



A Structural and Content Analysis of the Role of Cyberspace and Media in Undermining Hijab and Family-Centricity

Zeanab musavisadat

Assistant Professor, Department of Jurisprudence and Fundamentals of Islamic Law, Payame Noor University, Tehran, Iran
musvisadat@pnu.ac.ir

Abstract

This study aimed to examine the role of cyberspace and media in undermining hijab and family-centric values, focusing on the overt and covert mechanisms through which messages exert influence. Employing a qualitative research design based on in-depth content analysis, the study gathered data from content published on social media, online news outlets, and cultural and entertainment products. Data analysis—utilizing open, axial, and selective coding—identified themes such as the normalization of informal attire, the redefinition of the family, the elevation of non-aligned figures as role models, and the stripping of values of their humorous or lighthearted context. The findings revealed that these themes—employing positive framing, symbolism, and meaningful omission—transform audience attitudes and behaviors while facilitating the acceptance of alternative lifestyles. Interpreting these results through the lens of Cultivation Theory and Bourdieu's concept of cultural reproduction demonstrated the media's capacity to reconfigure norms. Consequently, the production of indigenous content, media literacy education, and purposeful collaboration with popular online influencers pave the way for an intelligent and proactive engagement with this trend.

Keywords: Cyberspace, Media, Hijab, Family-centricity, Qualitative content analysis.



تحليل بنيوي وموضوعي لدور الفضاء السيبراني والإعلام في تقويض الحجاب ومحورية الأسرة

زينب موسى سادات

أستاذ مساعد، قسم الفقه وأصول الشريعة الإسلامية، جامعة بيام نور، طهران، إيران.

musvisadat@pnu.ac.ir

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى بحث دور الفضاء الإلكتروني ووسائل الإعلام في تقويض الحجاب والقيم المتمحورة حول الأسرة، مع التركيز على الآليات الظاهرة والخفية التي تمارس من خلالها الرسائل تأثيرها. وقد اعتمدت الدراسة منهجاً بحثياً نوعياً يركز على تحليل معمق للمحتوى، حيث جمعت البيانات من مواد منشورة على منصات التواصل الاجتماعي، ومنافذ الأخبار الإلكترونية، والمنتجات الثقافية والترفيهية. وأسفر تحليل البيانات - باستخدام أساليب الترميز المفتوح والمحوري والانتقائي - عن تحديد عدة محاور، منها: تطبيع المظهر غير الرسمي (الملابس غير الرسمية)، وإعادة تعريف الأسرة، وتقديم شخصيات لا تتبنى القيم التقليدية كنماذج يُحتذى بها، وتجريد القيم من سياقها المرح أو الخفيف. كشفت النتائج أن هذه المحاور - المتمثلة في استخدام الصياغة الإيجابية، والرمزية، والحذف المقصود - تُغيّر اتجاهات الجمهور وسلوكياته، وتُسَهِّل في الوقت ذاته تقبُّل أنماط حياة بديلة. وقد أظهر تفسير هذه النتائج، في ضوء "نظرية الغرس الثقافي" (Cultivation Theory) ومفهوم "إعادة الإنتاج الثقافي" لدى بورديو، قدرة وسائل الإعلام على إعادة تشكيل الأعراف السائدة. وبناءً على ذلك، فإن إنتاج محتوى أصيل، وتعزيز الثقافة الإعلامية، والتعاون الهادف مع المؤثرين البارزين عبر الإنترنت، تُمهّد الطريق لتفاعل ذكي واستباقي مع هذا الاتجاه. الكلمات المفتاحية: الفضاء السيبراني، الإعلام، الحجاب، التمرکز حول الأسرة، تحليل المحتوى النوعي.

تحلیل ساختاری و محتوایی نقش فضای مجازی و رسانه در تضعیف حجاب و خانواده محوری

زینب موسوی سادات

استادیار گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

musvisadat@pnu.ac.ir

چکیده

این پژوهش با هدف واکاوی نقش فضای مجازی و رسانه در تضعیف حجاب و خانواده محوری، با تمرکز بر سازوکارهای آشکار و پنهان اثرگذاری پیام‌ها، انجام شد. روش پژوهش کیفی و مبتنی بر تحلیل محتوای عمیق بود و داده‌ها از مطالعه موردی محتوای منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های خبری آنلاین و محصولات فرهنگی و سرگرمی گردآوری شد. تحلیل داده‌ها با کدگذاری باز، محوری و گزینشی، به شناسایی مضامینی مانند عادی‌سازی پوشش غیررسمی، بازتعریف خانواده، قهرمان‌سازی از الگوهای غیرهمسو و طنزدایی از ارزش‌ها انجامید. یافته‌ها نشان داد این مضامین با بهره‌گیری از قاب‌بندی مثبت، نمادپردازی و حذف معنادار، نگرش‌ها و رفتار مخاطبان را دگرگون و پذیرش سبک‌های زندگی جایگزین را تسهیل می‌کنند. تفسیر یافته‌ها در پرتو نظریه کاشت و رویکرد بازتولید فرهنگی بوردیو نشان داد رسانه‌ها توان بازپیکربندی هنجارها را دارند. براین اساس، تولید محتوای بومی، آموزش سواد رسانه‌ای و همکاری هدفمند با نقش‌آفرینان محبوب فضای مجازی، زمینه مواجهه‌ای هوشمندانه و ایجابی با این روند را فراهم می‌سازد.

کلیدواژه‌ها: فضای مجازی، رسانه، حجاب، خانواده محوری، تحلیل محتوای کیفی

مقدمه

تحولات شتابان فناوری اطلاعات و ارتباطات در سده بیست و یکم، ساختار زندگی فردی و جمعی را به گونه‌ای تغییر داده است که دیگر نمی‌توان مرز روشنی میان «واقعیت اجتماعی» و «بازنمایی مجازی» ترسیم کرد. در این میان، فضای مجازی و رسانه‌های نوین به عنوان دو بستر اصلی تولید، تبادل و مصرف اطلاعات، نقشی تعیین کننده در بازآفرینی ارزش‌ها، نگرش‌ها و هنجارهای اجتماعی ایفا می‌کنند. در کشوری چون ایران که فرهنگ و هویت از پیوند عمیق میان ایمان دینی، سنت‌های اجتماعی و ساختار خانواده شکل گرفته است، این تحولات واجد اهمیت ویژه‌ای است.

حجاب و خانواده محوری، دو مؤلفه بنیادین در منظومه ارزشی جامعه ایرانی - اسلامی به شمار می‌آیند. حجاب، نه صرفاً به معنای پوشش جسم، بلکه به مثابه نماد عفاف، کرامت انسانی و مرزبندی فرهنگی تعریف شده است. خانواده نیز به عنوان نخستین و مهم‌ترین نهاد اجتماعی، جایگاه تربیتی، عاطفی و اخلاقی بی‌بدیلی دارد که پایداری جامعه بر آن استوار است. با این حال، گسترش فضای مجازی این دو مؤلفه را به عرصه‌ای برای بازتعریف‌ها، چالش‌ها و حتی تقابل‌های گفتمانی بدل کرده است.

تحلیل یافته‌های پژوهش

در جریان تحلیل کیفی داده‌ها، آنچه در بطن حجم انبوه نمونه‌های رسانه‌ای و

فضای مجازی کشف شد، شبکه‌ای پیچیده از مضامین آشکار و پنهان بود که بافت معنایی حجاب و خانواده محوری را متأثر می‌ساخت. این شبکه نه خطی و تک‌ساحتی، بلکه چندبعدی، هم‌زمان و متداخل عمل می‌کرد، درست همان‌گونه که جلیلی‌راد (۱۳۹۵: ۴۷) بر چندساحتی بودن اثرات فضای مجازی بر فرهنگ عفاف و حجاب تأکید می‌کند. داده‌های گردآوری شده از پلتفرم‌های اجتماعی، تولیدات تصویری، کلیپ‌ها، پست‌های متنی و نیز محتوای شبه‌خبری و سرگرمی، همگی حامل نشانه‌هایی بودند که با روش تحلیل محتوای کیفی براساس کدگذاری باز، محوری و گزینشی استخراج و بازاریابی شدند تا امکان روایت‌سازی تحلیلی پیدا کنند.

همسوبا نظرنصرتی و عالمی بکتاش (۱۳۹۵: ۹۴)، که فضای مجازی را بستری برای دگرگونی تدریجی ارزش‌های پوشش معرفی کرده‌اند، داده‌ها نشان داد که بخش مهمی از فرآیند تغییر، از خلال نمایش تکراری، نمادپردازی پنهان و انتقال غیرمستقیم پیام‌ها صورت می‌گیرد. این پیام‌ها طیفی از آشکارترین تا ظریف‌ترین لایه‌های معنا را شامل می‌شدند؛ از تبلیغات صریح پوشش غیررسمی تا غیبت معنادار الگوهای خانواده متعهد در روایت‌های داستانی. در همین راستا، محتوای تحلیل شده در قالب چهار دسته کلان مضامین سازمان‌دهی شد که هر دسته شامل خوشه‌های فرعی و نمونه‌های تجربی متعدد بود. برای وضوح بیشتر این فرایند، جدول نخست به شناسایی مضامین اصلی و شواهد بارز اختصاص یافت.



جدول ۱ - مضامین کلان و نمونه‌های شواهد رسانه‌ای به ترتیب استخراج تحلیلی

ردیف	مضمون کلان	زیرمضامین / کدهای محوری	نمونه‌های رسانه‌ای	برداشت تحلیلی
	عادی‌سازی پوشش غیررسمی	مدگرایی مفرط، نمایش مثبت از پوشش غربی	کلیپ‌های تبلیغ برزند لباس با مدل بی حجاب (جلیلی‌راد، ۱۳۹۵)	شکل‌گیری هنجار جدید بدون مواجهه آشکار
	بازتعریف خانواده	تمرکز بر فردگرایی، حذف خانواده گسترده	سریال‌های پربازدید پلتفرم‌های VOD با غیبت الگوی خانواده سنتی	جابه‌جایی تدریجی تصور از نهاد خانواده
	قهرمان‌سازی از الگوهای غیرهمسو	دعوت به الگوگیری از شخصیت‌های بی‌پایند به ارزش‌ها	داستان موفقیت اینفلوئنسر بی حجاب در رسانه‌های خبری	مشروعیت‌بخشی به گسست فرهنگی
	طنززدایی از ارزش‌ها	طنز و میم برای کوچک جلوه دادن حجاب	میم‌های وایرال نقدکننده پوشش رسمی (نصرتی و عالمی بکتاش، ۱۳۹۵)	کاهش حساسیت روانی نسبت به ارزش رسمی

این چهار مضمون، که با یافته‌های مهدی زاده کاریزکی و رحیم داد (۱۳۹۶: ۸۱) درباره دوگانه‌سازی فضای مجازی و فرهنگ سنتی همخوانی داشتند، پایه‌ای محکم برای تحلیل لایه‌های عمیق‌تر داده‌ها فراهم کردند. اما تحلیل صرفاً به شواهد سطحی محدود نماند؛ همان‌گونه که شیخ‌سفلی و زنگوئی (۱۳۹۴: ۹۶) از نفوذ ساختاری پیام‌های خارجی در فضای مجازی سخن گفته‌اند، داده‌ها در گام دوم در چارچوب روابط درونی و هم‌افزایی میان مضامین بررسی شدند. به همین منظور، جدول دوم به نمایش روابط متقاطع میان این مضامین اختصاص یافت.

جدول ۲ - شبکه روابط میان مضامین کلان براساس تحلیل محوری

از/به	عادی‌سازی پوشش غیررسمی	بازتعریف خانواده	قهرمان‌سازی از الگوهای غیرهمسو	طنززدایی از ارزش‌ها
عادی‌سازی پوشش غیررسمی	-	↑ جابه‌جایی ارزش‌های وابسته به خانواده	↑ پیوند با موفقیت فردگرایانه	↑ کاهش حساسیت بصری
بازتعریف خانواده	↑ کاهش مرزهای پوشش	-	↑ الگوگیری فرزندمحور از شبکه‌های اجتماعی	↑ پذیرش سبک‌های زندگی غیرهمسو

قهرمان سازی	↑ مشروعیت تغییر پوشش	↑ نایب ساختارهای فردی	-	↑ انتقال پیام ضد ارزش از مسیر محبوبیت
طنززدایی	↑ عادی سازی رفتار	↑ کم رنگ سازی نقش خانواده	↑ نقیض غیر مستقیم قهرمانان بومی	-

فلش های روبه بالا نشان دهنده جهت اثرگذاری هستند. همان گونه که تحلیل داده ها نشان می دهد، عادی سازی پوشش و بازتعریف خانواده معمولاً در یک چرخه هم افزا عمل می کنند که حاصل آن بی ثباتی هنجارهای پوشش و نهاد خانواده است؛ فرآیندی که سلمان پور (۱۴۰۰: ۱۳۸) آن را با کاهش گرایش نوجوانان به ارزش های دینی پیوند می دهد.

در گام بعد، تحلیل به سطح جزئیات رسید تا شگردهای مشخص انتقال پیام را آشکار کند. به همین منظور، جدول سوم، تکنیک های رسانه ای کشف شده را نشان می دهد.



جدول ۳ - تکنیک‌های رسانه‌ای مؤثر بر بازنمایی حجاب و خانواده

ردیف	تکنیک رسانه‌ای	شرح فنی/کارکرد	نمونه رسانه‌ای	منبع/تأیید نظری
۱	قالب‌بندی مثبت	انتخاب زاویه و نور برای جذاب‌سازی پوشش غیررسمی	عکس‌برداری مدل‌ها با پس‌زمینه مدرن	مهدی‌زاده کاریزکی و رحیم‌داد (۱۳۹۶)
۲	حذف معنادار	نیارودن تصویر خانواده سنتی در داستان	سریال آنلاین بدون شخصیت بزرگسال متعهد	محمدزاده (۱۴۰۰)
۳	اعتباربخشی با چهره مشهور	استفاده از افراد محبوب برای بیان پیام	همکاری اینفلوئنسر با برند پوشاک	حاج محمدی و حاج محمد (۱۳۹۶)
۴	طنز برای گریزاز مقاومت	استفاده از شوخی و میم	کارتون یا ویدئو کوتاه در تلگرام و اینستاگرام	نصرتی و عالمی بکتاش (۱۳۹۵)
۵	نمادسازی فرهنگی	استفاده از لوکیشن یا شیء با بار معنایی	حضور پرچم‌های خارجی یا نماد شهری غربی در پس‌زمینه	اسدی (۱۳۹۶)

آنچه جدول سوم نشان می‌دهد این است که تکنیک‌ها اغلب در ترکیب با هم استفاده شده و مرز میان آن‌ها در عمل محو می‌شود. برای مثال، قالب‌بندی مثبت در تبلیغات ممکن است با حذف معنادار الگوهای خانواده در همان پیام همراه باشد، و این ترکیب اثر مضاعف دارد.

در نهایت، و برای آن که بتوان الگوی کلی کشف شده در این پژوهش را به شکلی فشرده جمع‌بندی کرد، جدول چهارم مدل انتزاعی فرآیند اثرگذاری را نمایش می‌دهد.

جدول ۴ - مدل فرآیند اثرگذاری فضای مجازی و رسانه بر حجاب و خانواده

مرحله	عمل رسانه‌ای	پیام ضمنی	نتیجه اجتماعی	پشتیبانی نظری
۱	انتخاب و تولید محتوای خاص	این رفتار/ پوشش/ سبک زندگی عادی است	کاهش مقاومت روانی	جلیلی‌راد (۱۳۹۵)
۲	تکرار و تعمیم	این وضعیت رایج و مقبول است	کاشت تدریجی (Gerbner, ۱۹۹۸)	سلیمان پور (۱۴۰۰)
۳	پیوند با موفقیت یا محبوبیت	متفاوت بودن زیبا و ارزشمند است	الگوگیری نسل جدید	حاج محمدی و حاج محمد (۱۳۹۶)
۴	حذف ناهماهنگی	هیچ‌کس به این ارزش‌ها پایبند نیست	تغییر هنجار عمومی	محمدزاده (۱۴۰۰)
۵	برجسته‌سازی سبک جایگزین	این الگو جایگزین طبیعی آن است	جابه‌جایی ارزش‌ها	گرگین و باقری (۱۳۹۹)

این مدل نشان می‌دهد که اثرگذاری رسانه‌ای بر حجاب و خانواده یک فرآیند زمان‌بر اما پیوسته است که از اقدامات ظاهراً ساده تولید محتوا آغاز شده و با تکرار، پیوند با عواطف مثبت و حذف تعارضات، به تثبیت ارزش‌های جدید در

ذهن مخاطب منجر می‌شود؛ همان مفهومی که مهدی زاده کاریزکی و رحیم داد (۱۳۹۶: ۸۴) از آن به عنوان «تعامل مستمر رسانه و مخاطب در تغییر نگرش» یاد می‌کنند.

تحلیل یافته‌ها به روشنی آشکار می‌سازد که پیام‌ها نه فقط بر سطح شناختی، بلکه بر سطوح عاطفی و هویتی افراد نیز اثر می‌گذارند. به ویژه در موضوعاتی چون حجاب که به طور همزمان با باور دینی، هویت اجتماعی و معانی فرهنگی گره خورده است، این اثرگذاری چندساحتی، پیچیدگی مضاعفی پیدا می‌کند. هم‌زمان، تلاقی تغییرات در حوزه پوشش با تحولات نهاد خانواده، شبکه معنایی تازه‌ای را شکل می‌دهد که به گفته گرگین و باقری (۱۳۹۹: ۱۴۶) درک آن بدون توجه به ابعاد حقوقی، فرهنگی و اجتماعی امکان‌پذیر نیست.

نتیجه‌گیری

فرآیند انجام این تحقیق، که بر تحلیل ساختاری و محتوایی نقش فضای مجازی و رسانه در تضعیف حجاب و خانواده محوری متمرکز بود، نشان داد که در بطن تغییرات پرسرعت عصر دیجیتال، نظام معنایی و ارزشی جامعه در معرض بازپیکربندی‌های تدریجی و چندلایه قرار گرفته است. بررسی داده‌ها و شواهد تجربی از شبکه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های ویدئویی، رسانه‌های خبری آنلاین و محتوای سرگرمی آشکار ساخت که فضای مجازی نه صرفاً به عنوان یک ابزار انتقال پیام، بلکه به عنوان یک محیط فرهنگی-اجتماعی فعال عمل می‌کند که

در آن ارزش‌ها بازتعریف، بازتولید و گاه به سمت تضاد با هنجارهای رسمی هدایت می‌شوند (جلیلی‌راد، ۱۳۹۵: ۷۲؛ نصرتی و عالمی بکتاش، ۱۳۹۵: ۹۱). در این محیط، تغییر هنجاری نه از مسیر مواجهه مستقیم و تقابل آشکار، بلکه از راه نمایش‌های مکرر، حذف‌های معنادار و پیوندهای احساسی با سبک زندگی جایگزین شکل می‌گیرد.

تجزیه و تحلیل مضامین، که با کدگذاری باز، محوری و گزینشی پیش رفت، نشان داد که چهار دسته کلان پیام — عادی‌سازی پوشش غیررسمی، بازتعریف خانواده، قهرمان‌سازی از الگوهای غیرهمسو، و طنززدایی از ارزش‌ها — همچون چهار جریان موازی اما درهم‌تنیده بر نگرش، هویت و رفتار مخاطبان اثر می‌گذارند (مهدی زاده کاریزکی و رحیم داد، ۱۳۹۶: ۴۵). این جریان‌ها نه تنها به صورت مجزا عمل نمی‌کنند، بلکه در یک حلقه هم‌افزایانه، مقاومت اجتماعی را نسبت به تغییرات کاهش داده و پذیرش تدریجی وضعیت جدید را ممکن می‌سازند. یافته‌ها همچنین تأیید کردند که شگردهای رسانه‌ای، مانند قاب‌بندی مثبت، نمادسازی فرهنگی و بهره‌گیری از طنز به عنوان محافظ پیام، ابزارهایی کلیدی در این فرآیند هستند (محمدزاده، ۱۴۰۰: ۱۱۸؛ حاج محمدی و حاج محمد، ۱۳۹۶: ۵۹).

از جنبه نظری، این نتایج هم‌پوشی قابل توجهی با دیدگاه‌های مطرح شده در پیشینه دارد؛ به ویژه نظریه کاشت که بر نفوذ تدریجی پیام‌ها تأکید می‌کند و نیز رویکرد بازتولید فرهنگی بوردیو که نشان می‌دهد چگونه ساختارهای قدرت و معنا

از طریق نمادها و رفتارهای روزمره تثبیت یا تغییر می‌یابند. در این میان، نقش کارگزاران محتوایی، از اینفلوئنسرها و سلبریتی‌ها گرفته تا تیم‌های تولید سریال و تبلیغات تجاری، به عنوان حاملان مستقیم و غیرمستقیم پیام‌های سبک زندگی غیرهمسو برجسته شد (اسدی، ۱۳۹۶: ۱۰۲؛ گرگین و باقری، ۱۳۹۹: ۸۷).

فراتر از جنبه‌های رسانه‌ای، نتایج این پژوهش حاکی از آن است که تضعیف حجاب و خانواده محوری در فضای مجازی پیامدهای اجتماعی گسترده‌ای به دنبال دارد؛ از تغییر نگرش نسل جوان نسبت به ساختار خانواده و کاهش وابستگی به هویت‌های جمعی، تا گسترش الگوهای فردگرایانه و مصرف‌محور که در تضاد با ارزش‌های فرهنگی و دینی بومی قرار می‌گیرند (سلمانی پور، ۱۴۰۰: ۱۳۸). هم‌پوشانی این پیام‌ها با تغییرات اقتصادی و جهانی شدن فرهنگی، می‌تواند شتاب و عمق اثرگذاری را بیشتر کند.

از دیدگاه کاربردی، نتایج تحقیق می‌تواند به منزله چراغ راهی برای سیاست‌گذاران فرهنگی، فعالان حوزه آموزش سواد رسانه‌ای و نهادهای مسئول حفظ و تقویت فرهنگ حجاب و خانواده محوری باشد. آگاهی از تکنیک‌های رسانه‌ای و درک هم‌افزایی میان مضامین پنهان و آشکار، امکان طراحی مداخلات فرهنگی هوشمندانه‌تر و متناسب با زبان و منطق فضای مجازی را فراهم می‌آورد. همچنین، این نتایج نشان می‌دهد که رویکردهای کنترلی صرف و بی‌توجه به ماهیت جذابیت محور رسانه‌های نوین، نمی‌تواند در بلندمدت به بازسازی و تحکیم ارزش‌ها بینجامد؛ بلکه راهکارهای ترکیبی، مبتنی بر تولید محتوای





رقابتی، تقویت اعتماد به رسانه‌های داخلی و آموزش نقد رسانه‌ای به مخاطبان، بیشترین شانس موفقیت را خواهند داشت.

بنابراین، این پژوهش ضمن تأیید فرضیه‌های اولیه مبنی بر اثرگذاری ساختاری و محتوایی فضای مجازی بر حجاب و خانواده‌محوری، تصویری چندلایه، پویا و تعاملی از این فرآیند ارائه داد که می‌تواند مبنای اقدامات آینده قرار گیرد. به بیان دیگر، فهم شبکه پیچیده اثرگذاری رسانه‌ای شرط لازم برای مواجهه هوشمندانه با چالش‌های فرهنگی عصر دیجیتال است؛ مواجهه‌ای که نیازمند هم‌افزایی میان پژوهشگران، سیاست‌گذاران و تولیدکنندگان محتواست تا بتوانند در برابر قدرت نرم و خزنده فضای مجازی، از ثبات و تداوم ارزش‌های بنیادین جامعه دفاع کنند.



منابع و مآخذ

۱. اسدی، زهرا. (۱۳۹۶). تأثیرات بی‌حجابی در فضای مجازی بر نارضایتی فضای خانواده. همایش ملی عفاف، حجاب و سبک زندگی.
۲. حاج محمدی، فرشته؛ حاج محمد، سمیرا. (۱۳۹۶). تأثیرات اخلاقی استفاده از فضای مجازی بر پیوند زناشویی و روابط فرزندان در خانواده. نشریه اخلاق، شماره ۴، زمستان.
۳. جلیلی راد، سیداحمد. (۱۳۹۵). تأثیر فضای مجازی بر فرهنگ حجاب و عفاف در ایران اسلامی. چهارمین همایش ملی مشاوره و سلامت روان.
۴. گرگین، بتول؛ باقری، احمد. (۱۳۹۹). رسانه، فضای مجازی و کیان خانواده از منظر علم حقوق. مطالعات رسانه‌های نوین، دوره ۶، شماره ۲۲.
۵. سلمان پور، مریم. (۱۴۰۰). مطالعه تأثیر سبک زندگی و سواد رسانه‌ای بر گرایش دانش‌آموزان به ارزش‌های دینی و فرهنگ عفاف و حجاب. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و علوم انسانی، دوره ۲، شماره ۴.
۶. شیخ سفلی، نرگس؛ زنگوئی، جواد. (۱۳۹۴). نقش آژانس امنیت ملی آمریکا در فضای مجازی و تأثیر آن بر فرهنگ بومی اسلامی ایرانی. کنگره پیشگامان پیشرفت.
۷. محمدزاده، فاطمه. (۱۴۰۰). تأثیرات رسانه و فضای مجازی بر خانواده. تهران: انتشارات ویراست.
۸. مهدی زاده کاریزکی، سمیه؛ رحیم داد، فاطمه. (۱۳۹۶). نقش فضای

مجازی و رسانه‌های مجلسی در عفاف و حجاب. همایش ملی عفاف، حجاب و سبک زندگی.

۹. نصرتی، مهدی؛ عالمی بکتاش، حسن. (۱۳۹۵). حجاب؛ ثمره عفاف (مطالعه موردی: نگاهی به مقوله حجاب و عفاف در فضای مجازی). نشریه Pure Life، شماره ۵، خرداد.