛ حبیب‌زاده، اصحاب (۱۳۹۴). تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس مدل swot. راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۵ (۱۷)، ۷-۳۵.
۴. انصاری، نجمه؛ نجاری، عبدالله (۱۳۹۸). آسیب‌شناسی و نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی اسلامی. سومین همایش ملی سبک زندگی و سلامت، یزد، <https://civilica.com/doc/1231712>
۵. ایسپا (۱۴۰۲). پیام‌رسان‌ها و رسانه‌های اجتماعی محبوب ایرانیان. بازیابی شده در تاریخ ۱ خرداد ۱۴۰۲ از وبسایت: <https://www.ispa.ir/Default/Details/fa/3434>
۶. بوربور حسین بیگی، مریم (۱۳۸۳). بررسی رابطه‌ی اینترنت و شکاف ارزش‌ها در بین دو نسل (مطالعه موردی کلیه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه تهران و والدین آنها). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی. دانشگاه تهران.
۷. بوربور، اکرم؛ تاجیک اسماعیلی، سمیه (۱۴۰۰). تحلیل وضعیت هویت اجتماعی زنان شهر تهران بر اساس استفاده از رسانه‌های اجتماعی و متغیرهای زمینه‌ای. رسانه، ۳۲ (۴)، ۱۳۱-۱۶۴. DOI: 10.22034/bmsp.2021.141725
۸. پورنقندی، بهزاد (۱۳۹۷). فرصت‌ها و تهدیدهای امنیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی برای دانشجویان. پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران، ۲۱ (۲)، ۸۷-۹۸.
۹. حسینی پاکدهی، علیرضا؛ محیا، بهاریان (۱۴۰۱). اهداف و انگیزه‌های بازنشر خشونت اجتماعی در فضای مجازی. مطالعات رسانه‌های نوین، ۸ (۲۹)، ۲۰۰-۲۳۷. DOI: [10.22054/nms.2022.58509.1139](https://doi.org/10.22054/nms.2022.58509.1139)
۱۰. خجیر، یوسف؛ حسین نظر، فائزه (۱۳۹۲). آسیب‌شناسی خانواده ایرانی در عرصه شبکه‌های اجتماعی مجازی. همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه‌های اجتماعی، تهران، جهاد دانشگاهی، پژوهشکده فناوری اطلاعات.
۱۱. خجیر، یوسف (۱۳۹۶). آسیب‌شناسی استفاده از شبکه‌های اجتماعی و نرم افزارهای تلفن همراه در خانواده‌های ایرانی. شواری هماهنگی اجتماعی زنان و خانواده، ۲۰ (۷۷)، ۱۰۹-۱۳۷. DOI: [10.22095/JWSS.2017.59727](https://doi.org/10.22095/JWSS.2017.59727)

۱۲. خضرنژاد، عمر (۱۳۸۹). بررسی ارزش‌های سستی - مدرن در حوزه خانواده در شهر بوکان (سال ۱۳۸۸ - ۱۳۸۹). پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی. دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی. مرکز پیام نور تهران.
۱۳. درشتی، حنا؛ شیرمحمدی، مهدی؛ ادیبی، علیرضا (۱۳۹۸). تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت نهاد خانواده. بصیرت و تربیت اسلامی، ۱۷ (۵۲)، ۱۲۳-۱۵۰. DOI: 10.22054/qjsd.2017.8425
۱۴. زمانی، مهسا؛ نوربخش، یونس؛ نایب، هوشنگ (۱۴۰۰). ارائه الگو جهت ارتقای سلامت اجتماعی از طریق شبکه‌های اجتماعی (مورد مطالعه: شبکه اجتماعی اینستاگرام). مطالعات رسانه‌های نوین، ۷ (۲۸)، ۳-۴۲. DOI: 10.22054/nms.2022.63698.1277
۱۵. صلواتیان، سیاوش؛ دولتخواه، مهدی (۱۳۹۶). تاثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی بر هویت فرهنگی دانشجویان. رسانه و فرهنگ، ۷ (۱)، ۶۷-۸۴.
۱۶. عبدالرحمانی، رضا؛ زرگر، علیرضا، سحری، امید (۱۳۹۹). بررسی تاثیر محتوای غیر اخلاقی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر امنیت اجتماعی (مطالعه موردی: شبکه اینستاگرام). مطالعات امنیت اجتماعی، ۶۳ (۶۳)، ۷۳-۹۶.
۱۷. علی اکبری، سعیده؛ صبوری خسروشاهی، حبیب (۱۳۹۷). مقایسه بین ارزش‌های والدین و فرزندان مورد (مورد مطالعه: کلیه خانواده‌های دارای فرزند ۳۰-۱۵ سال ساکن شهر تهران). مطالعات علوم اجتماعی ایران، ۱۵ (۵۶)، ۹۷-۱۳۳.
۱۸. فرقانی، محمد مهدی؛ مظفری، افسانه؛ کیهان، امیر (۱۳۹۸). نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بازتولید هویت قومی دانشجویان کرد دانشگاه‌های تهران. مطالعات رسانه‌های نوین، ۵ (۱۸)، ۹۷-۱۲۹. DOI: 10.22054/nms.2019.35922.597
۱۹. کریمی، بهزاد؛ دلاور، علی؛ فرهنگی، علی اکبر (۱۴۰۰). اینستاگرام: تجربه جدید دیدن و دیده شدن و پیامدهای آن. رسانه، ۳۲ (۱)، ۲۹-۵۱. DOI: 10.22034/bmsp.2021.132232
۲۰. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۴). جامعه اطلاعاتی: اندیشه‌های بنیادی، دیدگاه‌های انتقادی و چشم اندازهای جهانی. تهران: مرکز پژوهش‌های ارتباطات.
۲۱. مبارکی، احسان؛ شرفی، محمد (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین استفاده از ماهواره، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی و نگرش به دوستی با جنس مخالف قبل از ازدواج. مطالعات رسانه‌های نوین، ۵ (۱۸)، ۱۳۱-۱۶۶.
۲۲. نعمتی‌فر، نصرت‌الله؛ صفورایی پاریزی، محمدمهدی (۱۳۹۸). بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر حجاب و پوشش کاربران با تأکید بر ابعاد دین داری. دین و ارتباطات، ۲۶ (۵۵)، ۳۶۲-۳۶۵.

Iranian Islamic Family Values in Social Networks (With Emphasis on Instagram)

Mehdi Mahdavi Amin *

Ehsan Mostafapour (Corresponding Author)**

Abstract

Objective: This article aims to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of social networks, with a focus on Instagram, regarding values in the Iranian Islamic family, and to determine strategies for Iranian Islamic families to utilize these networks to prevent the weakening of family foundations.

Methodology: This article is based on a descriptive-analytical method and is of an applied type, conducted according to SWOT analysis.

Findings: In this part of the research, efforts have been made to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of Iranian Islamic family values in social networks, especially Instagram, using the SWOT matrix analysis method. The most important findings of this research are as follows:

Strengths include: creating opportunities to introduce and expand the authentic culture of the Iranian Islamic family among users, referring to moral values in the Iranian family, and disseminating creativity, ideas, and innovations. Additionally, families become acquainted with new information on psychology and family science, and how to deal with children. Membership in Instagram networks and channels related to the family system, strong presence and participation of family members in social and political issues, and helping to shape the socialization of family members.

Weaknesses include: destruction of family social relationships, unethical relationships, promotion of corruption, failure to take advantage of educational opportunities, and weakness in identifying social network opportunities.

* MA in development and promotion of religious culture, Department of Political Science, Shahid Mahalati Faculty, Shahid Mahalati University of Islamic Sciences, Qom, Iran. mmahdin55@gmail.com.

** Assistant Professor of Culture and Media Department, Shahid Mahalati Faculty, Shahid Mahalati University of Islamic Sciences, Qom, Iran. Mostafapour1357@yahoo.com.

Opportunities include: expansion of virtual education, development of scientific communications, and e-commerce. The experience of globalization and familiarity with new technologies provides an opportunity for proper understanding of the dimensions of social media.

Threats include: promoting non-Iranian culture and gradually changing the Iranian Islamic lifestyle, promoting consumerism and fashion trends among family members, promoting abnormal social and civil relationships, electronic addiction, reducing educational motivation, and identity crisis.

Discussion and Conclusion: Based on the identification of the four elements of SWOT analysis, strategies have been designed for optimal use of these emerging media to preserve family values in terms of infrastructure, content, support by the government, and education and research. With precise planning, we can witness the optimal use of family members of these media with minimal challenges and harms in the future.

Keywords: social networks, digital ethics, cyberspa

