

Identify Components of Cultural Education and Its Relationship with Collective Communication Media (With an Emphasis on Virtual Space)

Mehran Karimi Firoozjaei*
Hakimehalsadat Sharifzadeh**
Zeynab Karamkhani***

Introduction

Cultural education is influential in preparing and empowering people to achieve cultural, professional, and personal objectives and acquire social norms. The present study aimed to identify the cultural education components and its relationship with mass communication media with an emphasis on virtual space.

Method

The mixed research method was exploratory (qualitative-quantitative) and the case study was used as the qualitative method. The statistical population included Instructional, cultural, and educational experts of the General Department of Education of Mazandaran province during 2020-2021. In this qualitative research, 10 people were selected based on the theoretical saturation of the sample using the purposeful snowball sampling. In the quantitative research, the population consisted of all the teachers of Babolsar city (n= 430). The sample size was calculated to be 200 people using Karjesi and Morgan Table, and the random sampling method was applied. The semi-structured interview was used to collect the data in the qualitative method, which were analyzed based on the open, central, and selective coding. Further, the researcher-made questionnaire was used in the

* Master's student in philosophy of education, Department of Educational Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, Mazandaran, Babolsar, Iran.

** Associate Professor, Department of Educational Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, Mazandaran, Babolsar, Iran. *Corresponding Author:* hakimehsharifzadeh@gmail.com

*** Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, Mazandaran, Babolsar, Iran.

quantitative method and the data were analyzed using SPSS and AMOS software.

Results

The qualitative findings indicated that 35 sub-categories in the open coding section, 12 sub-categories in the central coding section, and five main categories in the selective coding section were extracted under the title of knowledge seeking, independent thinking, critical thinking, Iranian-Islamic identity, and mass media regarding cultural education. The quantitative results revealed a significant fit between the components of cultural education, including knowledge seeking, independent thinking, critical thinking, and Iranian-Islamic identity, and the mass communication media.

Discussion

Therefore, complex cultural factors play a role in using mass media, which need to be identified. Cultural education provides unique opportunities to obtain desirable results in achieving the educational objectives, i.e. quality of life, humanity, cultural pluralism, citizenship, general education, and personal satisfaction (self-fulfillment). Expanding the curriculum model application based on the cultural education components in educational, cultural, and social institutions, especially the Ministry of Education, contains an crucial and special application in improving the cultural spirit of education staff and teachers, and consequently, leads to the development and students' progress and the scientific development of Iran.

Keywords: Education, cultural education, mass communication media

Author Contributions: Author 1 was responsible for research data collection and analysis. Author 2 was responsible for leading the overall research process.

Author 3 was responsible for research plan design, all authors discussed the results, reviewed and approved the final version of the manuscript.

Acknowledgments: The authors thank all dear teachers who have helped us in this research.

Conflicts of interest: The authors declare there is no conflict of interest in this article.

Funding: This research is not sponsored by any institution and all costs have been borne by the authors

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۱۲/۱۴
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۷/۳۰

مجله‌ی علوم تربیتی دانشگاه شهید چمران اهواز
پاییز و زمستان ۱۴۰۲، دوره‌ی ششم، سال ۳۰
شماره‌ی ۲، صص: ۲۳۴-۲۱۳

مقاله پژوهشی

شناسایی مؤلفه‌های تربیت فرهنگی و رابطه‌ی آن با رسانه‌های ارتباط جمعی (با تأکید بر فضای مجازی)

مهران کریمی فیروزجایی*

حکیمه السادات شریف‌زاده**

زیب کرمخانی***

چکیده

تربیت فرهنگی در آماده‌سازی و توانمندی افراد برای دستیابی به اهداف فرهنگی و حرفه‌ای و شخصی و کسب هنجارهای اجتماعی بسیار مؤثر است و از طرفی رسانه‌های ارتباط جمعی و خصوصاً اینترنت و فضای مجازی تأثیر بسزایی در این روند دارد. هدف این پژوهش شناسایی مؤلفه‌های تربیت فرهنگی و رابطه آن با رسانه‌های ارتباط جمعی با تأکید بر فضای مجازی است. روش پژوهش آمیخته از نوع اکتشافی (کیفی - کمی) می‌باشد. روش پژوهش در بخش کیفی روش مطالعه موردی و جامعه آماری در این بخش شامل کارشناسان آموزشی، فرهنگی و تربیتی اداره کل آموزش و پرورش استان مازندران در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ است. روش نمونه‌گیری در بخش کیفی به صورت هدفمند از نوع گلوله برفی بوده است که بر مبنای اشباع نظری تعداد نمونه در این بخش به ۱۰ نفر رسید. جامعه آماری در بخش کمی؛ شامل کلیه معلمان شهرستان بابلسر می‌باشد که افراد نمونه به صورت تصادفی انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی مصاحبه نیمه ساختاریافته بود و تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس کدگذاری باز، محوری و انتخابی صورت گرفت. همچنین ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کمی پرسش‌نامه محقق ساخته است و تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کمی با استفاده از نرم‌افزار SPSS و AMOS انجام شد. یافته‌ها در بخش کیفی حاکی از آن است که در بخش کدگذاری باز ۳۵ مقوله فرعی و بخش کدگذاری محوری ۱۲ مقوله فرعی و در بخش کدگذاری انتخابی پنج مقوله اصلی با عنوان علم طلبی، تفکر مستقل، تفکر انتقادی، هویت ایرانی - اسلامی و رسانه جمعی به حول پدیده

* کارشناس ارشد فلسفه تعلیم و تربیت، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، مازندران، بابلسر، ایران.

** دانشیار، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، مازندران، بابلسر، ایران. (نویسنده مسئول)

hakimehsharifzadeh@gmail.com

*** استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، مازندران، بابلسر، ایران.

اصلی که تربیت فرهنگی است، استخراج گردید. در بخش کمی یافته‌ها نشان داد که مؤلفه‌های تربیت فرهنگی که عبارت‌اند از چهار عامل اصلی علم جویی، تفکر مستقل، تفکر انتقادی و هویت ایرانی-اسلامی با رسانه‌های ارتباط جمعی دارای برآزش معنی‌دار بوده و می‌توان گفت بین این مؤلفه‌ها با دلالت‌های تربیتی آن نسبت به رسانه‌های ارتباط جمعی وجود دارد. بر اساس این داده‌ها می‌توان نتیجه گرفت که تربیت فرهنگی فرصت‌های بدیع برای کسب نتایج مطلوب در زمینه نیل به غایات آموزش و پرورش فراهم می‌کند.

واژه‌های کلیدی: تعلیم و تربیت، تربیت فرهنگی، رسانه‌های ارتباطی جمعی

مقدمه

جهان، در بحبوحه یک انفجار رسانه‌ای است. رسانه‌های ارتباط جمعی مانند تلویزیون، اینترنت و ماهواره‌های ارتباطی بیش از هر زمان دیگری فراگیر شده است (Mary, 2017). امروزه وسایل ارتباط جمعی در تمامی کشورها نقش حساس و مهمی را در عرصه‌های مختلف از جمله اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ارائه می‌کنند (Haghighi, 2012). نسل حاضر سواد رسانه و تفکر فناورانه را همچون زبان مادری از کودکی آموخته، با آن زیسته و فارغ از هر محدودیت زمانی و مکانی به آنچه بخواهد می‌رسد (Ebrahimi et al., 2021). اینترنت به عنوان مظهر فن‌آوری دارای ابعاد گسترده فنی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، در سرتاسر زندگی انسان به‌گونه‌ای نقش ایفا می‌کند که نمی‌توان آن را به عنوان نمودی بی‌طرف و مستقل در نظر گرفت (Beygi, 2012). مک لوهان اعتقاد دارد زمانی که ما تکنولوژی جدیدی را وارد جامعه‌ای می‌کنیم آن جامعه را برای همیشه تغییر داده‌ایم و جوانان به دلیل مدرنیسم و آمادگی برای قبول تازگی‌ها، بیشتر از افراد کهن‌سال که افکار و نگرششان تثبیت شده است، تحت تأثیر این تحولات قرار می‌گیرند (Nazarpour & Emadi, 2009). در این زمینه Markus and Kitayama (2010) معتقدند خانواده، فرهنگ و رسانه نقش مهمی در احراز هویت نوجوانان ایفا می‌کنند.

در واقع رسانه‌های جمعی، مهم‌ترین و اصلی‌ترین وسیله جهت دادن تفکر مخاطبان به رویدادهای اجتماعی‌اند. (McQuail & Seven Windal, 2008) رسانه‌ها به عنوان فراهم‌کننده چارچوب‌های تجربی برای مخاطبان، نگرش‌های کلی فرهنگی برای تفسیر اطلاعات توسط افراد ایجاد می‌کنند. (Giddens, 1986) تأثیر وسایل ارتباط جمعی تا بدان حد است که برخی بر این

باورند که امر جهان، امروزه در دست صاحبان این ابزارهاست. در واقع رسانه‌های جمعی از طریق تحرک روانی امکان تعاملات اجتماعی را در بین مخاطبان خود افزایش می‌دهند. رسانه‌ها با ارائه اطلاعات گوناگون به مخاطبان، دانش و نگرش آن‌ها را درباره‌ی موضوعات متفاوت تحت تأثیر قرار می‌دهند (Hoseinpoor & Motamed Nezhad, 2011).

(1998) McLuhan معتقد است که افراد در گذشته به طور مستقیم و بی‌واسطه از طریق حواس با پدیده‌ها ارتباط برقرار می‌کردند اما امروزه با پیشرفت تکنولوژی ابزارهای ارتباطی نقش واسطه دارند.

دسترسی گسترده به امکانات نوین فناورانه، نسل جوان را در جریان تغییرات تازه‌ای قرار داده است، در نتیجه با تغییر شالوده ورود بیان‌های ارزشی، سیستم ارزشی این دوره نیز متمایز از دوره گذشته شده است (Darzian Rostami & Mansouri Sadeh, 2012).

هر جامعه‌ای برای پیشرفت نیازمند تعلیم و تربیتی متناسب می‌باشد. مسأله‌ی تعلیم و تربیت به دلیل اهمیت و تأثیرگذاری بر فرهنگ همواره مورد توجه اندیشمندان فرهنگی و اجتماعی بوده است. نمونه‌ای از این تأثیرات انتقال میراث فرهنگی است که به وسیله نظام تعلیم و تربیت صورت می‌گیرد (Shariatmadari, 1995). نظام آموزش رسمی نهادی است که رسالت مهمی در تحقق مقاصد اجتماعی و فرهنگی دارد و به یادگیرندگان مهارت‌های عصر فناوری را می‌آموزد (Hoseini et al., 2021). فناوری‌های دیجیتالی امکان ارائه محتوای آموزشی را به روش‌های مختلف فراهم می‌کند و به معلمان این اجازه را می‌دهد تا از اطلاعات یادگیری دانش‌آموزان آگاه شوند و به راهنمایی و نظم دهی به موقع پردازند (Ebrahimi, 2022).

فرهنگ هر جامعه هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می‌دهد و کلیه پیشرفت‌های جامعه در پیشرفت علوم، اعتقادات و ارزش‌های آن منعکس است. (Triandis, 2000) از آن جا که این امور در گرو تعلیم و تربیت است، از این رو، بایستی توجه خاص به تربیت فرهنگی نمود. در واقع تربیت فرهنگی به معنای ارتقای دانش فرهنگی، خلاقیت و درک بین فرهنگی از طریق آموزش و پرورش است (Putz, b, 2008).

(2003) Earley and Ang تربیت فرهنگی را سازگاری مؤثر فرد با قالب‌های نوین فرهنگی تعریف می‌کنند. همچنین Lugo (2007) تربیت فرهنگی را توان یادگیری الگوهای جدید در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخ‌های رفتاری صحیح به این الگوها تعریف کرده است.

تربیت فرهنگی افراد متأثر از عناصری همچون خانواده، مدرسه، جامعه و رسانه‌های جمعی است (Kavousi & Esmaili, 2022). تربیت فرهنگی در آماده‌سازی و توانمندی افراد برای فهم بهتر مفاهیم آکادمیک و دستیابی به اهداف حرفه‌ای و شخصی کمک می‌کند. افراد می‌توانند به وسیله تربیت فرهنگی هنجارها، ارزش‌ها، اصول معنوی و اخلاقی و معیارهای زندگی شهروندی را کسب کنند. با قبول اینکه فرهنگ بر روی تربیت تأثیرگذار است؛ عواملی که بر این مسئله درگیرند را می‌توان کتاب‌های درسی، برنامه درسی و سیستم‌های آموزشی، عملکرد مؤسسات آموزشی و توسعه فناوری‌ها بیان کرد (Kapur, 2019). بر اساس مبانی فلسفی بوردیو، اساس همه اهداف اصولی، تربیت فرهنگی است که بر اخلاق انسان مدارانه متکی است. بر اساس این دیدگاه محور اصلی اهداف فرهنگی، زمینه‌ای و بافتی است. وی با دیدی جامعه‌شناختی معتقد است که اهداف تربیت فرهنگی عبارت‌اند از: کاهش ناعدالتی‌های طبقاتی، آگاهی بخشی، تربیت انسان نقاد، احترام به گوناگونی فرهنگی، سلطه‌زدایی و حال نگری است (Brahman, 2017). تربیت فرهنگی و رسانه‌های جمعی ارتباطی دوسویه با هم دارند که از همدیگر تأثیر می‌پذیرند. تربیت فرهنگی، رشد افراد از طریق تداوم یادگیری و شناخت بهتر میراث‌های فرهنگی، آداب و رسوم و ارزش‌های گوناگون و رفتار مؤثر با افراد دیگر است (Haghighi, 2012).

تمایزهای چشمگیری در پذیرش فناوری‌های نوین در کشورهای درحال توسعه و توسعه‌یافته وجود دارد که علت آن را نه تنها در عوامل اقتصادی بلکه می‌توان در عوامل فرهنگی-اجتماعی جست (Colombage, 2019). بدین سبب می‌توان دریافت فناوری‌های نوین که بخشی از آن رسانه‌ها هستند بخش عمده‌ای از زمان بشر را به خود اختصاص داده است.

Ray and Jat (2010) در پژوهشی تحت عنوان تأثیر رسانه‌های الکترونیکی بر کودکان در هند به این نتیجه رسیدند که تلویزیون، رادیو، فیلم‌ها، تلفن‌های همراه، بازی‌های ویدئویی و فضای مجازی نقش اساسی را در زندگی روزانه‌ی کودکان ما تشکیل داده است. همچنین (Altugan, 2015) به بررسی تأثیر هویت فرهنگی در یادگیری و برنامه درسی در مدارس و (Adlipour, 2013) در پژوهشی به بررسی تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان پرداخت.

Niazi et al. (2017) نیز در پژوهشی به بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر هویت

فرهنگی با تأکید بر شکاف نسلی نشان داد که متغیرهای سرمایه فرهنگی خانواده، میزان استفاده از تلفن همراه، جامعه‌پذیری از خانواده و شیوه تربیتی مقتدرانه با هویت فرهنگی رابطه مثبت و معنی‌دار و تضاد نسلی و شکاف نسلی با هویت فرهنگی رابطه منفی و معنی‌داری دارند. همچنین به تحقیقات (Esmaili, 2002; Qolipoor, 2012; Salahshoori, 2013; Babaei, 2015; Zargar, 2015; Karimiyan, 2016; Yoosof Zadeh, 2019; Mahboobi Manesh, 2019) درباره این موضوع می‌توان اشاره کرد.

پژوهش‌ها حاکی از این است که رسانه‌ها ابزارهای آموزشی قوی و مؤثری هستند که در جهت تعدیل رفتارهای انسانی و انتشارات عادات و ارزش‌های فرهنگی می‌توانند نقش اساسی ایفا کنند. در این میان نظام آموزشی به عنوان یک موجودیت معرفت‌شناختی می‌تواند از رسانه‌های جمعی برای پرورش افرادی با تفکری نقادانه و عقلانی که با آگاهی از این رسانه‌ها در تربیت فرهنگی استفاده نمایند.

از مؤلفه‌های تربیت فرهنگی در تحقیقات داخلی و خارجی می‌توان به سواد انتقادی، سواد فرهنگی، هوش فرهنگی، هویت فرهنگی و پویایی فرهنگی اشاره کرد. سواد انتقادی که توسط هنری ژيرو مطرح گردید کاربردی از زبان است که بر نقش قدرت دهنده‌ی سواد در شکل دادن دوباره به دنیای افراد تأکید می‌کند. این نوع سواد مستلزم درک تنوعات فرهنگی و اجتماعی و حساسیت به آن‌ها است (Danaye Toosi & Kiamanesh, 2009). فرد با داشتن چنین سواد، با جمع‌آوری اطلاعات مناسب و سازماندهی آن می‌تواند اشتباهات خود را تصحیح نماید (Gutierrez, 2008). سواد فرهنگی نیز به تعبیر بوردیو شناخت قواعد نوشته و نانوشته، گفتمان‌ها، انواع سرمایه‌ها و ارزش‌های فرهنگی موجود است که بر عمل انسان تأثیر می‌گذارد (Bourdieu, 1986). هوش فرهنگی همان قابلیت یادگیری الگوهای جدید در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخ‌های صحیح به این الگوها می‌باشد (Earley & Ang, 2003). هویت فرهنگی نیز پایبندی به آداب و رسوم و سنت‌ها و ارزش‌های گذشته است که منجر به غرور ملی می‌شود. همچنین پویایی فرهنگی مربوط به فرهنگ مولد و خلاق است که نشاط و سرزندگی را برای جوامع انسانی به ارمغان می‌آورد (Shokati, 2016)

همان طور که در تحقیقات اشاره شده‌ی خارجی و داخلی مشاهده شد بهره‌گیری از نتایج به‌کارگیری مؤلفه‌های تربیت فرهنگی در آموزش و پرورش تا حدودی در پژوهش‌های خارج

از کشور مورد بررسی قرار گرفته است اما در ایران تحقیقات اندکی به رشته تحریر درآمده و شناسایی مؤلفه‌های تربیت فرهنگی و رابطه‌ی آن با رسانه‌های مربوط به فضای مجازی و دلالت‌های تربیتی آن به طور ویژه و در راستای ارائه الگویی مشخص مورد مطالعه قرار نگرفته است. بنابراین پژوهش حاضر می‌تواند با شناسایی مؤلفه‌های تربیت فرهنگی، رابطه آن را با رسانه‌های مرتبط با اینترنت و فضای مجازی نشان دهد. شناسایی وضوح بخشی و توصیف مؤلفه‌های تربیت فرهنگی به مثابه یک مبنا در تعلیم و تربیت به صورت عام و رابطه آن با رسانه‌های ارتباط جمعی به طور اخص شرایط کاربردی نمودن این آموزش‌ها را در سطح جامعه فراهم می‌نماید.

روش

این پژوهش لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت، آمیخته از نوع طرح اکتشافی (کیفی - کمی) است. در بخش کیفی از روش کیفی مطالعه موردی و در بخش کمی از روش توصیفی - پیمایشی استفاده شده است. جامعه آماری بخش کیفی را کارشناسان آموزشی، فرهنگی و تربیتی اداره کل آموزش و پرورش استان مازندران در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۰ تشکیل می‌دهد. روش نمونه‌گیری در بخش کیفی به صورت هدفمند از نوع گلوله برفی بوده است که بر مبنای اشباع نظری تعداد نمونه در این بخش به ۱۰ نفر رسید. به منظور نمونه‌گیری در این بخش، طیفی از آگاهان کلیدی در زمینه علوم تربیتی انتخاب شوند که با توجه به حاکمیت رویکرد کیفی در این بخش از یکی از روش‌های نمونه‌گیری کیفی به نام روش نمونه‌گیری «نمونه‌های حاوی اطلاعات غنی» استفاده شد. جامعه آماری در بخش کمی؛ شامل کلیه معلمان شهرستان بابلسر می‌باشد که بر اساس آخرین آمار تعداد آنان برابر ۴۳۰ نفر می‌باشد. حجم نمونه در این پژوهش بر اساس جدول کرجسی و مورگان به تعداد ۲۰۰ نفر مشخص شد. روش نمونه‌گیری در بخش کمی، نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای بر حسب نوع مدارس در اداره آموزش و پرورش شهرستان بابلسر می‌باشد. از مدارس ۵ محدوده جغرافیایی این شهرستان (شمال، جنوب، شرق، غرب، مرکز) از هر مدرسه به طور تصادفی ۴۰ نفر از معلمان به عنوان نمونه انتخاب می‌شود.

ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی مصاحبه نیمه ساختاریافته بود و تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس کدگذاری باز، محوری و انتخابی استروس و کورین صورت گرفت. در کدگذاری باز، داده‌های خام به شکل واحدهای معنایی از همدیگر تفکیک شده و اسامی نسبت داده شده به واحدهای معنایی یک کد با مفهوم را شکل می‌دهد. مفاهیم ایجاد شده به طور پیوسته با همدیگر مقایسه می‌شوند تا مشخص شود که آیا مفهوم تازه یک رویداد متفاوت از مفاهیم قبلی است یا نه. اگر متفاوت بود بر مفاهیم قبلی اضافه می‌شود ولی اگر بر رویدادی مشابه با یکی از مفاهیم قبلی دلالت داشت با آن تلفیق و به عنوان یک مفهوم تلقی می‌شود. کدگذاری محوری به تمرکز بر یک مقوله خاص، طرح درباره آن و یافتن پاسخ این سوالات اشاره دارد. برای تحقق این امر در این پژوهش توجه عمیق به بافت، اعمال تعاملات و پیامدها مد نظر می‌باشد. کدگذاری انتخابی مرحله آخر تحلیل داده‌ها در روش نظریه سازی از داده‌هاست. مرحله اول تحلیل یعنی کدگذاری باز که با شناسایی و نام گذاری مفاهیم سروکار دارد با کدگذاری محوری پی‌گیری می‌شود که هدف اصلی آن یافتن روابط موجود در بین موضوعات و مقوله‌هاست. کدگذاری محوری زمینه را برای کدگذاری انتخابی آماده می‌کند، جایی که یک مقوله محوری انتخاب و به عنوان ابزاری برای یکپارچه سازی مقوله‌های اصلی دیگر و بدین وسیله ایجاد ادعاهای نظری قرار می‌گیرد. همچنین ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کمی پرسش‌نامه محقق‌ساخته است. این پرسش‌نامه شامل ۳۶ گویه می‌باشد. منابع گویه‌های مربوط به این پرسش‌نامه، به دو طریق استخراج شد. منبع اول محقق، استفاده از پیشینه و چارچوب نظری پژوهش و منبع دوم نیز مؤلفه‌ها و مفاهیم استخراج شده از مرحله مصاحبه کیفی با صاحب‌نظران بود. این پرسش‌نامه دارای دامنه پاسخ از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق بوده که در سطح سنجش ترتیبی (طیف لیکرت) مورد ارزیابی قرار گرفت. همچنین نمره‌های مربوط به هر گویه ۱ تا ۵ می‌باشد. داده‌های حاصل از پرسش‌نامه از طریق نرم‌افزارهای SPSS و AMOS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

برای حصول اطمینان از روایی بخش کیفی از بازبینی توسط اعضاء، بررسی همکار و مثلث‌سازی منابع داده‌ها استفاده شده است. به منظور پایایی بخش کیفی، مصاحبه‌های پژوهش حاضر توسط شخص دیگری کدگذاری شد و نتایج مشابه با کدگذاری انجام شده توسط پژوهشگر به دست آمد. در این پژوهش از منابعی نظیر مصاحبه با اساتید علم اطلاعات و

دانش‌شناسی استفاده شده است. تعیین روایی پرسشنامه‌های پژوهش حاضر به روش روایی صوری و محتوایی بوده است. به عبارتی روایی صوری بیانگر این است که سؤال‌ها یا گویه‌های آزمون تا چه حد شبیه به موضوعی است که برای اندازه‌گیری آن منطقی که در واقع با قضاوت متخصصان و یا خبرگان مربوط به موضوع است. برای پایایی بخش کمی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که همگی متغیرهای تحقیق بالای ۰/۷۵ بودند.

یافته‌ها

همان‌طور که اشتراوس و کوربین تأکید کرده‌اند، فرایند کدگذاری باز و محوری دو گام متوالی یک فرایند تحلیلی نیستند؛ بلکه فرایند کدگذاری، پویا و شناور انجام می‌گیرد. در ابتدای کدگذاری، تلاش می‌شود که مقوله‌ها از طریق کدگذاری باز مشخص شود و طی کدگذاری محوری، مقوله‌ها به یکدیگر مرتبط می‌شوند. بعد از این که ارتباط بین مقوله‌ها طی کدگذاری باز و محوری شناسایی شدند، طی کدگذاری انتخابی، مقوله‌ها، مقوله‌های فرعی و ارتباط آن‌ها یکپارچه می‌شود تا مدل نظری توسعه یابد.

کدگذاری محوری:

در حالی که کدگذاری باز، داده‌ها را به مقوله‌های مختلف تفکیک می‌کند، کدگذاری محوری، مقوله‌ها و زیر مقوله‌های آن‌ها را با توجه به مشخصه‌ها و ابعاد آن‌ها به یکدیگر مرتبط می‌سازد.

کدگذاری انتخابی:

رویه تحلیل داده‌ها که منجر به خلق مدل نظری می‌شود؛ شامل علم جویی، تفکر مستقل، تفکر انتقادی و هویت یابی ایرانی-اسلامی هستند که پدیده اصلی یعنی تدوین مؤلفه‌های تربیت فرهنگی را تشریح می‌کنند. مدل نظری «مؤلفه‌های تربیت فرهنگی و رابطه آن با رسانه‌های ارتباط جمعی» مطابق با ابعاد مدل پارادایمی در نمودار ۱ قابل مشاهده است.

پس از تهیه مدل پارادایمی برای افزایش اعتبار مدل، مدل پارادایمی در اختیار خبرگانی قرار گرفت که با تربیت فرهنگی آشنایی داشتند. از این خبرگان خواسته شد که در مورد فرایند تدوین و مدل نهایی نظرات خود را ارائه دهند؛ بیشتر آن‌ها مدل را تأیید کردند و بعضی از آن‌ها نظرات اصلاحی نیز داشتند که در فرایندی رفت و برگشت، اصلاحات اعمال و نظر

Table 1. Core codes

جدول ۱. کدهای محوری

مقوله‌ها	کدگذاری محوری
تشویق و بهره‌گیری از کاربرد اخلاق علمی در کلیه سطوح تربیتی	تعهد علمی
توجه به انگیزه و تعهد به روح علم و تاثیر متقابل آن در رسانه	کاربرد
ترکیب دانش در رابطه با تربیت بومی و فرهنگی به واسطه رسانه‌های جمعی	تکنولوژی
توجه به نوآوری در فرایندهای علمی و تربیتی چند رسانه ای	درونی
تأثیر پذیری از زمینه‌های اجتماعی و ارزشی جامعه پیرامون کسب علم با کاربرد فناوری ارتباطی و اطلاعاتی	سازي
پرورش خلاقیت و تربیت فردی و اجتماعی در کسب دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی	دانش
درونی سازی دانش به واسطه رسانه‌های ارتباط جمعی در رابطه با تربیت فرهنگی و اجتماعی	
کاربرد روایات و آموزه‌های تربیتی در علم جویی	
سیاست‌های مستقل رسانه ای در تدوین برنامه‌های فرهنگی	آینده
ترویج اندیشه ورزی در رسانه‌های ارتباط جمعی	نگری
توجه به ترسیم نقشه آینده و تصمیم سازی به واسطه شبکه‌های رسانه ای	
مدیریت اندیشه و کمک به بهبود نگرش مبتنی بر آن	اندیشه
وجود روایات و آموزه‌های تربیتی مبتنی بر ارزش اندیشه ورزی	ورزی
اولویت دهی به اشاعه و ترویج اندیشه ورزی و فرهنگی در رسانه‌ها	
آموزش‌های مبتنی بر عدم وابستگی در ارائه سیاست‌های کلان فرهنگی و تاکید بر بومی سازی آنها	عدم
توسعه فضای رسانه ای به واسطه تربیت فرهنگی مبتنی بر تفکر مستقل	وابستگی
سیاست‌های مستقل رسانه ای در تدوین برنامه‌های فرهنگی	
دوری از تحجر و تعصب در آموزه‌های فرهنگی	تغییر و
برخورداری از انعطاف پذیری	اصلاح
پاسخگویی مناسب و مطلوب و استقبال از تغییر	
توجه به شاخص‌ها و مهارت‌های تفکر انتقادی	انطباق
اهمیت مقابله با تفکر قالبی و کلیشه ای	اجتماعی
انطباق اجتماعی و ارائه راحل‌های بومی جاگزین در تربیت فرهنگی	
ارزیابی انتقادی از وضعیت موجود و موقعیت مطلوب فرهنگی در رسانه‌ها	ارزیابی
کارایی موثر رسانه‌ها در آموزش تفکر انتقادی به نسل جدید	نقدانه
تمرکز بر جنبه‌های انتقادی مختلف تربیتی	
شناساندن پیشینه ملی و عزت ایران در سیاست‌های رسانه ای	شناخت
برخورداری از عزت ملی و ایمان مذهبی	پیشینه و
اعتقاد و آشنایی با مبانی اسلامی و فرهنگ پیش رو آن به واسطه آموزش‌های فقه شیعه	خودباوری
توجه و خودباوری نسبت به استعدادها ملی و مذهبی	ملی و
ترویج و اشاعه همبستگی ملی و مذهبی	مذهبی
تهیه و توسعه برنامه‌های نرم‌افزاری و سخت افزاری فرهنگی پیرامون تقویت هویت ایرانی-اسلامی	
ارزیابی شاخص‌های سبک تربیتی ایرانی-اسلامی	آموزه‌های
کارایی موثر رسانه‌ها در شناساندن پیشینه ملی و مذهبی به نسل جدید	تربیتی ملی
تمرکز بر آموزه‌های تربیتی موجود در زمینه‌های هویتی ملی و مذهبی	و مذهبی

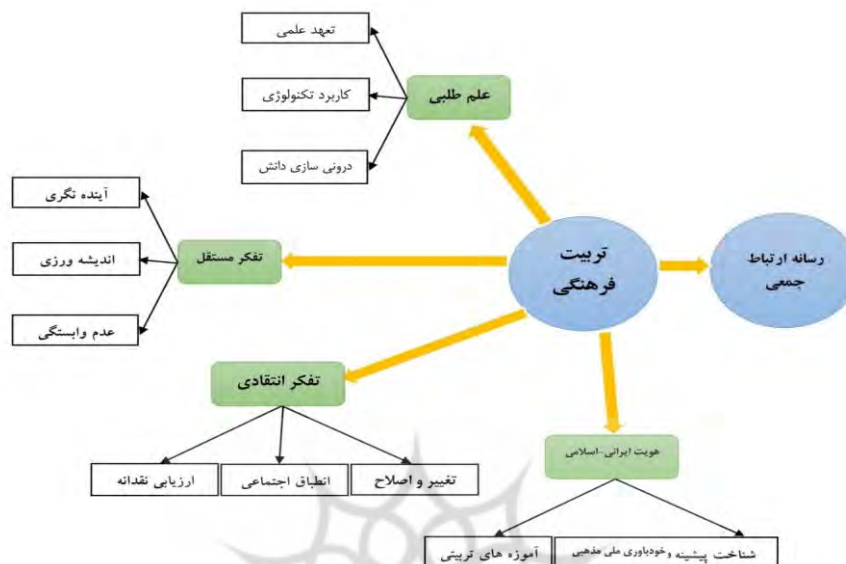


Figure 1. Research paradigm model

شکل ۱. مدل پارادایمی پژوهش

نهایی آن‌ها دریافت شد.

چون از روش کدگذاری به شیوه اشتراوس و کوربین استفاده شده است لذا چارچوب مورد نظر شامل اجزاء زیر می‌باشد:

- مؤلفه‌های مناسب علم جویی جهت شناسایی مؤلفه‌های تربیت فرهنگی و رابطه آن با رسانه‌های ارتباط جمعی شامل: عوامل مبتنی بر تعهد علمی در تربیت فرهنگی، عوامل مبتنی بر کاربرد تکنولوژی در تربیت فرهنگی و عوامل مبتنی بر درونی سازی کسب دانش در تربیت فرهنگی می‌باشد.

- مؤلفه‌های مناسب تفکر مستقل جهت شناسایی مؤلفه‌های تربیت فرهنگی و رابطه آن با رسانه‌های ارتباط جمعی شامل: عوامل مبتنی بر آینده نگری، عوامل مبتنی بر اندیشه ورزی و عوامل مبتنی بر عدم وابستگی می‌باشد.

- مؤلفه‌های مناسب تفکر انتقادی جهت شناسایی مؤلفه‌های تربیت فرهنگی و رابطه آن با رسانه‌های ارتباط جمعی شامل: عوامل مبتنی بر تغییر و اصلاح، عوامل مبتنی بر انطباق

اجتماعی و عوامل مبتنی بر ارزیابی نقادانه می‌باشد.

• مؤلفه‌های مناسب هویت ایرانی-اسلامی جهت شناسایی مؤلفه‌های تربیت فرهنگی و رابطه آن با رسانه‌های ارتباط جمعی شامل: عوامل مبتنی بر شناخت تاریخ و پیشینه ملی و مذهبی، عوامل مبتنی بر خودباوری ملی و مذهبی و عوامل مبتنی بر آموزه‌های تربیتی ملی و مذهبی می‌باشد.

بخش کمی

به جهت انتخاب روش تحقیق آمیخته و طرح اکتشافی کیفی-کمی در این تحقیق، بعد از تدوین مدل مفهومی (پارادایمی) مؤلفه‌های تربیت فرهنگی در مرحله اول، به بررسی وضعیت مفاهیم و موردهای منتخب از داده‌های کمی در قالب روش‌های آمار توصیفی و استنباطی در جامعه آماری معلمان شهرستان بابلسر سنجش شد. ۶۰ درصد (۱۲۰ نفر) از پاسخگویان مرد و ۴۰ درصد (۸۰ نفر) زن هستند. تحصیلات ۴۰ درصد از افراد کاردانی، ۴۰ درصد کارشناسی و ۲۰ درصد کارشناسی ارشد و بیشتر بود. به منظور مشخص شدن استفاده از آماره‌های پارامتریک یا ناپارامتریک از آزمون نرمال بودن استفاده شد.

جدول ۲. نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف در نرمال بودن داده‌ها

Table 2. The results of the Kolmogorov-Smirnov test on the normality of the data

کلموگراف - اسمیرنوف			متغیر
معناداری	درجه آزادی	آماره	
0.134	200	1.163	تعهد علمی
0.289	200	0.975	کاربرد تکنولوژی
0.421	200	0.880	درونی سازی کسب دانش
0.490	200	0.834	آینده نگری
0.116	200	1.194	اندیشه ورزی
0.096	200	1.204	عدم وابستگی
0.169	200	1.112	تغییر و اصلاح
0.618	200	0.755	انطباق اجتماعی
0.381	200	0.908	ارزیابی نقادانه

با توجه به جدول (۳) مطابق با جدول فوق، هنگام بررسی نرمال بودن داده‌ها فرض پژوهشگر مبتنی بر اینکه توزیع داده‌ها نرمال است را در سطح خطای ۰/۰۵ تست می‌کنیم. بنابراین اگر آماره آزمون بزرگتر مساوی ۰/۰۵ به دست آید، در این صورت دلیلی برای رد فرض صفر مبتنی بر اینکه داده نرمال نیست، وجود نخواهد داشت. به عبارت دیگر توزیع داده‌ها نرمال خواهد بود. که با توجه به جدول فوق تمامی سطوح معناداری به دست آمده در خصوص متغیرهای پژوهش بالاتر از سطح ۰/۰۵ پس از اصلاح می‌باشد. به طور کلی با توجه به بررسی‌های انجام شده در خصوص نرمالی داده‌ها با آزمون‌های کولموگروف-اسمیرنوف، می‌توان نتیجه گرفت در حال حاضر داده‌ها به طور قطع نرمال می‌باشد و می‌توان تحلیل استنباطی داده‌ها را انجام رساند.

با توجه به نرمال بودن داده‌ها از آزمون پارامتریک همبستگی پیرسون استفاده می‌گردد.

آزمون همبستگی پیرسون

جدول ۲. ماتریس همبستگی بین متغیرهای مورد مطالعه

Table 3. Correlation matrix between the studied variables

متغیر	1	2	3	4	5	6	7	8	9
تعهد علمی	1								
کاربرد تکنولوژی	.46**	1							
درونی سازی کسب دانش	.59**	.53**	1						
آینده نگری	.42**	.55**	.48**	1					
اندیشه ورزی	.41**	.49**	.44**	.52**	1				
عدم وابستگی	.61**	.74**	.58**	.65**	.71**	1			
تغییر و اصلاح	-.20**	-.22**	-.19**	-.28**	-.21**	-.32**	1		
انطباق اجتماعی	-.25**	-.24**	-.20**	-.37**	-.25**	-.25**	.44**	1	
ارزیابی نقادانه	-.28**	-.17*	-.15*	-.13*	-.19*	-.30**	.52**	.42**	1

* در سطح 0.05 معنی داری است. ** در سطح 0.01 معنی داری است. N = 200

نتایج مندرج در جدول (۴)، همبستگی معناداری بین متغیرهای مورد بررسی را نشان می‌دهد.

مدل ساختاری

در ابتدا مدل اندازه‌گیری پژوهش مورد بررسی قرار گرفت و تمامی گویه‌ها توان پیش‌بینی معنادار مؤلفه‌ها را دار بودند و به‌طور کلی در مرحله‌ی اول مدل اندازه‌گیری پژوهش CFA مورد تایید و واقع‌گردیده شد و سپس مدل ساختاری ترسیم گردید.

شاخص‌های برازش مدل

پس از اجرای تحلیل مسیر، مدل تجربی و قابل استفاده به دست آمد. جهت ارزیابی مدل معادله ساختاری آزمون‌ها با شاخص‌های مختلفی وجود دارد که شاخص‌های برازندگی نامیده می‌شوند.

کای اسکور نسبی (χ^2/df): یکی از شاخص‌های عمومی برای به حساب آوردن پارامترهای آزاد در محاسبه شاخص برازش، کای اسکور نسبی است که از تقسیم ساده مقدار کای اسکور بر درجه آزادی مدل محاسبه می‌شود و مقدار قابل قبول برای این شاخص مقادیر بین ۱ تا ۳ می‌باشد (هومن، ۱۳۸۷).

ریشه میانگین مجذور خطای برآورد (RMSEA): جذر برآورد واریانس خطای تقریب می‌باشد که به صورت اعشاری گزارش می‌شود. این شاخص برای فواصل اطمینان مختلف نیز قابل محاسبه است و مدل‌های قابل قبول دارای مقدار کمتر از ۰/۰۸ هستند. برازش مدل‌هایی که دارای مقادیر بالاتر از ۰/۰۸ هستند ضعیف برآورد می‌شود.

شاخص برازش مقایسه‌ای^۱ (CFI): این شاخص از طریق مقایسه یک مدل به اصطلاح مستقل که در آن بین متغیرها هیچ رابطه‌ای نیست با مدل پیشنهادی مورد نظر، مقدار بهبود را می‌آزماید محققان معتقدند که مقدار قابل قبول برای این شاخص ارقام بزرگتر از ۰/۹ است.

شاخص برازش تطبیقی یا NFI: یکی از شاخص‌های تطبیقی است. این شاخص بر مبنای همبستگی بین متغیرها در مدل قرار دارد به نحوی که ضرائب بالای همبستگی بین آن‌ها به مقادیر بالای شاخص برازش تطبیقی می‌انجامد. مقدار قابل قبول برای آن باید بزرگتر از ۰/۹ باشد.

1 Comparative fit index

جدول ۴. شاخص‌های برازش حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها و متغیرها

Table 4. Fit indices obtained from the analysis of data and variables

شاخص	شاخص‌های نیکویی برازش	مقادیر مطلوب	مقادیر به دست آمده قبل از اصلاح	نتیجه‌گیری
	آزمون نیکویی برازش مجذور کای (χ^2)	Nil	310.411	-
مطلق	شاخص نیکویی برازش (GFI)	≥ 0.90	0.982	برازش قابل قبول
	شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI)	≥ 0.90	0.976	برازش قابل قبول
تطبیقی	شاخص استاندارد شده برازش (NFI)	≥ 0.90	0.984	برازش قابل قبول
	شاخص برازش تطبیقی (CFI)	≥ 0.90	0.979	برازش قابل قبول
	شاخص برازش تطبیقی (TLI)	≥ 0.90	0.957	برازش قابل قبول
	شاخص برازش نسبی (RFI)	≥ 0.90	0.983	برازش قابل قبول
مقتصد	شاخص برازش هنجار شده (PNFI)	≥ 0.5	0.536	برازش قابل قبول
	ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب (RMSEA)	≤ 0.08	0.041	برازش قابل قبول
	نسبت مجذور کای به درجات آزادی (χ^2/df)	≥ 3	2.747	برازش قابل قبول
	درجه آزادی (df)	≥ 0	113	
	ارزش (p)	≥ 0.05	0.001	برازش قابل قبول

با توجه به جدول (۵) مقدار RMSEA برابر با ۰/۰۴۱ می‌باشد لذا این مقدار کمتر از ۰/۱ است که نشان دهنده این است که میانگین مجذور خطاهای مدل مناسب است و مدل قابل قبول می‌باشد. همچنین مقدار کای دو به درجه آزادی (۲/۷۴۷) بین ۱ و ۳ می‌باشد و میزان شاخص GFI، CFI و NFI نیز برابر با ۰/۹ می‌باشد که نشان می‌دهند مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش، مدل مناسب (مدل دارای هماهنگی) است.

جدول ۵. پیش بینی متغیرهای پنهان توسط متغیرهای آشکار در مدل

Table 5. Prediction of hidden variables by obvious variables in the model

متغیر مشاهده شده	جهت	متغیر پنهان	مقدار غیراستاندارد	مقدار استاندارد شده	آماره t	P
علم جویی	←	تربیت فرهنگی مبتنی بر رسانه‌های ارتباط جمعی	0.397	0.287	5.396	0.000
تفکر مستقل	←	تربیت فرهنگی مبتنی بر رسانه‌های ارتباط جمعی	0.351	0.240	4.034	0.000
تفکر انتقادی	←	تربیت فرهنگی مبتنی بر رسانه‌های ارتباط جمعی	0.337	0.219	3.206	0.001
هویت ایرانی-اسلامی	←	تربیت فرهنگی مبتنی بر رسانه‌های ارتباط جمعی	0.389	0.2697	4.034	0.000

جدول ۶. برآورد مستقیم مدل به روش حداکثر درست نمایی^۱ (ML)

Table 6. Direct estimation of the model by maximum likelihood method (ML) 2

متغیر	B (اثر استاندارد نشده)	B (اثر استاندارد شده)	R2 (ضریب تبیین)
تأثیر علم جویی بر تربیت فرهنگی مبتنی بر رسانه‌های ارتباط جمعی	0.397	0.287	0.113
تأثیر تفکر مستقل بر تربیت فرهنگی مبتنی بر رسانه‌های ارتباط جمعی	0.351	0.240	0.084
تأثیر تفکر انتقادی بر تربیت فرهنگی مبتنی بر رسانه‌های ارتباط جمعی	0.337	0.219	0.073
تأثیر هویت ایرانی-اسلامی بر تربیت فرهنگی مبتنی بر رسانه‌های ارتباط جمعی	0.363	0.254	0.092

در جداول فوق (۵ و ۶)، مقادیر استاندارد شده و استاندارد نشده مسیرهای پیش‌بینی متغیرهای پژوهش برون‌زا را بر متغیر درون‌زا با یکدیگر و پیش‌بینی متغیرهای مشاهده شده بر متغیرهای پنهان را با توجه به مقدار t به دست آمده در مدل را نشان می‌دهد. به طور کلی تمامی مقادیر به دست آمده معنی‌دار می‌باشد و نشان دهنده پیش‌بینی معنی‌دار است. نتایج حاصل از معادلات ساختاری حاکی است که مدل اندازه‌گیری مؤلفه‌های تربیت فرهنگی معنی‌دار بوده و می‌توان بیان کرد مدل و الگوی مؤلفه‌های تربیت فرهنگی و رابطه آن با رسانه‌های ارتباط جمعی معنی‌دار می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های مربوط به سوالات نظری پیرامون مدل کاربردی مؤلفه‌های تربیت فرهنگی و همچنین یافته‌های کمی مبتنی بر پرسشنامه در بین معلمان شهرستان بابلسر نشان می‌دهد که مؤلفه‌های تربیت فرهنگی مبتنی بر رسانه‌های ارتباط جمعی، عبارت‌اند از چهار عامل اصلی شامل علم جویی، تفکر مستقل، تفکر انتقادی و هویت ایرانی-اسلامی، به طوری که هر یک از این مؤلفه‌ها (شاخص‌ها) دارای مؤلفه‌های فرعی می‌باشند. مؤلفه‌های مربوطه در علم جویی در الگوی مؤلفه‌های تربیت فرهنگی در ارتباط با رسانه‌های ارتباط جمعی، در برگزیده عوامل

1- Maximum Likelihood

مبتنی بر تعهد علمی در تربیت فرهنگی، عوامل مبتنی بر کاربرد تکنولوژی در تربیت فرهنگی و عوامل مبتنی بر درونی سازی کسب دانش در تربیت فرهنگی بود. همچنین مؤلفه‌های فرعی مربوط به مؤلفه تفکر مستقل برای شناسایی الگوی مؤلفه‌های تربیت فرهنگی در ارتباط با رسانه‌های ارتباط جمعی، عبارت بود از عوامل مبتنی بر آینده‌نگری، عوامل مبتنی بر اندیشه‌ورزی و عوامل مبتنی بر عدم وابستگی؛ مؤلفه‌های شناسایی شده تربیت فرهنگی در ارتباط با رسانه‌های ارتباط جمعی از بعد تفکر انتقادی نیز عبارت بود از عوامل مبتنی بر تغییر و اصلاح، عوامل مبتنی بر انطباق اجتماعی و عوامل مبتنی بر ارزیابی نقادانه؛ و مؤلفه‌های مربوطه در هویت ایرانی-اسلامی در الگوی مؤلفه‌های تربیت فرهنگی در ارتباط با رسانه‌های ارتباط جمعی، نیز در برگرفته عوامل مبتنی بر شناخت تاریخ و پیشینه ملی و مذهبی، عوامل مبتنی بر خودباوری ملی و مذهبی و عوامل مبتنی بر آموزه‌های تربیتی ملی و مذهبی بود.

از نتایج این پژوهش این بود که مؤلفه‌های «علم جویی» و «تفکر مستقل» در تربیت فرهنگی با رسانه‌های جمعی ارتباط دارد. این نتیجه تا حدودی با نتایج پژوهش (Zargar, 2015) و (Yoosof Zadeh, 2019) و همچنین ارتباط «تفکر انتقادی» به عنوان یکی از مؤلفه‌های تربیت فرهنگی با رسانه‌های جمعی با نتایج پژوهش (Babaei, 2015) همسو است. از دیگر نتایج این پژوهش این بود که یکی از مؤلفه‌های تربیت فرهنگی که با رسانه‌های جمعی ارتباط دارد، «هویت‌یابی ایرانی-اسلامی» است. این نتیجه نیز با نتایج پژوهش‌های (Esmaeili, 2002; Qolipoor, 2012; Mahboobimanesh, 2019) همخوانی دارد.

نتایج حاصل از تحلیل یافته‌های کیفی و کمی مطالعه حاضر نشان می‌دهد که با توجه به تأثیر تعلیم و تربیت بر حوزه‌های مختلف فرهنگی و اجتماعی خانواده‌ها و جامعه، وجود و تعمیم رسانه‌ها در راستای ایجاد تحول در نظام تعلیم و تربیت، امری انکار ناپذیر و چه بسا ضروری است. از این رو، اهمیت دادن شاخص‌های تربیتی از جمله تربیت فرهنگی و شناسایی رابطه و کارکرد آن با رسانه‌های ارتباط جمعی کمک می‌کند تا به تأثیر نامطلوب این رسانه‌ها نیز در کنار خاصیت آموزش‌دهی و تعلیم فراگیر و گسترده‌ی علوم مختلف توجه شود. از سویی دیگر، تربیت فرهنگی، جریانی است که طی آن نظام تربیتی حاکم بر جامعه هنجارها، مهارت‌ها و الگوها، انگیزه‌ها طرز رفتارها قواعد مورد نیاز افراد جامعه و روابط هر فرد را شکل می‌دهد تا افراد بتوانند بر اساس آموخته‌های خود ایفای نقش نمایند.

سهم مشارکت نویسندگان: نویسنده ۱ مسئولیت جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق را بر عهده داشت. نویسنده ۲ مسئول هدایت فرآیند کلی تحقیق بود. نویسنده ۳ مسئول طراحی طرح تحقیق بود، همه نویسندگان نتایج را مورد بحث قرار دادند، نسخه نهایی نسخه خطی را بررسی و تایید کردند.

تضاد منافع: نویسندگان اذعان دارند که در این مقاله هیچگونه تعارض منافی وجود ندارد.

منابع مالی: پژوهش حاضر از هیچ مؤسسه و نهادی حمایت مالی دریافت نکرده و کلیه هزینه‌ها در طول فرآیند اجرای پژوهش بر عهده پژوهشگران بوده است.

تشکر و قدردانی: پژوهش حاضر بدون همکاری مشارکت‌کنندگان امکان‌پذیر نبود؛ بدینوسیله از کلیه مشارکت‌کنندگان تقدیر و تشکر به عمل می‌آید.

References

- Adlipour, S., Ghasemi, V., & Mir Mohammad Tabar, S. A. (2013). The effect of Fai Sebok social network on the cultural identity of the youth of Isfahan city, *Iranian Cultural Research Quarterly*, 7th Volume, No. 1, pp. 1-28. DOI: 10.7508/ijcr.2014.25.001289 [Persian]
- Altugan, A. S. (2015). The Effect of Cultural Identity on Learning. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 190, 455-458.
- Babaei, M., & Ashrafi, M. (2015). Cultural pathology of religious government from Imam Khomeini's point of view, *Sepehr Policy Magazine*, 2(5), 7-31. [Persian]
- Beygi, S. (2012). Analysis of human agency in the face of cyberspace based on the Islamic theory of action and the study of its consequences in education (Master's thesis). University of Tehran, Iran. [Persian]
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. in J. G. Richardson, s Handbook for theory and research for Sociology of Education.
- Brahman, M. (2017). Clarifying and criticizing the goals of Bourdieu's cultural education (according to the views of Imam Khomeini (RA)). *Research in Islamic education issues*, year 26, new period, number 83, 77-104. DOI: 20.1001.1.22516972.1402.31.3.1.1 [Persian]
- Colombage, S. (2019). NSF International Conference on Social and Cultural Nexus of Science and Technology Development. *Sri Lanka Journal of Social Sciences*, 42(2), 143-145. <http://doi.org/10.4038/sljss.v42i2.7969>

- Danaye Toosi, M., & Kiamanesh, A. (2009). Theoretical approaches underlying the definition of literacy, Quarterly magazine of educational innovations, Period 8, Number 3, 75-100. [Persian]
- Darzian Rostami, H., & Mansouri Sadeh, M. (2012). The role of new technologies in the cultural identity of young people, *Communication Culture Journal*, 3(9), 78-102. [Persian]
- Earley, P. C., & Ang, S. (2003). "Cultural Intelligence: Individual interactions across cultures", Stanford, CA, Stanford Business Books, p.900.
- Ebrahimi, A., Mirshahjafari, S. E., & KHurasgani, A. R. (2021). Identify and explain the requirements of e-learning, in accordance with the characteristics of today s undergraduate students, *Journal of Educational Approaches*, 17(2), 83-86. DOI: [10.22108/NEA.2023.134910.1822](https://doi.org/10.22108/NEA.2023.134910.1822). [Persian]
- Ebrahimi, S. (2022). The Role of Teachers Digital Competencies, Use Intention of Online Teaching and Students Online Learning Difficulties in Predicting Online Teaching Behavior, *Journal of Educatinal Sciences*, 29(2), 105-126. DOI:[10.22055/edus.2022.40050.3335](https://doi.org/10.22055/edus.2022.40050.3335) [Persian]
- Esmaeili, H., & Khalili, A. (2002). Cultural pathology of Iranian universities, Tehran, office of Cultural and Social Studies and Planning of the Ministry of Science, Research and Technology. [Persian]
- Esmaili, M., & Kavousi, E. (2022). The future study of the cultural education of teenagers based on the religious teachings of Nahj al-Balagha. *Future Management Quarterly*, year 32, number 128, 27-15. DOI:[10.30495/JMFR.2022.20261](https://doi.org/10.30495/JMFR.2022.20261) [Persian]
- Giddens, A. (1986). *Sociology*, Translated by Manouchehr Sabouri, Tehran, Ney Publication.
- Gutierrez, A. (2008). *Filling the critical literacy vessel: constructions of critical literacy*. Brisbane: Aare.
- Haghighi, M. R. (2012). Investigating the effect of satellite on the cultural identity of youth (case study: Directors of Iran Public Relations Association). *Media studies*. Year 7, No. 18, 43-55. [Persian]
- Hosseini, S. M., FathiVajargah, K., Haghani, M., Arefi, M., & Rezaeizadeh, M. (2021). The position of Digital Citizenship Education in the Official Curricula of Elementary School in Educational System of Iran, *Journal of Educatinal Sciences*, 28(1), 229-252. DOI: [org/10.22055/edus.2021.36140.3170](https://doi.org/10.22055/edus.2021.36140.3170) [Persian]
- Hoseinpoor, J., & Motamed Nezhad, K. (2011). Investigating the relationship between media consumption and the amount of social capital Citizens of Tehran, *Welfare Planning and Social Development Journal*, 6, 129-174. [Persian]
- Kapur, R., Cultural Educatio. BMJ (2019). Available from: https://www.researchgate.net/profile/Radhika_Kapur/publication/334364956_Cultural_Education/links/5d25d63b9285Tcf440752d71/Cultural-Education

- Karimian, H., Nanategi, A., & Seifi, F. (2016). Critical thinking and Islamic education, *Journal of Ethical Research*, 6(4), 163-181. [Persian]
- Lugo, M. V. (2007). An examination of cultural and emotional intelligences in the development of global transformational leadership skills. Dissertation for the degree of doctor of philosophy. Walden University.
- Mahboobimanesh, H. (2019). Culture and reforms, Police knowledge magazine, 5(10), 93-121. [Persian]
- Mary, J. (2017). Impact of Mass Media on the Culture and Tradition of Irula Tribe in Tamil Nadu, India. Book of Omsons Publications. 12(1), 219-232.
- Markus, H. R., & Kitayama, S. (2010). Cultures and selves: A cycle of mutual constitution. *Perspectives on Psychological Science*, 5(4), 420-430.
- Mcluhan, M. (1998). Understanding Media: The Extensions of Man, Translated by Saeid AzariSeda sima publications, Programmatic research and studies and measurement center.
- McQuail, D., & Seven Windal. (2008). Models of mass communication, Translated by Goders Mirani, Tehran Publishing House of tarhe ayandeh.
- Nazarpour, Mohammad Naghi, Emadi, & Seyed Javad. (2009). Article: Examining the solution of religion in solving the identity crisis in youth. *Cultural Engineering*, 27(3), 21-35.
- Niazi, M., Ganji, M., & Furqani Noushabadi, Z. (2017). Investigating social and cultural factors affecting cultural identity with an emphasis on the generational gap among students (case study: female high school students in Kashan city in the academic year 92-93). *Scientific Quarterly of Intercultural Studies*, 11(30), 118-93. DOI: 20.1001,1,17358663,1395,11 [Persian]
- Putz, B. (2008). The promotion of cultural knowledge, Vienna, no2.
- Ray, M., & Jat, K. R. (2010). Effect of electronic media on children. *Indian Pediatrics*, 47, 561-568.
- Qolipoor, M., & Abrahamzadeh, F. (2012). The relationship between dimensions of organizational culture and creativity of employees, *Journal of Cultural Management*, 13(3), 85-98. [Persian]
- Salahshoori, A., Yadollahifar, M., & KHonakdar, M. (2013). Basics and components of political education from Imam Khomeini's point of view, *Islamic Revolution Research Journal*, 2(5), 111-126. [Persian]
- Shariatmadari, A. (1995). Society and education, Tehran, Amir Kabir Publications. [Persian]
- Shokati, A. (2016). Comparative study of cultural education of Bourdieu and Imam Khomeini, Master's thesis in philosophy of education, Boali University of Hamedan, Iran. [Persian]

- Triandis, H. (2000). Cultural intelligence in organization. *Group and organization*, 32, 20-26.
- Yoosofzadeh, M., Afzali, A., & Rezvanian, M. (2019). Construction and validation of the cultural education questionnaire based on the views of Imam Khomeini and the Supreme Leader, *Journal of Culture in Islamic University*, 2(5), 7-31. [Persian]
- Zargar, A., & Nafar, Z. (2015). Ideal model of student political culture from Imam Khomeini's point of view, *Journal of Culture in Islamic University*, 5(1), 125-150. [Persian]

