



## Pathology of Iranian families With an analytical look at couple relationships on virtual pages

Samira Khatibzadeh<sup>1</sup>

1. Assistant Professor, Department of Culture and Media, Faculty of Culture and Communication, Sooreh University, Tehran, Iran. Email: [khatibzade@soore.ac.ir](mailto:khatibzade@soore.ac.ir)

### Abstract

The present research was conducted with the aim of analyzing the pathology of Iranian families in virtual space. In this research, couples' relationships on Instagram virtual pages were analyzed with an analytical view. The research is exploratory and qualitative content analysis, and the 8-step inductive Meyering method was used in the qualitative content analysis. The research community was the content of all virtual Instagram pages in the country and the sample size was the content of the top 150 Instagram pages in Iran in terms of followers, comments and likes in the period from 1/15/1400 to 2/15/1400. The results of the survey were analyzed using the qualitative method of thematic analysis and "NVivo" software, and the reliability of the coding was confirmed by the Kappa coefficient. As a result of the data analysis, 9 themes and 22 sub-themes related to couples' relationships in the family environment were identified on the Instagram platform, which are "speech", "relationships", "type of thinking", "lifestyle" and "behavior". It was counted as 9 main themes and the subtopics of "non-respect of privacy and personal privacy with public privacy", "normalization of indolence in men", "advertisement of not marrying", "advertisement of homosexuality" each received a significant frequency on popular Instagram pages.

**Keywords :** Cyberspace, Family, inter-family relationships, social networks

#### Volume info

Vol. 21  
Series: 74  
Spring 2026

#### Article Type

Research Paper

#### Article History

Received:  
02 April 2024  
Revised:  
20 October 2024  
Accepted:  
20 November 2024  
Published:  
21 April 2026

#### ISSN – E-ISSN

ISSN: 2645-4955  
E-ISSN: 2645-5269



**Cite this Paper:** Alibakhshi Z. (2026). The mediating effect of moral foundations on the relationship between structure and marital satisfaction in Tehran. Journal of The Women and Families Cultural-Educational. 21(74), 111-140



**Publisher:**  
Imam Hossein University.

The Author(s).





## آسیب‌شناسی خانواده‌های ایرانی؛ با نگاه تحلیلی به روابط زوجی در صفحات مجازی

سمیرا خطیب‌زاده<sup>۱</sup>

۱. استادیار، گروه فرهنگی و رسانه، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه سوره، تهران، ایران Email: [khatibzade@soore.ac.ir](mailto:khatibzade@soore.ac.ir)

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف آسیب‌شناسی خانواده‌های ایرانی در فضای مجازی انجام شده است. در این پژوهش با نگاهی تحلیلی به روابط زوجین در صفحات مجازی اینستاگرامی پرداخته شد. پژوهش از نوع اکتشافی و به روش تحلیل محتوای کیفی بوده و در تحلیل محتوای کیفی، از روش ۸ مرحله‌ای مایرینگ استقرایی استفاده شده است. جامعه پژوهش محتوای کلیه صفحات مجازی اینستاگرامی کشور و حجم نمونه، محتوای ۱۵۰ صفحه برتر اینستاگرام ایران از نظر دنبال‌کننده، کامنت و لایک در بازه زمانی ۱۴۰۰/۱/۱۵ الی ۱۴۰۰/۲/۱۵ بوده است. نتایج بررسی با استفاده از روش کیفی تحلیل مضمون و نرم افزار «NVivo» تحلیل شد و پایایی کدگذاری توسط ضریب موضوعی کاپا مورد تأیید قرار گرفت. در نتیجه‌ی تحلیل داده‌ها، ۵ مضمون، ۲۲ زیرمضمون در رابطه با روابط زوجین در محیط خانواده در پلتفرم اینستاگرام مورد شناسایی قرار گرفت که «گفتار»، «روابط»، «نوع تفکر و اندیشه»، «سبک زندگی» و «رفتار» به عنوان ۵ مضمون اصلی احصاء شد و زیرمضمون‌های «عدم رعایت حریم خصوصی و شخصی با حریم عمومی»، «عادی‌سازی بی‌غیرتی در مردان»، «تبلیغ ازدواج نکردن»، «تبلیغ همجنسگرایی» هر کدام فراوانی قابل توجهی در صفحات اینستاگرامی پر مخاطب به خود اختصاص دادند.

کلیدواژه‌ها: فضای مجازی؛ خانواده؛ زوجین؛ شبکه‌های اجتماعی.

سال و شماره

سال ۲۱، پیاپی: ۷۴  
بهار ۱۴۰۵

سال و شماره

مقاله پژوهشی

سابقه مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۱۴  
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۷/۲۹  
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۳۰  
تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۲/۰۱

شابا چاپی و الکترونیکی

شابا چاپی: ۴۹۵۵-۲۶۴۵  
الکترونیکی: ۵۲۶۹-۲۶۴۵



**استناد:** خطیب‌زاده، سمیرا (۱۴۰۵). آسیب‌شناسی خانواده‌های ایرانی؛ با نگاه تحلیلی به روابط زوجی در صفحات مجازی؛ فرهنگی - تربیتی زنان و خانواده؛ ۲۱(۷۴)؛ ۱۴۰-۱۱۱.

©  
نویسندگان.

ناشر: دانشگاه جامع امام حسین (ع)



OPEN ACCESS

## مقدمه

در چند دهه اخیر توسعه و پیشرفت فناوری به ویژه در زمینه شبکه‌های اجتماعی رشد چشمگیری داشته است (تمنایی فر و خنشان، ۱۴۰۲) و زندگی انسان امروز به شدت تحت تاثیر رسانه‌های نوین قرار گرفته است. این حقیقت زندگی انسان‌ها را از ابعاد مختلف اجتماعی و فرهنگی تحت تاثیر قرار داده و به حریم شخصی و خانوادگی وی نیز نفوذ کرده است (تبریزی، ۱۳۹۸: ۱۷۰). شبکه‌های اجتماعی مجازی امکانی را فراهم آورده اند که کاربران به واسطه آنها از یک سو علاقه‌مندی‌ها، افکار و عقاید خودشان را با دیگران به اشتراک بگذارند، و از سوی دیگر این شبکه‌ها بر درک و دریافت افراد از وضعیت زندگی خود در همه زمینه‌ها اعم از فرهنگی، اجتماعی و سبک زندگی تاثیر می‌گذارند (دوله و همکاران، ۱۳۹۶: ۱). شبکه‌های اجتماعی را باید گونه‌ای جدید از رسانه‌های اجتماعی بدانیم که امکان دستیابی به نحوه‌ی جدیدی از ارتباط و به اشتراک‌گذاری پیام را در اینترنت فراهم آورده‌اند (سیفی پور، ۱۳۹۶: ۳۹). در شبکه اجتماعی مجازی ارتباط افراد و سازمان‌ها و یا گروه‌ها رو در رو و بدون واسطه نیست بلکه به ایزاری به نام اینترنت بستگی دارد (جوادیان، ۱۳۹۰: ۹۲). یکی از مضرات استفاده از شبکه‌های اجتماعی، اعتیاد پیدا کردن به آنهاست. آن‌چنان که در بین ۴۷ میلیون کاربر فضای اینترنتی در آمریکا، ۲ تا ۵ میلیون نفر از آنان به شدت مبتلا به اعتیاد اینترنتی بوده و با مشکلات و آسیب‌های زیادی دست و پنجه نرم می‌کنند (اکبری و مینا اکبری، ۱۳۹۱: ۱۰۰). نتایج پژوهش‌های صورت گرفته در کشور بیانگر آن است که مخاطبان اصلی اینترنت و رسانه‌های نوین جوانان هستند. بر اساس نظرسنجی انجام شده، ۷۳/۶ درصد ایرانیان بالای ۱۸ سال از شبکه اجتماعی استفاده می‌کنند که در این بین ۴۵/۳ درصد ایرانیان از اینستاگرام بهره می‌گیرند. (تارنمای ایسپا، ۴ اسفند ۱۳۹۹) این آمارها موید آن است که خانواده ایرانی زمان بسیاری را در شبکه‌های اجتماعی و بخصوص اینستاگرام صرف می‌کند و در طول ساعات شبانه روز در معرض پیام‌های رسانه‌ای بسیاری قرار می‌گیرند. علی‌رغم دسترسی آسان و سریع بیشتر خانواده‌ها بخصوص زوجین به رسانه‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی و همچنین وقت بسیار فراوانی که مخاطبان در این فضا سپری می‌کنند به دلیل مجهز نبودن به دانش و سواد رسانه‌ای لازم، همچنین عدم فرهنگ‌سازی صحیح در استفاده درست و مناسب از فضای مجازی و رسانه‌های نوین تاثیر شگرف آنها بر روندهای

جاری جامعه ملموس و مشخص است. که از جمله آنها می توان به جایگزین شدن الگوپذیری مجازی در مقابل الگوپذیری از طرف خانواده اشاره کرد (دوله و همکاران، ۱۳۹۶:۲).

اینستاگرام امروزه به یکی از محبوب ترین شبکه های اجتماعی در بین مردم سراسر جهان تبدیل شده است. این سرویس قابلیت ها و خدمات متنوعی را در اختیار کاربران قرار می دهد و تاکنون نظر بسیاری از مردم جهان را به خود جلب کرده است. مجله Omnicoreagency آماری از تعداد کاربران اینستاگرام در سال ۲۰۲۰ منتشر کرده است که نکات جالبی را در خصوص این شبکه اجتماعی نشان می دهد. آمار فوق نشان می دهد که جایگاه تعداد کاربران ایرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام، هشتم است و یک پله بعد از ژاپن و البته یک پله پیش از کاربران کشور انگلستان قرار گرفته است. مطابق با آخرین آمار ایسپا، طی سال ۱۴۰۲ اینستاگرام با ۴۶ میلیون کاربر ثبت نامی و ۳۱ میلیون کاربر فعال در رتبه اول شبکه های اجتماعی در ایران قرار دارد (تارنمای ایسپا، ۱۴۰۲). بر اساس آمارهای معتبر اعلام شده از منابع رسمی، زنان سهم ۳۱ درصدی از کاربران پلتفرم اینستاگرام دارند و مردان ۲۱ درصد از کاربران این پلتفرم اجتماعی را به خود اختصاص می دهند (روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۴۰۲).

همه گیر شدن عضویت و فعالیت در شبکه های اجتماعی بخصوص اینستاگرام، این نگرانی را به وجود آورده که کاربران مجازی به مرور از ارتباطات در فضای واقعی فاصله بگیرند. این وضعیت ممکن است تاثیر منفی بر روابط آنها با افراد نزدیک خود، از جمله ارتباط زوجین داشته باشد (خوش اخلاق و همکاران، ۱۴۰۰).

خانواده سازنده معناست (اوج و همکاران، ۱۴۰۳) وقتی کارکردهای خانواده از قبیل کارکردهای زیستی، اجتماعی، شناختی و عاطفی، یکی پس از دیگری آسیب ببیند، اعضای آن به تدریج احساس رضایتمندی خود را از دست می دهند. کاهش تدریجی رضایتمندی اعضای خانواده، ابتدا موجب گسست روانی، عاطفی و اجتماعی و سپس جدایی و آسیب های اجتماعی همچون طلاق می شود (واعظی، ۱۳۹۴). این مساله همچنین، کاهش روابط کلامی و عاطفی میان زن و شوهر و ناتوانی آنها برای ایجاد فضای گفتگو را سبب می شود؛ چنین شرایطی ممکن است سبب احساس تنهایی و گرایش افراطی به فضای مجازی گردد (همان). این پدیده، از مشکلات جدید خانواده ها در عصر شبکه های اجتماعی است که بررسی آن از اهمیت بسزایی برخوردار است (پاک خصال و همکاران، ۱۳۹۶:۱۲۹). نتایج

پژوهش‌ها بیانگر آن است که یکی از عوامل ایجادکننده تعارضات زناشویی، استفاده بیش از حد از شبکه‌های مجازی است. شبکه‌های مجازی می‌تواند ارزشهای خانواده را دچار بحران کند. (همان) در سالهای اخیر درباره علل و عوامل مؤثر بر طلاق به وفور به مسائلی چون نبود اعتماد ناشی از افترا، تهمت، بدبینی، سوءظن و یا سردی و کاهش اعتماد میان زوج‌ها اشاره شده است که فضای مجازی به افزایش این عوامل دامن می‌زند (رودریگس<sup>۱</sup> و همکاران ۲۰۱۶). گزارش‌ها نشان می‌دهد که برقراری روابط زیاد و بدون مرز در شبکه‌های مجازی به اعتماد میان زوج‌ها آسیب جدی وارد کرده و اختلافات زناشویی، جدایی و حتی طلاق را موجب شده است (شجاعی، ۱۳۹۶: ۳۸). در سده بیست و یکم شبکه‌های اجتماعی یکی از عواملی هستند که سبب آشفته‌گی تعهدات میان زوجین شده اند (چانج و چن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸).

بی‌تردید تربیت و پرورش نسل کنونی و آینده در خانواده شکل می‌گیرد. لذا یکی از مسئله‌های مهم و اساسی و دغدغه انجام این تحقیق آن است که آیا محتوای فرهنگی که در فضای مجازی تولید و به خانواده ایرانی عرضه می‌شود با فرهنگ، ارزش‌ها، آداب و رسوم، باید و نباید‌های بومی کشورمان، و در یک کلام «سبک زندگی ایرانی - اسلامی» همخوانی لازم را دارد یا خیر.

با توجه به آنچه که گفته شد به نظر می‌رسد که مدیریت این فضای عظیم و پیچیده ابتدا نیازمند شناسایی درست این فضا و سپس سیاستگذاری، برنامه‌ریزی، نظارت دقیق، صحیح و سنجیده است. لذا شناخت آسیب‌های موجود فضای مجازی بر خانواده ایرانی آن هم با رویکرد مهم «روابط زوجین» از اهداف این پژوهش است.

در مطالعات و پژوهش‌هایی که به روش کیفی انجام می‌شود معمولاً چارچوب نظری نداریم. از آنجا که این پژوهش نیز به روش تحلیل محتوای کیفی انجام شده است و روش آن اکتشافی است لذا نمی‌توان به چارچوب نظری خاصی وفادار باقی ماند. ولی نظریه‌هایی که بدان اشاره می‌شود می‌تواند به عنوان چراغ راهنما در این پژوهش مورد استفاده قرار گیرد.

1 -Rodrigues, D. Lopes, D., Pereira M.

2- Chang, H., & Chen, S.W

مک‌کامبز و شاو<sup>۱</sup> (۱۹۷۲) واضعان نظریه برجسته‌سازی می‌گویند رسانه‌ها در انتقال پیامها نوعی اولویت یا برجسته‌سازی به وجود می‌آورند.

این نظریه تاثیر رسانه‌ها را در رفتار محدود می‌کند، اما با برجسته‌سازی برخی از موضوعات می‌تواند بر اطلاعات مخاطبان تاثیر بگذارد (شیخ انصاری، ۱۴۰۰: ۶۹).

نظریه برجسته‌سازی مدعی تاثیر رسانه‌ها بر شناخت و نگرش مردم و تعیین اولویت‌های ذهنی آنان از طریق انتخاب و برجسته‌سازی بعضی از موضوعات و رویدادها در قالب خبر و گزارش خبری است. به این معنا که رسانه‌ها با برجسته ساختن بعضی از موضوع‌ها و رویدادها، بر آگاهی و اطلاعات مردم تاثیر می‌گذارند. گرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مردم «چگونه» بیندیشند، اما می‌توانند تعیین کنند که «درباره چه» بیندیشند. منظور از برجسته‌سازی رسانه‌ها این است که رسانه‌ها، به ویژه در اخبار و گزارش‌های خبری و برنامه‌های مستند، این قدرت را دارند که توجه عموم را به مجموعه‌ای از مسائل و موضوعات معین و محدود معطوف سازند و از مسائل و موضوعات دیگر چشم‌پوشی کنند. حاصل کار این می‌شود که بعضی از مسائل خاص توسط بسیاری از مردم در سپهر عمومی و خارج از قلمرو رسانه‌ها به بحث گذاشته می‌شود، درحالی که به مسائل و موضوعات دیگر توجه نمی‌شود (سالیوان<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۵).

مک‌کامبز و شاو (۲۰۱۹) واضعان نظریه برجسته‌سازی، در مقاله کارکرد برجسته‌سازی مطبوعات، می‌نویسند: «رسانه‌ها در قالب گزارش‌های خبری، به طور قابل ملاحظه‌ای اهمیت موضوع‌های مهم را تعیین می‌کنند. این تاثیر وسایل ارتباط جمعی - قابلیت اثرگذاری بر تغییر شناخت و ادراک مخاطبان و ساخت تفکر آنان - کارکرد برجسته‌سازی وسایل ارتباط جمعی نامیده می‌شود. مهم‌ترین تاثیر ارتباط جمعی در اعمال این کارکرد، ایجاد نظم فکری [برای مخاطبان] و نظم دادن به دنیای پیرامون ماست. رسانه‌ها ممکن است در این که به ما بگویند چگونه فکر کنیم، موفق نباشند؛ اما آن‌ها در گفتن این که درباره چه چیزی فکر کنیم، بسیار موفق هستند» (مک‌کامبز و شاو<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹).

1- McCombs, M., & Shaw, D.

2 - Sullivan, T., & Hartley, J., & Saunders, D.

3 - McCombs, M.E., & Shaw, D.L.

سورین و تانکارد<sup>۱</sup> (۱۳۹۵) نشان دادند که رابطه‌ای بسیار قوی میان تأکید رسانه‌ها بر موضوعات مختلف مبارزه سیاسی و قضاوت رأی دهندگان در مورد برجستگی و اهمیت موضوعات مختلف مبارزه وجود دارد. مفهوم برجسته‌سازی را نباید صرفاً به مفهوم اولویت‌گذاری به معنی انتخاب و اولویت‌بندی از موضوع‌ها و رویدادها در رسانه‌ها در قالب تیتراژ مطبوعات یا عناوین اول اخبار رادیو و تلویزیون تقلیل داد. برجسته‌سازی فراتر از اولویت‌گذاری و دارای شیوه‌ها و پیچیدگی‌های خاص خود است (سورین و تانکارد، ۲۰۱۵).

نظریه استفاده و رضامندی ضمن پذیرش فرض انتخاب‌گری مخاطب و آگاهی او از دلایل مصرف رسانه‌ای خویش، نقطه عزیمت خود را، نه مطالعه نیت تولیدکنندگان این رسانه‌ها و نه ساختار متون رسانه‌ها، بلکه بررسی انگیزه‌ها و نیت‌های مصرف‌کنندگان رسانه‌ها قرار می‌دهد. این رویکرد نظری به بررسی این امر می‌پردازد که مردم چگونه از رسانه‌ها استفاده و چه نوع رضایتی را جستجو و از رسانه دریافت می‌کنند (ویمر و دومینیک<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹). فرض اصلی الگوی استفاده و خشنودی این است که مخاطبان، کم و بیش به صورت فعال به دنبال محتوایی هستند که بیشترین خشنودی را فراهم کند. درجه این خشنودی، بستگی به نیازها و علاقه‌های فرد دارد.

افراد هر قدر بیشتر احساس کنند که محتوای واقعی، نیاز آنان را برآورده می‌کند، احتمال اینکه آن محتوا را انتخاب کنند، بیشتر است. این مسئله را بلامر و کاتر<sup>۳</sup> در الگوی خود ارائه کرده‌اند. الگوی استفاده و رضامندی، به نیاز مخاطب و محیط یا زمینه‌های اجتماعی که شکل دهنده رفتار ارتباطی او هستند، توجه می‌کند. در این الگو، نیازها و انگیزه‌ها از عناصر اصلی خواننده می‌شوند (ویندال و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۶).

نمونه‌ای از پژوهش‌های صورت گرفته در عرصه داخلی و خارجی به قرار ذیل است. امین همایون و همکاران (۱۴۰۱) به این نتیجه رسیدند که الگوهای ارتباطی خانواده، سبک‌های والدگری و شایستگی اجتماعی، می‌تواند بر وابستگی به شبکه‌های مجازی اثر بگذارد. رونقی (۱۴۰۱) نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارزش‌ها، احساسات، شناخت و ارتباطات نامتعارف میان افراد تاثیر می‌گذارد. همچنین میزان و مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر

1- Severin W. , & Tankard, J

2- Wimmer, R , & Dominik, J

3- Blumer , A , & Katz , M

4- Vindal, S , & et al

تعاملات اعضای خانواده تأثیرگذار خواهد بود. رضایی پور و غفاری (۱۴۰۰) نشان دادند بین شیوه‌های فرزندپروری و الگوهای ارتباطی خانواده با اعتیاد به اینترنت و فضای مجازی رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین بین سبک‌های فرزندپروری سهل‌گیرانه و استبدادی رابطه مثبت و معنادار و بین سبک فرزندپروری قاطع با اعتیاد به اینترنت رابطه منفی و معناداری وجود دارد. رضوانی و پریش (۱۴۰۰) به این نتیجه رسیدند که رایج شدن فعالیت افراد در فضای مجازی، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی معمولاً آسیب‌هایی را برای آن‌ها به همراه دارد که می‌توان از مشکلات روحی - روانی، مشکلات رفتاری، مشکلات فرهنگی - اجتماعی، مشکلات جسمانی، مشکلات اخلاقی - مذهبی به عنوان شاخه‌های اصلی آسیب‌ها بر روابط خانواده‌ها نام برد که هر یک دارای زیرشاخه‌های فرعی متعددی هستند. تیلر<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) با پژوهشی که در انگلیس انجام داد به این نتیجه رسید که به دلیل استفاده از رسانه‌های نوین تعداد بسیاری از افراد در جهان قابلیت ارتباط و تعامل با همدیگر را به دست آورده‌اند اما از سویی دچار احساس ترس از برای از دست دادن هویت ملی و دینی خودشان هستند. لانگ و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۷) در پژوهشی در کشور چین نشان دادند استفاده از رسانه‌های نوین بر چهار مولفه مهم و تأثیرگذار هویت اثر قابل توجهی داشته و روش‌های بدیعی از سبک زندگی را در میان جوانان به همراه داشته است.

درباره موضوع فضای مجازی و خانواده پژوهش‌های متعددی انجام گرفته است. مرور پیشینه و ادبیات موضوع نشان می‌دهد که پژوهش‌های عنوان شده در این حوزه به بررسی موضوع ارتباط فضای مجازی با مقولاتی همچون هویت، اعتماد، امنیت، قدرت نرم، نوع پوشش پرداخته‌اند و پژوهش‌هایی که دو مضمون فضای مجازی و فرهنگ و سبک زندگی را مورد مطالعه قرار داده‌اند صرفاً پیامدهای گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی را بر فرهنگ و سبک زندگی مورد ارزیابی قرار داده‌اند. به نحوی که ارزیابی‌های انجام شده نشان داد که تحقیقات در زمینه فضای مجازی در ایران اغلب شامل اعتبارسنجی‌های فنی، شیوه‌های ایجاد اعتماد در مخاطبان فضای مجازی و جنبه‌های زیبایی‌شناسانه، آن هم به پیروی از الگوهای دیگر کشورها بوده است؛ اما وجه تمایز پژوهش حاضر از آن جهت است که امروز آسیب‌های فضای مجازی به خصوص سکوی اینستاگرام بر خانواده ایرانی به نحوی بوده است که متأسفانه دچار تعارضات و اختلافات شدید در

1- Taylor , T.

2- Long, J. & et al.

روابط زوجین هستیم. روابط مهم زوجین در بسیاری از خانواده‌ها دچار تضعیف و گاهی با شکست مواجه شده و این آسیب معضل‌های زیادی از جمله طلاق و حتی طلاق عاطفی را گریبانگیر جامعه نموده‌است. غفلت از این آسیب‌ها و عدم شناخت و تضعیف روابط زوجین حتی در تربیت فرزندان نیز تاثیرگذار خواهد بود. لذا آسیب‌شناسی خانواده‌های ایرانی در صفحات مجازی آن هم با نگاه تحلیلی به روابط زوجین از اهداف مهم و راهبردی این پژوهش است. این پژوهش به دنبال آن است که بداند وضعیت موجود خانواده ایرانی در صفحات مجازی اینستاگرام با نگاه به روابط زوجین چگونه است؟

## روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر به روش تحلیل محتوای کیفی و از نوع اکتشافی است و معمولاً در این گونه پژوهش‌ها، پژوهشگران به دنبال کشف فرایندهای بسیار جدید و بنیادی است. هستند. این پژوهش در اجرای خود به بررسی محتوای رسانه‌های مجازی پرداخت. بررسی محتوای رسانه‌های مجازی در این پژوهش به روش تحلیل محتوای کیفی انجام شد. از آنجا که بر اساس آمارهایی که ارائه شد بخش قابل توجهی از مخاطبان ایرانی در اینستاگرام هستند، لذا در بررسی محتوای فضای مجازی کشور از بین رسانه‌های مجازی موجود، پلتفرم «اینستاگرام» انتخاب شد. در این بخش از پژوهش، پربازدیدترین و وسیع‌ترین صفحات اینستاگرام در بازه زمانی یک ماهه ۱۴۰۰/۰۱/۱۵ الی ۱۴۰۰/۰۲/۱۵ بر اساس آمار دقیق شناسایی و با اولویت‌های ذیل بررسی شدند.

- ۵۰ صفحه برتر اینستاگرام در ایران از نظر دنبال‌کننده<sup>۱</sup>

- ۵۰ صفحه برتر اینستاگرام در ایران از نظر دیدگاه (نظر)<sup>۲</sup>

- ۵۰ صفحه برتر اینستاگرام در ایران از نظر تایید<sup>۳</sup>

1- Follower  
2- Comment  
3- Like

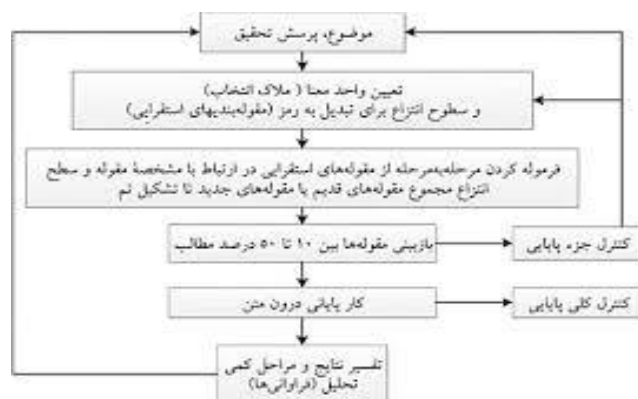
روش تحقیق تحلیل محتوای کیفی بوده و در تحلیل محتوای کیفی، از روش ۸ مرحله‌ای مایرینگ<sup>۱</sup> استقرایی استفاده شد. ابزار مهم و کلیدی در روش «تحلیل محتوا»، نظام مضمون‌ها است. در این روش کدبندی برای هر واحد از تحلیل صورت می‌گیرد. در روش تحلیل محتوا، مضمون همان تعریف عملیاتی شده عناصر متن است. لازم به ذکر است مضمون‌های احصاء شده از متن بایستی مانع‌الجمع بوده و در عین حال کامل باشند (محمدپور، ۱۳۹۲: ۱۴۱).

در نمودار شماره ۱ تصویری از مدل مایرینگ به نمایش درآمده است. در این پژوهش و با استفاده از روش مایرینگ گذاشتن رمز و به دنبال آن مضمون‌بندی محتوا از طریق تحلیل محتوای کیفی بدون داشتن هیچ پیشینه تئوری و فرضیه اولیه، به صورت کاملاً همزمان با خوانش متن‌ها و مطالب و محتوای صفحات اینستاگرامی شروع شد. همچنین با در نظر گرفتن موضوع پژوهش، مرحله به مرحله واحد معنا تعیین و با فشرده‌سازی آن تا تعیین رمز به پیش رفتیم. اگر زمینه‌های مشترکی در واحدهای معنا یافتیم، رمزها با هم ادغام شده تا بدین وسیله مضمون‌ها از دل آنها مشخص شود. در پایان کار مفهوم کلی که در نتیجه جمع‌بندی همین مضمون‌های بدست آمده حاصل شد. حفظ پایایی، بازبینی اطلاعات و محتواها در دو مرحله انجام شد. مرحله اول زمانی زمانی که ده تا ۵۰ درصد مضمون‌بندی‌ها کامل شده و مرحله دوم و پایانی در انتهای کار انجام شد.

نمونه‌گیری یا همان انتخاب موارد در این پژوهش با انتخاب پربازدیدترین صفحات اینستاگرام و از جامعه آماری به روش تصادفی ساده و بر اساس آمار دقیق انجام شد. برای رسیدن به یک چارچوب نسبتاً جامع و تجزیه و تحلیل اطلاعات و داده‌های به دست آمده از رصد فضای مجازی، از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده شدند و طی آن همه اطلاعات به صورتی نظام یافته و به دقت مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و مفاهیم و مضمون‌ها و زیر مضمون‌های مهم آن شناسایی شدند. این تحقیق به جهت بررسی و تحلیل داده‌های حاصل از پژوهش از روش هشت مرحله‌ای مایرینگ استفاده کرد (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰). در روش تحلیل محتوای کیفی نام «فیلیپ مایرینگ» جایگاه خاص و ویژه‌ای دارد. اثر وی در رابطه با پیامدهای اجتماعی- روانی بیکاری که در دهه ۸۰ انجام

1- Myring

شد، اولین ادبیات استاندارد و روشمند در این زمینه محسوب می‌شود و بسیاری از تحقیقاتی که با این روش صورت پذیرفته به نحوی از روش وی الهام گرفته شده‌است (همان).



نمودار ۱. مدل مرحله کاربرد مقوله استقرایی مایرینگ (Eman & Nushadi, 2012)

حجم نمونه در این تحقیق، محتوای ۱۵۰ صفحه اینستاگرام بوده است. در این پژوهش، برترین صفحات اینستاگرام در بازه زمانی یک ماهه ۱۴۰۰/۱/۱۵ الی ۱۴۰۰/۲/۱۵ بر اساس آمار دقیق شناسایی و با اولویت‌های: ۵۰ صفحه برتر اینستاگرام در ایران از نظر کامنت و ۵۰ صفحه برتر اینستاگرام در ایران از نظر لایک مورد بررسی قرار گرفت. به منظور ثبت داده‌ها، بعد از بررسی و رصد محتوای شبکه اجتماعی اینستاگرام یادداشت‌برداری دقیق صورت گرفت. سپس داده‌های گردآوری شده مرتب شده، در قالب فایل ورد در آمد و برای انجام تحلیل، کدگذاری شد. پس از بررسی کامل ۱۵۰ صفحه اینستاگرامی در بازه زمانی مشخص، تعداد ۴۲۰ کدگذاری صورت گرفت (مجموع تعداد گره‌ها در نرم افزار NVivo) روند تشخیص و شناخت کدها به شیوه رفت و برگشتی بود. در شروع کار با بررسی ادبیات موضوع تحقیق، مفاهیم اولیه مرتبط با موضوع تحقیق احصا گردیده و در مرحله بعد با نگاه مو شکافانه به فضای پلتفرم اینستاگرام در داخل کشور و بوجود آمدن مفاهیم جدید و البته جزئی و دقیق‌تر، به ادبیات تحقیق رجوع شد تا بتوان برای موضوعات رصد شده در فضای رسانه ای کشور معادل سازی کرد. با این شیوه رفت و برگشت از ادبیات تحقیق به محتوای رصد شده از رسانه‌ها و از محتوای رصد شده به ادبیات تحقیق، در نهایت ۵۱۲ کد شناسایی گردید.

بعد از کدگذاری متن‌ها اقدام به تفسیر و تحلیل، ادغام و تلفیق کدها در قالب مفاهیم شد. در این مرحله، کدهای شناسایی شده براساس میزان تشابه مفهومی، دسته‌بندی شده و از ترکیب آنها ۲۸ زیرمضمون احصاء گردید. این زیرمضمون‌ها در نرم افزار به شکل گره آزاد نمایان می‌گردند. در مرحله پایانی مفاهیم شناسایی شده در قالب مضمون‌ها و زیرمضمون‌ها دسته‌بندی شدند. در نرم افزار NVivo مضمون‌های اصلی و زیر مضمون‌ها به شکل گره درختی به نمایش در می‌آیند. چرخه مذکور تا زمانی جریان دارد که همه مفاهیم، به مضمون‌های مرتبط اختصاص پیدا کرده باشند. بعد از اختصاص مفاهیم به زیرمضمون‌ها و دسته‌بندی زیرمضمون‌ها در قالب مضمون‌ها، به جهت حصول اطمینان چرخه یاد شده به دفعات بازنگری می‌شود. در حقیقت، مضمون و زیرمضمون‌ها چندین بار مورد بررسی و پالایش قرار گرفته و در برخی موارد جداسازی، تلفیق و یا در نهایت حذف یا اضافه می‌شوند.

چرخه مذکور سرانجام به یک نقشه‌ی مضمونی قابل قبول از داده‌ها، احصاء شد. این نقشه‌ی مضمونی شامل ۵ مضمون اصلی و ۲۸ زیرمضمون است. که در جداول ۶ تا ۱۰ به نمایش درآمده است.

جدول فهرست ۱۵۰ صفحات اینستاگرامی برتر کشور به قرار ذیل است:

جدول ۱. صفحه برتر اینستاگرام در ایران از نظر دنبال کننده

کد صفحه	دنبال کننده	نام صفحه	کد صفحه	دنبال کننده	نام صفحه
۲۵	3606445	rezaattaran	۱	8641447	mahnaz_afshar
۲۶	3589345	angelicarazavi	۲	8385261	rambodjavan1
۲۷	3565456	mohamadaminakarimpor	۳	7820721	hassan_reyvandi
۲۸	3540410	shahaab_hosseini	۴	7606745	behnoosh_bakhtiari
۲۹	3440505	mehraveee	۵	6891136	radiojavan
۳۰	3023568	baharehrahnamaoriginal	۶	6719133	elnazshakerdoost
۳۱	3010958	sardar_azmoun	۷	6445181	rezagolzar
۳۲	2815795	nasrinmoghanloo	۸	6195761	saharghoreyshiofficialpage
۳۳	2779912	mahlaghajaberi	۹	5951686	donya
۳۴	2764217	nikkarimi	۱۰	5897262	behnooshtabatabai

آسیب‌شناسی خانواده‌های ایرانی؛ با نگاه تحلیلی به روابط زوجی در صفحات مجازی

کد صفحه	دنبال کننده	نام صفحه	کد صفحه	دنبال کننده	نام صفحه
۳۵	2757674	babakjahanbakhshoriginal	۱۱	5685961	golfarahani
۳۶	2659545	erfanalirezai	۱۲	5440927	taraneh_alidoosti
۳۷	2637910	sooriland	۱۳	5300395	negin_mirsalehi
۳۸	2632570	mohsen.tanabandeh	۱۴	5214425	armintwoafm
۳۹	2608977	khande20	۱۵	4442330	bbcpersian
۴۰	2561350	khamenei_ir	۱۶	4411727	bahramradan
۴۱	2518967	sj_razavian	۱۷	4399569	parvizparastouei
۴۲	2489507	perspolis	۱۸	4361471	ebi
۴۳	2485310	sootihaye_bahale_irani	۱۹	4181393	aliiniikarimi8
۴۴	2477759	parinazizadyar	۲۰	4127353	alidaei
۴۵	2435061	hadis_h70	۲۱	4043475	yastunes
۴۶	2400551	soroush.jamshidy	۲۲	4034167	realshadmehr
۴۷	2389241	pouriapoursorkh	۲۳	3883598	manotoofficial
۴۸	2344440	houman_seyedi	۲۴	3728517	tohi
۵۰	2299079	masih.alinejad	۴۹	2303862	sadaftaheriann

جدول ۲. صفحه برتر اینستاگرام در ایران از نظر کامنت

کد صفحه	تعداد کامنت	نام صفحه	کد صفحه	تعداد کامنت	نام صفحه
۱۲۶	2287709	behnoosh_bakhtiari	۱۰۱	15055749	manotoofficial
۱۲۷	2287108	sinavaliollah	۱۰۲	12633737	digikalacom
۱۲۸	2252075	ebi	۱۰۳	12398379	masih.alinejad
۱۲۹	2232631	perspolis	۱۰۴	11687400	donya
۱۳۰	2214847	elnazshakerdoost	۱۰۵	10632797	khamenei_ir
۱۳۱	2210586	palange_ironi	۱۰۶	10162429	bbcpersian
۱۳۲	2196750	tohi	۱۰۷	9871294	esteghlal
۱۳۳	2148827	kurdish_world_singers	۱۰۸	9005708	amadnews.official
۱۳۴	1862405	armintwoafm	۱۰۹	8921846	rambodjavan1
۱۳۵	1842563	sadaftaheriann	۱۱۰	6655268	radiojavan
۱۳۶	1833452	salome.seyednia	۱۱۱	4452742	manotostage

نشریه فرهنگی - تربیتی زنان و خانواده

کد صفحه	تعداد کامنت	نام صفحه	کد صفحه	تعداد کامنت	نام صفحه
۱۳۷	1788700	khatamy	۱۱۲	4232104	rezagolzar
۱۳۸	1757685	sasy	۱۱۳	4173843	behtarine_roz
۱۳۹	1747591	zehn_khalagh	۱۱۴	3624643	90tv.official
۱۴۰	1732984	babakjahanbakhshoriginal	۱۱۵	3581634	perspolisfc.fans
۱۴۱	1715331	sirvankhosravi	۱۱۶	3454437	hrouhani
۱۴۲	1619049	esteghlal.fc.official	۱۱۷	3414595	fars_news
۱۴۳	1606607	hashiyeh_plus	۱۱۸	2873700	mohamadaminakarimpor
۱۴۴	1493407	textclub	۱۱۹	2772269	mehrab_ghasemkhani
۱۴۵	1455498	erfanalirezai	۱۲۰	2724781	you.clip
۱۴۶	1375310	hashiyeh	۱۲۱	2676677	farhaddddd
۱۴۷	1361099	realshadmehr	۱۲۲	2562667	danestani_pezeshki
۱۴۸	1218095	zhuaan	۱۲۳	2449177	hassan_reyvandi
۱۴۹	1215543	mahnaz_afshar	۱۲۴	2429772	khabarnewspaper
۱۵۰	15055749	manotoofficial	۱۲۵	2402595	negin_mirsalehi

جدول ۳. صفحه برتر اینستاگرام در ایران از نظر لایک

کد صفحه	تعداد لایک	نام صفحه	کد صفحه	تعداد لایک	نام صفحه
۱۳۶	79,747,143	danestani_pezeshki	۱۵۱	466,077,864	esteghlal
۱۳۷	79,484,088	realshadmehr	۱۵۲	433,209,772	manotoofficial
۱۳۸	77,617,483	khabarnewspaper	۱۵۳	422,921,916	radiojavan
۱۳۹	74,412,893	kurdish_world_singers	۱۵۴	338,109,461	khamenei_ir
۱۴۰	73,245,213	elnazshakerdoost	۱۵۵	333,019,947	negin_mirsalehi
۱۴۱	70,743,069	danestani_rooz	۱۵۶	323,879,059	masih.alinejad
۱۴۲	67,892,222	tohi	۱۵۷	310,247,628	perspolisfc.fans
۱۴۳	64,962,195	behnoosh_bakhtiari	۱۵۸	310,084,229	bbcpersian
۱۴۴	63,768,077	textclub	۱۵۹	293,979,282	rambodjavan1
۱۴۵	62,253,708	mohamadaminakarimpor	۱۶۰	254,060,626	90tv.official
۱۴۶	60,322,089	zhuaan	۱۶۱	215,505,635	perspolis
۱۴۷	58,402,713	sadaftaheriann	۱۶۲	195,477,544	amadnews.official
۱۴۸	55,344,007	sardar_azmoun	۱۶۳	174,679,809	hassan_reyvandi

کد صفحه	تعداد لایک	نام صفحه	کد صفحه	تعداد لایک	نام صفحه
۱۸۹	52,569,998	salome.seyednia	۱۶۴	149,980,601	rezagolzar
۱۹۰	51,222,393	arooseroooya_official	۱۶۵	142,366,021	behtarine_roz
۱۹۱	44,683,550	mahnaz_afshar	۱۶۶	110,449,865	ebi
۱۹۲	44,193,830	armintwoafm	۱۶۷	106,313,470	fars_news
۱۹۳	37,856,296	hrouhani	۱۶۸	97,074,809	you.clip
۱۹۴	37,109,044	parvizparastouei	۱۶۹	93,360,506	mehrab_ghasemkhani
۱۹۵	36,509,489	neda.jenabb	۱۷۰	92,897,664	khatamy
۱۹۶	35,963,344	ehsankhajeamiri	۱۷۱	92,264,838	3kansbartar
۱۹۷	35,288,666	zahn_khalagh	۱۷۲	86,141,841	shakira
۱۹۸	35,000,490	hashiyeh_plus	۱۷۳	85,919,075	esteghlal.fc.official
۱۹۹	34,154,672	aliakbaraeipour.ir	۱۷۴	84,130,055	aliiiiiiiiikarimi8
۲۰۰	33,980,159	yastunes	۱۷۵	80,845,475	babakjahanbakhshoriginal

## یافته‌های پژوهش

جهت دستیابی به یافته‌های پژوهش محقق اقدام به احصاء مضمون، زیرمضمون‌ها از بررسی ۱۵۰ صفحه برتر اینستاگرامی کشور نمود و سپس مصادیق و فراوانی‌ها نیز از مضمون‌ها و زیرمضمون‌های شناسایی و احصاء شد. محتوای ۱۵۰ صفحه اینستاگرامی که اسامی آنها در جداول بالا ذکر شد مورد بررسی قرار گرفت و مضمون‌ها و زیرمضمون‌های آنان شناسایی و جدول بندی شدند.

## مضمون‌ها و زیرمضمون‌های بررسی صفحات اینستاگرامی

### مضمون اول: گفتار زوجین در فضای مجازی

مضمون اول «گفتار زوجین در فضای مجازی» با ۳ زیرمضمون (مضمون فرعی) شناسایی شد که مصادیق آنها در جدول شماره ۴ آمده است.

جدول ۴. مضمون و زیرمضمون‌های محتوای صفحات اینستاگرامی (گفتار زوجین در فضای مجازی)

مضمون	زیرمضمون	مصادیق
-------	----------	--------

مضمون	زیرمضمون	مصادق
گفتار زوجین درفضای مجازی	منفی	آسیب‌پذیری مردان در زندگی زناشویی
گفتار زوجین درفضای مجازی	منفی	کد ۶۴ متن زیر را منتشر می‌کند و می‌نویسد: شوهری یک پیامک به همسرش ارسال کرد: سلام من امشب دیر میام خونه، لطفا همه لباس‌های کثیف من رو بشور و غذای مورد علاقه ام را درست کن... ولی پاسخی نیومد! پیامک دیگری فرستاد: راستی یادم رفت بهت بگم که حقوقم اضافه شده و آخرماه میخوام برات یه ماشین بخرم. همسر: وای خدای من! واقعا؟ شوهر: نه میخواستم مطمئن بشم که پیغام اولم به دستت رسیده یا نه!!! این متن را 129,663 نفر دیده اند.
گفتار زوجین درفضای مجازی	مثبت	کد ۹۳ در اهمیت گفتگوی محبت‌آمیز با همسر متن زیر را منتشر می‌کند: #خانومه‌ها_بخوانند ، اگه می‌خوای همسرت #عاشقت باشه...❤️، پای تلفن که داری باهاش صحبت می‌کنی، خشک و خالی سلام و علیک نکن! همونجا، توی همون سلام کردن هم میتونی بهش ابراز #علاقه کنی و #لبخند روی لبهات بیاری! چجوری؟ اینجوری کافیه بهش بگی: سلام عزیزم... خوبی؟ دلم برای #دیدن_صورت_مهربونت تنگ شده ❤️ یک بار بهش بگو! ببین چقدر اثر داره! این پست را 23,374 نفر دیده‌اند.

یافته‌های حاصل از بررسی محتوای صفحات اینستاگرامی در مضمون «گفتار زوجین در فضای مجازی» شامل آن دسته از زیرمضامینی است که در این رسانه‌ها از رابطه گفتاری زوجین بازنمایی شده است. زیرمضمون «آسیب‌پذیری مردان در زندگی زناشویی» مضمون مهمی است که در رسانه‌های مجازی به وفور یافت می‌شود. در این رسانه‌ها بر خلاف و مغایرت با مضمون‌های متون پایه که بر گفتگوی محبت‌آمیز با همسران تکیه شده بود به عناوین مختلف سعی می‌شود، الفاظ و

یا اصطلاحات نامناسبی را در رابطه با شوهر به کار بندند و به نوعی بر بدبخت بودن وی در زندگی مشترک تکیه نمایند. به عنوان نمونه در یکی از این صفحات آمده است: دانشمندان دریافته‌اند نگاه مردان به سالگرد ازدواج، مانند نگاه گوسفندان است به عید قربان!

### مضمون دوم: رفتار زوجین در فضای مجازی

مضمون دوم «رفتار زوجین در فضای مجازی» با ۳ زیرمضمون (مضمون فرعی) شناسایی شد که مصادیق آنها در جدول ۵ آمده است.

جدول ۵. مضمون و زیرمضمون‌های محتوای صفحات اینستاگرامی (رفتار زوجین در فضای مجازی)

مضمون	زیرمضمون	مصادیق
رفتار زوجین در فضای مجازی	کتک زدن و کتک خوردن	کد ۱۲۰ کلیپی را با تیتراژ (وقتی داماد کلابی اعصابه، حتی تو عروسی!) به نمایش می‌گذارد که در آن زن و شوهری را در شب عروسی نشان می‌دهد. عروس در حال گذاشتن شیرینی در دهان داماد است که شیطان کرده و شیرینی را از دهان داماد دور می‌کند و داماد سیلی محکمی بر صورت عروس می‌نوازد. این ویدئو را ۱۶۱,۹۶۲ نفر پسندیدند.
	از همسر منفی	کد ۵۴ ویدئویی را منتشر می‌کند که در آن زوجینی در حال موتورسواری هستند و زن ترک موتور شوهرش نشسته و در حال کتک زدن او می‌باشد. در پایین ویدئو نوشته شده است: از فواید دیگر کلاه ایمنی، کتک نخوردن از همسر هنگام رانندگی! این ویدئو را ۲۲۳,۸۱۵ نفر دیده‌اند.
	ترویج بی‌غیرتی در مردان	کد ۶۱ لطیفه زیر را می‌نویسد: زنه حیف نون شاکی میاد خونه، با گریه به شوهرش میگه: خاک بر سر بی غیرتت! یک مرتبکه سبیل کلفت الان سر کوچه بهم متلک انداخت! حیف نون خیلی شاکی میشه، قمه رو در میاره میره سر کوچه بخاره یارو رو میگیره، میگه: اوهوی الدنگ! فکر کردی شهره هرتنه؟! یا همین الان

مضمون	زیرمضمون	مصادق
		میری خانم رو ماچ میکنی و از دلش در میاری، یا من میدونم و تو! این لطیفه را 106,404 نفر دیده اند.
		کد ۳۷ ویدئوی طنزی را به نمایش می‌گذارد که در آن شوهر خانواده به بهانه تماشای بازی فوتبال در کلمبیا در مقابل دیدگاه همسرش علاقمند به تماشای دیدن تصاویر زنان نمیه عربان کلمبیایی در بین تماشاچیان فوتبال است. این ویدئو را 338,448 نفر پسندیده اند.
		کد ۴۳ متن طنزی را با مضمون زیر منتشر می‌کند: غیرت این نیست وقتی یکی به خانومت نگاه کرد، دعوا راه بندازی. غیرت اینه برآش یه ماشین شاسی بلند بخری که کسی قدش نرسه بهش نگاه کنه مگه نه خانما ؟؟؟!!!! هر کس قبول داره لایک کنه این پست را 8,649 نفر لایک کرده‌اند.
	مثبت بوسیدن همسر	کانال کد ۶۳ تصویر مردی را در حال بوسیدن همسرش نشان می‌دهد و می‌نویسد: درمان سردرد با بوسه! بوسیدن می‌تواند باعث اتساع عروق خونی، آزاد شدن دوپامین، سروتونین و اندروفین شود و به این ترتیب سردردهای تنشی و میگرن را از شما دور کند. بنابراین در بسیاری از موارد بوسیدن می‌تواند جایگزین داروهای مسکن شود. این پست را 244,624 نفر دیده اند.

یافته‌های حاصل از بررسی محتوای صفحات اینستاگرامی در مضمون «رفتار زوجین در فضای مجازی» شامل آن دسته از زیرمضمون‌هایی است که در این رسانه‌ها رفتار زوجین با یکدیگر را بازنمایی کرده است. زیرمضمون «ترویج بی‌غیرتی در مردان» قابل توجه است. در بررسی رسانه‌های مجازی موارد متعددی از بی‌تعصبی مردان در برخورد با همسر خود را شاهدیم به نحوی که حتی در

مقابل ارتباط خارج از عرف و شرع همسر خود با مردان دیگر هیچ واکنشی نشان نداده و آن را پذیرفته می‌دانند. همچنین زیرمضمون «کتک زدن همسر و کتک خوردن از همسر» در بررسی‌ها دیده می‌شود. جالب آن است که درصد کتک خوردن مردان از زنان بسیار بیشتر بازنمایی شده است.

### مضمون سوم: نوع تفکر و اندیشه زوجین نسبت به یکدیگر در فضای مجازی

مضمون سوم «نوع تفکر و اندیشه زوجین در فضای مجازی» با ۸ زیرمضمون (مضمون فرعی) شناسایی شد که مصادیق و فراوانی آنها در جدول ۶ آمده است.

جدول ۶. مضمون و زیرمضمون‌های محتوای صفحات اینستاگرامی (نوع تفکر و اندیشه زوجین در فضای مجازی)

مضمون	زیرمضمون	مصادیق
اندیشه زوجین در فضای مجازی	تبلیغ ازدواج صوری فقط برای دریافت وام	کد ۸۸ مطلب زیر را در کانال خود منتشر می‌کند: به یک کیس برای ازدواج صوری نیازمندیم! این روزا آگه با این آگهی توی فضای مجازی مواجه شدید، تعجب نکنید! عده ای بخاطر گرفتن وام ازدواج (که مبلغش ۳۰ میلیون تومان برای هر نفر هست) عقد صوری میکنند و بعد طلاق میگیرن! جالبه بدونید که چون توی دوران عقد جدا میشن بعد از طلاق میتونن شناسنامه سفید دریافت کنن! این مطلب را 371,085 نفر دیده اند.
	تبلیغ ضد آرامش بودن همسر در زندگی	کد ۵۹ مطلب زیر را منتشر می‌کند: من آگه کسی ده دقیقه تو اتاقم باشه حس می‌کنم آرامش ندارم. خدایی چه جوری میرید ازدواج می‌کنید زندگیتونو به اشتراک میدارید؟ این مطلب را 162,598 نفر دیده اند.
	تبلیغ بی‌خواستگار بودن دختران	کد ۳ پستی با این مضمون منتشر می‌کند: «درس مهم خواستگاری» که در این پست با پخش فیلم ویدئویی طنز سعی در القای به قحط بودن خواستگار برای دختران می‌کند و از دختر خانم‌ها می‌خواهد به هر صورت ممکن با فرد خواستگار ازدواج کنند چون معلوم نیست خواستگار بعدی در کار باشد! که 2,124,590 نفر این پست را پسندیده اند.

مضمون	زیرمضمون	مصدق
	القای بسته شدن بخت با جادو	کد ۳ در کلیبی که در این پست نمایش می‌دهد و با زبان طنز مدعی می‌شود که ۲۰ سال پیش با با جادو و کارهای کثیف بخت ازدواج او را بسته اند! که 2,358,564 نفر این پست را پسندیده اند.
	تبلیغ تجرد	کد ۳ پستی با این عنوان منتشر می‌کند: زن گرفتم، تو نگیر! در این فیلم ویدئویی که در آن شعر طنزی خوانده می‌شود زن گرفتن و ازدواج، عامل سلب آزادی‌های فردی مرد از جمله مهمانی رفتن با دوستان، خواب راحت و ... معرفی می‌شود. که 3,123,031 نفر این پست را پسندیده اند.
	القای مهمتر بودن مال نسبت به همسر	کد ۶۱ تصویری را منتشر می‌کند که در آن مردی دوچرخه اش را در آغوش گرفته و در چادر مسافرتی خوابیده اما همسرش را بیرون از چادر گذاشته است. در پایین تصویر می‌نویسد: وقتی مالت از زنت برات مهمتره!! این تصویر را 111,642 نفر دیده اند.
		کد ۶۱ تصویری را منتشر می‌کند که در آن مرد جوانی پیرزنی را به همسری انتخاب کرده است و می‌نویسد: از این پسر پرسیدند چرا باهاش ازدواج کردی؟ گفت: به دام عشقش گرفتار شدم!! پیرزن صاحب بزرگترین نمایشگاه خوددور در آلمان است... واقعا عشق واقعی هنوز هم هست. این تصویر را 109,441 نفر دیده اند.
	عدم آشنایی با حقوق و تکالیف متقابل	کد ۳۹ در پستی اینگونه می‌نویسد: پسرا قبل از ازدواج همه زورشونو می‌زنن نشون بدن پول دارن، بعد از ازدواج همین زور رو میزنن نشون بدن آه در بساط ندارن! که به زبان طنز به نوعی حقوق متقابل مرد در مقابل همسرش را به سخره می‌گیرد چرا که از نظر معیارهای فرهنگی و ارزشی ما مرد بعد از ازدواج مسئول و مکلف به برآورده کردن نیازهای مادی همسر خود است و به این تامین نیاز افتخار می‌کند. این پست را 11,790 نفر پسندیده اند.

مضمون	زیرمضمون	مصدق
		کد ۳۹ که در مورد جوک و طنز ایرانی است در طنزی زیبا اینگونه می‌نویسد: یک اتاق ۳۰ متری با کسی که دوستش داری، میشه یک خونه لاکچری با کلی امکانات. که اهمیت عشق و علاقه را در زندگی مشترک نشان می‌دهد. این پست را 16,506 نفر پسندیده اند.
	ترویج اهمیت عشق به جای مادیات	کد ۸۸ تصویری را از یک زن روسی در کنار همسر کوتوله خود از پاکستان نشان می‌دهد و می‌نویسد: این خانم اسمش ایزابل اهل روسیه و این آقا هم همسر این خانوم به نام شیخ زاهد علی خان است اهل پاکستان! شیخ زاهد علی خان ۷۴۰ میلیون دلار ثروت داره و لی ایزابل گفته به این پول علاقه ای نداره، بلکه شخصیت شوهرش براش مهمه و عاشقشه و گفته اگر حاضر بودم باهانش تو چادر زندگی میکردم. این پست را 655,180 نفر دیده‌اند.

یافته‌های حاصل از بررسی محتوای ۱۵۰ صفحه اینستاگرامی در مضمون «نوع تفکر و اندیشه زوجین در فضای مجازی» شامل آن دسته از زیرمضامینی است که در صفحات مجازی اینستاگرام در مورد اصل موضوع ازدواج و نوع تفکر در مورد آنها بازنمایی می‌شود. زیر مضمون «غیر ممکن بودن ازدواج» (منفی) در موارد متعدد سعی دارد ازدواج را عملی غیر ممکن نشان دهد و اقبال عمومی مردم نسبت به ازدواج را کاهش دهد. همچنین زیرمضمون «تبلیغ تجرد» که ازدواج را عامل سلب آزادی‌های فردی مرد از جمله مهمانی رفتن با دوستان، خواب راحت و ... معرفی می‌کند. جالب آنجاست که این پست را ۳,۱۲۳,۰۳۱ نفر پسندیده‌اند. همچنین در شرایطی که با تاکیدات فراوان در بررسی متون دینی ما ازدواج امری مقدس و مایه آرامش زوجین معرفی می‌گردد در رسانه‌های مجازی موارد زیادی از محتواهای مغایرت در این باب وجود دارد.

## مضمون چهارم: روابط زوجین در فضای مجازی

مضمون چهارم «روابط زوجین در فضای مجازی» با ۴ زیرمضمون (مضمون فرعی) شناسایی شد که مصادیق و فراوانی آنها در جدول ۷ آمده است.

جدول ۷. مضمون و زیر مضمون‌های محتوای صفحات اینستاگرامی (روابط زوجین در فضای مجازی)

مصادیق	زیرمضمون	مضمون
<p>کد ۱۳ تصاویر و ویدئوهای بسیاری از رابطه خودش و مردی که به ظاهر همسر وی است در اینستاگرام خود میگذارد. اما آنچه که در تمامی این پست‌ها موجود است صحنه‌هایی از خصوصی‌ترین روابط این زوجین از جمله در آغوش کشیدن، سر بر شانه نهادن، بوسیدن آن هم در حالت نیمه برهنه در مکان‌های عمومی از جمله خیابان و ماشین است. (۹۸/۱/۱۸) این پست‌ها مورد توجه نیز بوده است یکی از این پست‌ها را 1,915,016 نفر پسندیده‌اند.</p>	منفی	روابط زوجین در فضای مجازی
<p>کد ۱۸ در پست اینستاگرام خود تصویری را به نمایش می‌گذارد که صحنه‌ای از شن بازی خود و همسرش به همراه کودک خردسالی به نام کیان در کنار ساحل دریا است. لباس‌های نیمه‌عریان همسر ایشان و در آغوش گرفتن در مکانی عمومی، صحنه‌هایی است که نمایانگر عدم رعایت حریم شخصی و خصوصی با حریم عمومی است. این پست را 309,552 نفر پسندیده‌اند.</p>	عدم رعایت حریم خصوصی و عمومی	
<p>کد ۱۶۹ ویدئویی را با نام «جورجینا و رونالدو چگونه با هم آشنا شدند؟» به نمایش در می‌آورد. تصاویری که در این ویدئو پخش می‌شود شامل حریم خصوصی یک زوج از جمله در آغوش کشیدن، بوسیدن و بغل کردن و .... است که پخش آن در حریم عمومی رعایت نشده است. این ویدئو را 211,415 نفر پسندیده‌اند.</p>		
<p>تصاویر متعددی از کد ۱۳ در صفحه اینستاگرامی وی موجود است که لباس‌های بسیار نامناسبی از وی را به نمایش در می‌آورد که در تعداد قابل توجهی از آنها بدن وی کاملاً عریان و نمایان است. (۹۸/۲/۲۰)</p>		

مضمون	زیرمضمون	مصادق
		<p>کد ۶۱ لطفه ای را با این جملات منتشر میکند: بخورید و بیاشامید ولی استوریش نکنید، به خدا همه ما غذا میخوریم کسی با گازوئیل کار نمیکند! این متن را 110,634 نفر دیده اند.</p>
		<p>کد ۹۰ تصویری را از زوجینی منتشر می کند و می نویسد: خانوم و آقای همیشه عادت داشتند، هر جا که میرن لایو بذارن اینستا! آقا دزده هم از قضا فالو کرده بوده این زوج خوشحال رو یه شب که میرن بیرون از شهر، آقا دزده رفته و خونه رو کامل جارو کرده! جالب اینجاست روی آینه اتاقشونم ازشون بابت لایو اینستاشون تشکر کرده نتیجه: حریم خصوصی تون رو به اشتراک نذارید!</p>
	تبلیغ ازدواج سفید و همجنسگرایی	<p>کد ۱۶۰ با پخش ویدئویی با عنوان «چرا در ایران پدیده ازدواج سفید رو به گسترش است؟» در این ویدئو دلایل افزایش امار ازدواج سفید مشکلات اقتصادی، دردهای ازدواج، بالا بودن هزینه ازدواج رسمی، هزینه های سنگین مهریه عنوان می شود و نظر مخاطبان را در این مورد می پرسد؟ این ویدئو را 276,179 نفر پسندیده اند.</p>
	عدم مغایرت کلام و عمل	<p>کد ۱۲۰ کلیپی را با عنوان رابطه های مجازی دقیقا اینجوریه به نمایش می گذارد. در این کلیپ زن جوانی در حال گرفتن استوری از خودش است که در آن به همه توصیه می کند قدر رابطه با همسرشان را بدانند با هم دعوا نکنند و خیلی ساده و زیبا همدیگر را دوست داشته باشند. در همین حین همسرش با سبد گلی وارد ماشین می شود و گل را تقدیم به او می کند. او با عصبانیت می گوید که از این گلها خوشش نمی آید و همسرش را با الفاظ زشت دعوا می کند که چرا وسط استوری اش وارد شده و فیلمش را خراب کرده و او را از ماشین بیرون می کند و بقیه استوری اش را ادامه می دهد. این ویدئو را 102,449 نفر پسندیده اند.</p>

مضمون	زیرمضمون	مصادیق
	مثبت	قدرشناسی نسبت به همسر
		کد ۹۰ ویدئویی را منتشر می‌کند که در آن از راز موفقیت‌های مردی که مدیرعامل یک شرکت بزرگ است پرده بر می‌دارد. و همسرش را با تمام سختی‌هایی که کشیده در پس موفقیت‌های مرد معرفی می‌کند. و اینگونه می‌نویسد: پشت هر مرد موفق یک زن هست! این ویدئو را 497,194 نفر دیده‌اند.

یافته‌های حاصل از بررسی محتوای ۱۵۰ صفحه اینستاگرامی در مضمون «روابط زوجین در فضای مجازی» شامل آن دسته از زیرمضامینی است که در صفحات اینستاگرام در مورد موضوع روابط زوجین با یکدیگر بازنمایی می‌شود. زیرمضمون «عدم رعایت حریم خصوصی و عمومی» (منفی) توجه زیادی را به خود اختصاص داده است. آنچه در صفحات اینستاگرامی به وفور یافت می‌شود بازنمایی تصاویر و نمایش فیلم‌هایی از روابط و حریم خصوصی زوجین در یک رسانه اجتماعی و عمومی است و این موضوع در تضاد شدید با موضوع رعایت عفت و ورزی و حیا در روابط زوجین است.

### مضمون پنجم: سبک زندگی زوجین در فضای مجازی

مضمون پنجم «سبک زندگی زوجین در فضای مجازی» با ۴ زیرمضمون (مضمون فرعی) شناسایی شد که مصادیق و فراوانی آنها در جدول ۸ آمده است.

جدول ۸ مضمون و زیرمضمون‌های محتوای صفحات اینستاگرامی (سبک زندگی زوجین در فضای مجازی)

مضمون	زیرمضمون	مصادیق
سبک زندگی زوجین در خانواده	منفی	مزاحم دانستن زن در زندگی
		کد ۴۵ ویدئوی طنزی را با این عنوان منتشر می‌کند: وقتی منتظری زنت بره و خونه را مکان عیش و نوش و تفریح کنی. در پلان یک این فیلم مرد به تقاضای همسرش برای مسافرت و تفریح جواب مثبت می‌دهد و در طول مسیر مسافرت با همراهی او لحظات خاطره‌انگیزی را برایش فراهم می‌کند. اما در پلان دوم فیلم مرد اعلام می‌کند که از دسته مردهای اول نیست و با فرستادن همسرش به

نشریه فرهنگی - تربیتی زنان و خانواده

مضمون	زیرمضمون	مصدق
		<p>مسافرت خانه را به مکان عیش و نوش و تفریح دوستان خود تبدیل می‌کند و از نبودن همسرش اعلام خوشحالی میکند. این پست را 109,501 نفر پسندیده اند.</p>
		<p>کد ۶۱ لطیفه زیر را منتشر می‌کند: خسیسه زنش میمیره رو سنگ قبرش می‌نویسه: آرامگاه ملیحه همسر دکتر احمد رحمانی متخصص گوش و حلق و بینی، سوراخ کردن گوش، ختنه، تزریقات آدرس: خیابان چهارباغ، مجتمع پزشکان، طبقه سوم، عصرها ۴ تا ۸، احتمالاً زنش واسه همین کاراش دق مرگ شده بوده. این متن را 109,873 نفر دیده اند.</p>
	توجه صرف به قیمتی بودن هدیه به همسر	<p>کد ۹۰ ویدئویی را به نمایش می‌گذارد مینویسد: صرفاً جهت راهنمایی آقایون هنگام خرید هدیه برای بانو! در این فیلم دستان زنی به نمایش در می‌آید که طلاهای عجیب و غریب و بزرگی را بر انگشتان خود وصل کرده و مشغول خودنمایی آنان است. این ویدئو را 313,175 نفر دیده اند.</p>
	ترویج ازدواج آسان و ساده	<p>کد ۹۰ ویدئویی را به نمایش می‌گذارد که در آن پسر جوانی جشن عروسی ساده و متفاوتی را برگزار می‌کند، جشنی که به مناسبت میلاد یکی از ائمه در یکی از حسینیه‌های شهر کرج برگزار شده و ماشین عروس هم یک پراید ساده است. این ویدئو را 356,680 نفر دیده اند.</p>
	مثبت	<p>کد ۹۰ تصویری را منتشر می‌کند که در آن خانه تازه عروسی به نمایش در می‌آید که انواع وسای تجملاتی تمام فضای خانه را اشغال کرده است و اینگونه می‌نویسد: فقط چشم و هم چشمیه که میتونه از خونه که باید محل آرامش و راحتی باشه، یه همچین موزه شلوغی در بیاره!! این تصویر را 423,707 نفر دیده اند.</p>

مضمون	زیرمضمون	مصدق
		کد ۹۰ در تصویر دیگری نیز همین موضوع را مورد انتقاد قرار می‌دهد و می‌نویسد: این عکس تجهیزه عروس در یک خانه ۲۵۰ متریه. البته بیشتر بهش میخوره، سمساری باشه تاخونه!! این تصویر را 336,664 نفر دیده‌اند.
	توجه مرد به حضور بیشتر در کنار همسر	کد ۴۰ تصویری را با عنوان «در کنار همسران حضور داشته باشید» منتشر می‌کند که در آن زوجین طلبه ای دست در دست فرزند خردسال خود در حال حرکت هستند. متن این صفحه از بیانات رهبر انقلاب اینگونه است: «همه مسائل خانوادگی مسایل عقلانی نیست، یک مقداری از مسایل عاطفی است. اینکه فرمودند طلبه ساعت شش صبح از خانه بیرون می‌آید، ساعت نه شب برمیگردد. بنده اصلا با یک چنین چیزی مخالفم، به خانواده‌ها باید برسید. همسر شما نیاز به حضور شما دار، این مهم است.» این پست را 120,55 نفر پسندیده‌اند.

## نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج حاصل از تحقیق در بررسی صفحات اینستاگرامی برتر کشور از نظر تعداد دنبال‌کننده، دیدگاه (نظرات) و تعداد پسندیدن «۵» مضمون و «۲۸» زیرمضمون را احصاء نمود که نمونه‌هایی از آن در جداول این تحقیق دیده شده‌است. نتایج این تحقیق با یافته‌های پژوهش‌های زیادی همخوانی دارد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که یکی از مضمون‌های مهم «نوع تفکر و اندیشه زوجین در فضای مجازی» است (جدول ۶). زیر مضمون‌های این مضمون نیز «تبلیغ ازدواج نکردن و زندگی مجردی و تنها» بر شمرده شد. این نتیجه را کریم پور (۱۳۹۶) در پژوهش مورد تایید قرار می‌دهد. کریم پور در تحقیقی عنوان می‌کند که برخی پژوهشگران «اعتیاد به فضای مجازی» را یکی از آسیب‌های روان‌شناختی بسیار زیان‌بخش می‌دانند که کنش‌وری بهنجار و سلامت روانی فرد را در جنبه‌های مختلف مختل می‌کند. وی شماری از پیامدهای منفی اعتیاد به شبکه‌های اینترنتی را

دگرگونی‌های شدید در سبک زندگی به منظور گذراندن زمان بیشتری در شبکه، دور شدن از فعالیت‌های مهم زندگی، غفلت از خانواده و بی توجهی به همسر، کاهش معاشرت و در نتیجه، از دست دادن دوستان، بی توجهی به مسئولیت‌های شخصی و خانوادگی، کاهش کلی فعالیت‌های بدنی، بی توجهی به سلامت فردی و در نتیجه پرداختن به سرگرمی‌های اینترنتی برمی‌شمارد که همگی با نتایج این تحقیق از جمله تغییر سبک زندگی، علاقه به تجرد و داشتن زندگی تنها، همخوانی دارد.

نتایج حاصل از تحقیق در بررسی صفحات اینستاگرامی «تبلیغ ازدواج سفید و همجنسگرایی» را یکی از زیرمضمون‌های مضمون «روابط زوجین در فضای مجازی» می‌داند و معتقد است در بستر اینستاگرام صفحات فراوانی وجود دارند که این امر را ترویج می‌کنند که نمونه‌هایی از آن در کد ۱۶۰ دیده شده است. (جدول ۷) این نتیجه با بسیاری از یافته‌های پژوهش‌های دیگر نیز همخوانی دارد. حسینی (۱۳۹۸) درباره نقش فضای مجازی در ترویج همجنسگرایی می‌نویسد: فضای مجازی توانسته است در مدتی کوتاه عادات و روش‌های زندگی افراد را دچار دگرگونی کند و قدرت آن را دارد که حتی اصول و باورهای اخلاقی و رفتار جنسی افراد را نیز تغییر دهد. سوء استفاده از فضای مجازی در جستجوهای جنسی زمینه ساز ابتلا به اختلال‌های جنسی از جمله همجنس بازی است. جعفری مرادپور (۱۳۹۴) هم در تحقیقی نشان می‌دهد که ورود شبکه‌های اجتماعی به درون خانواده‌ها سبب نقض حریم خصوصی افراد و انتشار اکاذیب و فحشا در سراسر اجتماع و ایجاد ارتباطات نامشروع می‌شود. همین عوامل زمینه ساز سست شدن پایه‌های کانون گرم خانواده می‌شود. شکرپیگی (۱۳۹۱) هم در تایید کد ۱۶۰ این پژوهش می‌نویسد عادی‌سازی خیانت همسران به یکدیگر، عادی جلوه دادن روابط جنسی دختر و پسر پیش از ازدواج، ترویج خانواده‌های بی‌سامان و لجام گسیخته، ترویج فرهنگ ازدواج سفید پیام‌های مشترک این شبکه‌های اجتماعی می‌باشد.

نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که زیرمضمون‌هایی چون «القای مهمتر بودن مال نسبت به همسر» و «توجه به ملاک‌های مادی در انتخاب همسر» از ممنوعات مهم در مضمون «رفتار زوجین در خانواده» از عرصه‌های روابط زوجین است. (جدول ۴) این نتیجه با بسیاری از یافته‌های پژوهش‌های دیگر همخوانی دارد. نوری (۱۳۹۵) در تحقیقی زیاده خواهی و مادی گرایی را یکی از مشکلات مهم خانواده دانسته و تاکید می‌کند این خصیصه علاوه بر هزینه‌های اقتصادی زیادی که بر خانواده

ها تحمیل می‌کند سبب افزایش دامنه اختلافات در زندگی زناشویی نیز می‌شود. افسردیر و رحیمی (۱۳۹۴) گرایش افراطی به مادگرایی، تجملگرایی و زیاده‌خواهی در خانواده را مورد انتقاد قرار داده و اینگونه آن را تفسیر کرده‌اند تجمل‌گرایی با این بیان به معنی میل و رغبت کردن به تجملات و توجه به ظواهر زندگی می‌باشد گرایش به تجملات و زرق و برق دنیا، آسیب‌ها و آثار نامطلوبی در پی دارد. فراموشی یاد خداوند، دنیازدگی، کفران نعمت، مصرف‌گرایی، پیدایش حالت تفاخر، زیاده‌خواهی، رواج الگوگیری نامناسب و تقلیدهای ناصحیح، عدم مشارکت در امور خیر از جمله آسیب‌های این گرایش بر روابط زوجین است که دقیقاً با نتایج این تحقیق منطبق است. در تحقیق دیگری صادقی (۱۳۹۶) به آسیب‌های توجه به ملاک‌های مادی و زیاده‌خواهی در حوزه‌ی خانواده پرداخته و می‌نویسد: یکی از علت‌های تضاد بین زوجین و بالا رفتن فشار و استرس درون خانواده همین تجمل‌گرایی، افزون‌طلبی و زیاده‌خواهی است. چون سرعت تجمل‌گرایی به مراتب بیشتر از سرعت افزایش سرمایه‌های اقتصادی خانواده است، به همین دلیل بین این تقاضا و توان پاسخ‌گویی به آن، یک شکاف عمیق وجود دارد. یعنی دائماً تقاضاهایی شکل می‌گیرد که توان پاسخ‌گویی برای آن وجود ندارد. این میل به مادیات یا میل به تجمل، خیلی وقت‌ها بیشتر از توانمندی اقتصادی خانواده است. این نزاع در خانواده باعث افزایش فشارهای روحی و روانی در خانواده شده و تداوم این نزاع و فشار می‌تواند انفصال و فاصله میان زوجین ایجاد کند. یعنی خانواده زیر یک سقف زندگی می‌کند اما فاصله زیادی بین زوجین وجود دارد.

### پیشنهادها

پیشنهادات و راهکارهایی برای استفاده مناسب از شبکه‌های اجتماعی برای خانواده‌های ایرانی در عرصه روابط زوجین به منظور پیشگیری و کاهش آسیب‌های اجتماعی نوپدید وجود دارد. از جمله راهبردهای مهم در این زمینه جدی گرفتن تربیت رسانه‌ای کاربران و دیدن آموزش‌های لازم در این خصوص است. در بعد زیرساخت راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی بومی قدرتمند توسط دولت یا سایر نهادهای فعال در این حوزه ضروری به نظر می‌رسد. اگرچه اکنون شبکه‌های اجتماعی بومی در کشور وجود دارد اما متأسفانه پشتیبانی لازم به جهت فنی و مالی از آنان صورت نگرفته است که وظیفه شورای عالی فضای مجازی را در این زمینه دوچندان می‌کند. در بعد محتوا تولید محتوای با

مختصات فرهنگ ایرانی - اسلامی و ترویج نظام فرهنگی خانواده اصیل ایرانی است. یکی از چالش‌های اصلی در این حوزه فقد محتوای بومی و سلطه محتوای غربی یا به تعبیری غیر ایرانی - اسلامی در شبکه‌های مجازی است، که در این زمینه هم دولت و هم سازمان‌ها، نهادهای عمومی و انقلابی و هم سمن‌ها باید تلاش بیشتری کنند. تلاش هر چه بیشتر و جدی تر شورای عالی فضای مجازی در جهت تحقق «شبکه ملی اطلاعات» به منظور ایجاد بستری امن و متناسب با فرهنگی ایرانی در فضای مجازی. در بعد حمایتی نیز دولت باید از سمن‌های فعالی که در حوزه سخت افزاری و نرم افزاری و تولید محتوا در کشور مشغول هستند حمایت فنی، حقوقی و مالی کند. بدیهی است که لازمه هر آموزش موفق، امر پژوهش و تحقیق است، لازم است راهبردی نیز در این حوزه طراحی شود که دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌های مرتبط با برنامه ریزی دقیق به آینده پژوهی و سناریو نویسی در این حوزه پردازند تا در آینده بتوان در خصوص استفاده اعضای خانواده از شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های نوظهور دیگری که در راه است بهترین استفاده را با کمترین چالش برد.

## Reference

- Akbari, Abolghasem and Mina Akbari, Mina (2011), *Social Pathology*. Tehran, Rosh and Jbeh Publications. [In Persian]
- Amin, Shahin and Haroon Rashidi Homayoun (2012), Studying the relationship between parenting styles and family communication patterns with dependence on virtual networks, *Cultural and Educational Journal of Women and Family*, 58(17). [In Persian]
- Chang, H., & Chen, S.W. (2008). The impact of online store environment cues on purchase intention: Trust and perceived risk as a mediator. *Online information Review*, 32 (6), pp. 818-841.
- Doleh, Masoumeh; Esmaeili, Reza and Amirmazaheri, Amirmasouden (2017), "Investigating the impact of virtual social networks on the quality of life", *Quarterly Journal of Social Sciences*, Islamic Azad University, Shushtar Branch, Year 10, Issue 4, Consecutive (53), p. 1. [In Persian]
- Duniya Ekhtaz newspaper, 2018/07/09, No .47
- Hosseini Naqvi, Seyedeh Zahra. Farmanfarmai, Tektam and Malekidoost, Zahra. (2019) Investigating the impact of using virtual networks on urban family culture. 13 (47): 10-40.
- Khoshakhlaq, Hassan. Mohammadi, Ebrahim and Jalali, Elahe (1400), "Qualitative study of the effects of excessive presence in virtual networks on interpersonal relationships, lifestyle and cultural and moral values of couples", fourth year, issue 37. [In Persian]
- Long, J. & et al. (2007), "Impact of internet on adolescent self-identity development," *China media Research*, 3(1).
- Mohammadpour, Ahmad, Naqdi Asadollah and Nadernejad, Behdad (2013), "The Impact of Satellite on the Cultural Identity of Iranian Kurdistan". *Two Specialized Quarterly Journals of Youth Research. Culture and Society*. 4. 131-156. [In Persian]
- Mohammadreza Tamnaeifar, Mohammadreza; Khenshan, Mahboobeh (2013), Predicting adolescent internet addiction based on parenting styles with the mediation of attachment styles, *Women and Family Cultural and Educational Quarterly*, Volume 18, Number 65: 269-291. DOR: [20.1001.1.26454955.1402.18.65.6.6](https://doi.org/10.1001.1.26454955.1402.18.65.6.6) [In Persian]
- Oj, Sahar; Kazemian, Somayeh; Khodadadi Sangdeh, Javad (2014), Qualitative study of dominant discourses in the narratives of conflicting couples, *Quarterly Cultural and Educational Journal of Women and Family*, Volume 19, Number 68: 73-113. DOR: [20.1001.1.26454955.1403.19.68.1.4](https://doi.org/10.1001.1.26454955.1403.19.68.1.4) [In Persian]
- Pempek, T., & et al. (2009), "College students' social networking experiences on Facebook", *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30: 227-238.
- Rahimi, Mohammad; Shakarbeigi Alieh and Sarukhani, Baqer (2015). Sociological study of the relationship between virtual community networks and current changes in marital relationships of couples in Tehran's first district. *Social Cultural Changes*, 13(4), 1-18. [In Persian]
- Rezaeipour, Abbas and Ghaffari, Khalil (2017), "Predicting Internet and Cyberspace Addiction with Parenting Methods and Family Communication Patterns in Third Grade Students of the First High School in Dorood City", *Journal of New Developments. Department of Educational Sciences and Education Psychology*, Fourth Year, Issue 44. [In Persian]
- Rezvani, Amin and Parish, Fereydoun (1400), "Investigating the damage of cyberspace, the Internet and social networks on family relationships in research abroad", *Art and Media Studies*, third year, spring and summer 1400, issue 5. [In Persian]
- Rodrigues, D. Lopes, D., Pereira M. (2016). Sociosexuality, Commitment, Sexual Infidelity and Perceptions of Infidelity: Data From the Second Love Web Site. *Journal of Family Psychology*, 54 (2), 241-253.

- Ronaghi, Marzieh (1401), "Investigating the impact of virtual social networks on the relationship between married users in the family", *Social and Cultural Strategy*, 11th year, No. 42. [In Persian]
- Seifipour, Reza (2017), "The Function of Social Networks in the Globalization Process", *Quarterly Journal of Media Research*, No. 3190. [In Persian]
- Severin, Werner and Tankard, James (2015), "Theories of Communication", translated by: Alireza Dehghan, Tehran, Tehran University Press, p. 304.
- Shaw and McCombs, quoted by Mehdizadeh, Seyyed Mohammad, (2019); *Media theories: popular ideas and critical perspectives*, Tehran: Hamshahri Publishing House, first edition.
- Sheikh Ansari, Mahin (1400), "Iranian Society and Cyberspace, Detailed Research. Secondary Social Science Research in the Field of Cyberspace." [In Persian]
- Shojaei, Reyhaneh; Ahmadi Alonabadi, Seyed Ahmad; Jazayeri, Rezvan Sadat and Etemadi, Ozra. (2017). Investigating the meaning of harm caused by cyberspace in relationships between couples in Isfahan. *Knowledge and Research in Applied Psychology*, 62-78, 3(19). [In Persian]
- Tyler, T. (2012). *Social networking and Globalization*. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. Vol. 4, No. 6.
- Vaezi, Kobra (2015), "Divorced women's perspectives on factors affecting divorce: A case study: Divorced women in Baneh County", *Quarterly Journal of Social Work*, No. 4 (1): 52-64. [In Persian]
- Valenzuela, S. Halpern, D and Katz, J.E. (2014). Social network sites, marriage Human in States. *Computers from the United evidence divorce: Survey and state-level Behavior*. *Computers in Human Behavior*. Volume 36, pp. 94-101.
- Villegas, A. (2013). *The Influence of Technology on Family Dynamics*. *Proceedings of the New York State Communication Association*, 2012(1), 10
- Vindal, Son et al. (2016), "The Application of Communication Theories", *Sociologists Publications*.
- Wimmer, Roger and Dominik, Joseph (2016), "Research in mass media". Translation: Kavos Seyedamami. Tehran: Center for Programmatic Research, Studies and Evaluation of Radio and Television of the Islamic Republic of Iran.

