

Islamic Knowledge and Insight

Comparing the Impact of Media Literacy, Cultural Capital, and Social Class on Developmental Values: An Intergenerational Perspective with an Islamic-Religious Explanation

1. Abdolmahdi Fathi Mazloom: Department of Sociology, Ga.C., Islamic Azad University, Garmsar, Iran
 2. Hoshang Zahiri*: Department of Sociology, Ga.C., Islamic Azad University, Garmsar, Iran. (Email: Hoshzahiri@gmail.com)
 3. Mansour Sharifi: Department of Demography, SR.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran

Abstract

This study aimed to examine the effects of media literacy, cultural capital, and social class on developmental values across three generations of the Islamic Revolution. The study employed an applied, descriptive-correlational design, using both documentary and field methods. The statistical population consisted of Tehran citizens from three generations, and a sample of 1,200 participants was selected through a two-stage cluster sampling method. Data were collected through developmental values and media literacy questionnaires. Content validity and reliability were assessed, and data were analyzed using descriptive statistics, multivariate regression, and analysis of covariance. The findings showed that media literacy had a significant positive effect on certain dimensions of developmental values, with stronger effects observed in younger generations. Cultural capital demonstrated a consistent and significant impact on developmental values across all generations, though the intensity varied. Social class had a strong and direct influence on all developmental value dimensions, with the greatest effects on economic and political values. Overall, cultural capital exhibited the strongest predictive power, followed by media literacy and social class. The results indicate that media literacy, cultural capital, and social class collectively shape developmental values, while generational variations influence the strength of these effects. These insights highlight the importance of enhancing cultural capital, improving media literacy, and addressing social inequalities to strengthen developmental values in society.

Keywords: Media literacy, Cultural capital, Social class, Developmental values, Intergenerational differences, Developmental attitudes



How to cite: Fathi Mazloom, A., Zahiri, H., & Sharifi, M. (2026). Comparing the Impact of Media Literacy, Cultural Capital, and Social Class on Developmental Values: An Intergenerational Perspective with an Islamic-Religious Explanation. *Islamic Knowledge and Insight*, 4(3), 1-15.

© 2026 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

Submit Date: 26 July 2025

Revise Date: 23 November 2025

Accept Date: 30 November 2025

Publish Date: 23 August 2026

معرفت و بصیرت اسلامی

مقایسه تأثیر سواد رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی و طبقه اجتماعی بر ارزش‌های توسعه‌ای با رویکرد تفاوت بین‌نسلی و تبیین مبتنی بر رویکرد دینی-اسلامی

۱. عبدالمهدی فتحی مظلوم: گروه جامعه‌شناسی، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمسار، ایران
 ۲. هوشنگ ظهیری*: گروه جامعه‌شناسی، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمسار، ایران. (پست الکترونیک: Hoshzahiri@gmail.com)
 ۳. منصور شریفی: گروه جمعیت‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

هدف این پژوهش بررسی میزان تأثیر سواد رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی و طبقه اجتماعی بر ارزش‌های توسعه‌ای در میان سه نسل انقلاب اسلامی است. این پژوهش از نوع کاربردی و توصیفی-همبستگی بوده و داده‌ها با روش اسنادی و میدانی گردآوری شده‌اند. جامعه آماری شامل شهروندان تهرانی از سه نسل مختلف بود و ۱۲۰۰ نفر با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای دو مرحله‌ای انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها شامل پرسشنامه ارزش‌های توسعه‌ای و پرسشنامه سواد رسانه‌ای بود. روایی ابزار با روش روایی محتوایی و پایایی با آلفای کرونباخ بررسی شد. داده‌ها با روش‌های آماری توصیفی، رگرسیون چندمتغیره و تحلیل کوواریانس تحلیل شد. نتایج نشان داد سواد رسانه‌ای بر برخی ابعاد ارزش‌های توسعه‌ای اثر مثبت و معنادار دارد و این اثر در نسل‌های جدیدتر گسترده‌تر است. سرمایه فرهنگی در هر سه نسل تأثیر مثبت و پایدار بر ارزش‌های توسعه‌ای داشت، هرچند شدت اثر آن بین نسل‌ها متفاوت بود. طبقه اجتماعی تأثیر مستقیم، قوی و معناداری بر تمامی ابعاد ارزش‌های توسعه‌ای نشان داد و بیشترین اثر آن در ارزش‌های اقتصادی و سیاسی مشاهده شد. مقایسه کلی نشان داد سرمایه فرهنگی بیشترین نقش پیش‌بینی‌کننده را دارد و پس از آن سواد رسانه‌ای و طبقه اجتماعی قرار می‌گیرند. نتایج نشان می‌دهد که سه متغیر سواد رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی و طبقه اجتماعی در کنار یکدیگر ارزش‌های توسعه‌ای را شکل می‌دهند و تفاوت‌های نسلی شدت اثرگذاری آن‌ها را تغییر می‌دهد. این نتایج اهمیت تقویت سرمایه فرهنگی، ارتقای سواد رسانه‌ای و کاهش نابرابری‌های طبقاتی را برای بهبود ارزش‌های توسعه‌ای در جامعه برجسته می‌سازد.

کلیدواژه‌گان: سواد رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی، طبقه اجتماعی، ارزش‌های توسعه‌ای، تفاوت بین‌نسلی، نگرش توسعه‌ای

شیوه استناددهی: فتحی مظلوم، عبدالمهدی، ظهیری، هوشنگ، و شریفی، منصور. (۱۴۰۵). مقایسه تأثیر سواد رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی و طبقه اجتماعی بر ارزش‌های توسعه‌ای با رویکرد تفاوت بین‌نسلی و تبیین مبتنی بر رویکرد دینی-اسلامی. *معرفت و بصیرت اسلامی*، ۴(۳)، ۱-۱۵.

© ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

تاریخ ارسال: ۴ مرداد ۱۴۰۴

تاریخ بازنگری: ۲ آذر ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش: ۹ آذر ۱۴۰۴

تاریخ چاپ: ۱ شهریور ۱۴۰۵

مقدمه

ارزش‌های توسعه‌ای به‌عنوان مجموعه‌ای از باورها، نگرش‌ها و جهت‌گیری‌های اجتماعی که مسیر حرکت جوامع را به سوی پیشرفت اقتصادی، فرهنگی و نهادی شکل می‌دهند، یکی از بنیادی‌ترین مؤلفه‌های تحول اجتماعی محسوب می‌شوند. تحول این ارزش‌ها در بستر تغییرات اجتماعی، فرهنگی و تکنولوژیک، ضرورت بررسی عوامل اثرگذار بر آن‌ها را برجسته می‌سازد. در دهه‌های اخیر، شتاب تغییرات اجتماعی و ظهور نسل‌های جدید با ویژگی‌های روان‌شناختی، ارتباطی و فرهنگی متفاوت، بررسی تفاوت‌های نسلی در ارزش‌ها را به یکی از مهم‌ترین محورهای پژوهش‌های حوزه توسعه اجتماعی تبدیل کرده است. پژوهش‌های بین‌نسلی نشان داده‌اند که نسل‌ها نه تنها از تجربه‌های تاریخی متفاوتی برخوردارند، بلکه با توجه به تفاوت در منابع فرهنگی، جایگاه اجتماعی و سطح مواجهه با رسانه‌ها، نظام ارزشی متمایزی را شکل می‌دهند و این تفاوت‌ها می‌تواند پیامدهای گسترده‌ای برای مسیر توسعه داشته باشد (Rudolph, 2021; Twenge, 2023). بر این اساس، فهم سازوکارهای شکل‌گیری ارزش‌های توسعه‌ای در میان نسل‌های مختلف و بررسی عوامل مؤثر بر آن‌ها از ضرورت‌های نظری و سیاستی است.

از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر تفاوت‌های ارزشی، «تغییرات نسلی» است. مطالعات گسترده‌ای نشان می‌دهد که نسل‌های جدید نسبت به نسل‌های قدیمی‌تر، در معرض فناوری‌های نوین، الگوهای جدید ارتباطی و سبک‌های متفاوت مصرف فرهنگی قرار دارند و این امر به شکل‌گیری تفاوت‌های بارز در ارزش‌ها و رفتارهای اجتماعی آن‌ها منجر می‌شود (Eger, Choudhary et al., 2024). پژوهش‌هایی که بر تغییرات رفتار مصرف، الگوهای ارتباطی و ترجیحات فرهنگی با رویکرد نسل‌محور تمرکز داشته‌اند، تأکید می‌کنند که این تفاوت‌ها نه تنها بر سبک زندگی و تعاملات اجتماعی، بلکه بر نگرش نسبت به توسعه، تغییرات نهادی و مشارکت اجتماعی نیز اثرگذارند. تحلیل دقیق‌تر این روابط نشان می‌دهد که

تفاوت‌های نسلی تنها محصول تکامل زمان نیست، بلکه برهم‌کنش پیچیده‌ای میان طبقه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سواد رسانه‌ای نیز در شکل‌گیری آن نقش دارد (Rudolph et al., 2021).

در کنار تفاوت‌های نسلی، «طبقه اجتماعی» یکی از بنیادی‌ترین عوامل توضیح‌دهنده تفاوت در ارزش‌های توسعه‌ای است. ساختار طبقاتی با تعیین دسترسی افراد به منابع اقتصادی، فرهنگی و شبکه‌های اجتماعی، بسترهای متفاوتی را برای شکل‌گیری نظام ارزشی فراهم می‌کند. پژوهش‌های بین‌المللی و داخلی نشان داده‌اند که افراد در طبقات اجتماعی متفاوت، به‌طور معناداری در نگرش‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی با یکدیگر تفاوت دارند و این تفاوت‌ها می‌تواند بر نگرش آنان نسبت به تغییر، مشارکت اجتماعی و فرایندهای توسعه‌ای اثرگذار باشد (Kish-Gephart et al., 2023). از سوی دیگر، یافته‌های فراثحلیل‌های جدید نیز نشان می‌دهد که طبقه اجتماعی با پیامدهای روان‌شناختی، رفتاری و اجتماعی مختلفی همچون پرخاشگری، اعتماد اجتماعی، مشارکت مدنی و سبک ارزش‌گذاری همراه است و این تفاوت‌ها، بستر متفاوتی برای جهت‌گیری‌های توسعه‌ای می‌سازد (Chen et al., 2024). مطالعات داخلی نیز تأکید دارند که طبقه اجتماعی نقش معناداری در شکل‌گیری ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی دارد و این اثرگذاری در جوامع در حال گذار، همچون ایران، پررنگ‌تر است (Seyed Aghaee, 2018). بنابراین، طبقه اجتماعی نه تنها به‌عنوان یک متغیر ساختاری، بلکه به‌عنوان سازوکاری برای انتقال ارزش‌ها میان نسل‌ها، اهمیت ویژه‌ای دارد.

در کنار طبقه اجتماعی، «سرمایه فرهنگی» به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های بنیادین نابرابری اجتماعی، در شکل‌گیری ارزش‌ها نقشی اساسی ایفا می‌کند. سرمایه فرهنگی شامل مهارت‌ها، دانش‌ها، سلیقه‌ها و قابلیت‌های فرهنگی است که افراد در طی فرایندهای اجتماعی شدن خانوادگی، آموزشی و ارتباطی کسب می‌کنند. به عبارت دیگر، سرمایه فرهنگی منابعی را فراهم می‌کند که افراد را قادر می‌سازد موقعیت خود را در میدان‌های اجتماعی و فرهنگی تقویت کرده و از

ارزش‌های جدید فرهنگی و اجتماعی کمک می‌کند (Lamour, 2021).

یکی دیگر از حوزه‌هایی که برای تحلیل ارزش‌های توسعه‌ای اهمیت دارد، «ارزش‌های خانوادگی و اجتماعی» است. پژوهش‌های گسترده‌ای نشان داده‌اند که ارزش‌های مرتبط با خانواده، روابط اجتماعی، مشارکت اجتماعی و نگرش‌های فرهنگی، در قالب شبکه‌های اجتماعی و خانوادگی منتقل می‌شوند و در این میان، تفاوت‌های نسلی نقش مهمی در تغییر این ارزش‌ها دارد. پژوهش‌هایی که در ایران انجام شده‌اند، حاکی از آن است که ارزش‌های خانوادگی نسل‌های مختلف ترکیبی از عناصر سنتی و مدرن است و گذار ارزشی از نسل‌های قدیم به نسل‌های جدید با سرعت و شدت متفاوتی رخ می‌دهد (Modiri, 2018). همچنین یافته‌های مرتبط با تفاوت‌های نسلی در شکاف ارزشی، نشان می‌دهد که تغییرات ارزشی الزاماً به معنای تضاد نیست، بلکه در بسیاری از موارد ترکیبی از ارزش‌های جدید و قدیم در نسل‌های جدید شکل می‌گیرد (Razeghi, Hosseini Beyouki & Jokar, 2019). این یافته‌ها با مطالعات بین‌المللی نیز همسو هستند که تأکید دارند در جوامع در حال گذار، نظام ارزشی نسل‌های جدید از انعطاف‌پذیری و تنوع بیشتری برخوردار است (Azimi, Hashemi et al., 2015).

از منظر توسعه‌ای، پژوهش‌هایی نیز بر ارتباط میان فرهنگ، ارزش‌های اجتماعی و نهادسازی تأکید کرده‌اند. به عنوان نمونه، برخی مطالعات نشان داده‌اند که ارزش‌های فرهنگی و دینی نقش مهمی در توسعه نهادی و اجتماعی دارند و تقویت ارزش‌هایی همچون عدالت، مسئولیت‌پذیری، مشارکت اجتماعی و استقلال اقتصادی می‌تواند مسیر توسعه را تسهیل کند (Buckley & Mantilla, 2013). همچنین، پژوهش‌های جدید در حوزه مدیریت منابع انسانی در ایران نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی و ارزش‌های اجتماعی نقش اساسی در توسعه سرمایه انسانی دارند و این موضوع رابطه‌ای مستقیم با ارزش‌های توسعه‌ای دارد

این طریق بر نگرش‌ها و ارزش‌های آنان اثر می‌گذارد (Hale et al., 2023). پژوهش‌های داخلی نیز نشان داده‌اند که سرمایه فرهنگی عامل مهمی در تقویت اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و پذیرش ارزش‌های مدرن است و نقش آن در جامعه ایرانی، با توجه به تنوع فرهنگی و طبقاتی، برجسته‌تر می‌شود (Karami et al., 2020). افزون بر این، ساختار فرهنگی یک جامعه، توانایی افراد را در تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و جهت‌گیری توسعه‌ای تحت تأثیر قرار می‌دهد. به عنوان نمونه، پژوهش‌های بین‌المللی نشان می‌دهند که سرمایه فرهنگی نه تنها موجب افزایش توانایی تحلیل اطلاعات می‌شود، بلکه مسیر جامعه‌پذیری جدید و تمایل به ارزش‌های فرهنگی، سیاسی و اقتصادی نو را نیز هموار می‌سازد (Lamour & Lorentz, 2021; Mistry, 2021).

در کنار این دو عامل، «سواد رسانه‌ای» عامل دیگری است که در عصر حاضر نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری ارزش‌ها دارد. با توجه به گسترش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در زندگی روزمره، افراد بیش از هر زمان دیگری در معرض پیام‌های رسانه‌ای با محتوای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی قرار دارند. توانایی تحلیل، پردازش و تفسیر این پیام‌ها، می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در جهت‌گیری توسعه‌ای داشته باشد. پژوهش‌های مختلف نشان داده‌اند که افزایش سواد رسانه‌ای، توانایی افراد در تحلیل پیام‌های فرهنگی و تشخیص اطلاعات معتبر از جعلی را افزایش داده و آنان را برای مشارکت بیشتر در فرایندهای اجتماعی آماده‌تر می‌کند (Crossan et al., 2021). همچنین، سواد رسانه‌ای می‌تواند شکاف‌های نسلی در نگرش به فرهنگ، سیاست و توسعه را کاهش دهد، زیرا نسل‌های جدید بیش از نسل‌های پیشین در معرض رسانه‌های دیجیتال و محتوای آنلاین قرار دارند (Eger et al., 2021). علاوه بر این، ارتباط میان سرمایه فرهنگی و سواد رسانه‌ای نیز اهمیت دارد؛ به گونه‌ای که برخورداری از سرمایه فرهنگی بیشتر، توانایی افراد را در تحلیل پیام‌های رسانه‌ای افزایش می‌دهد و این امر به توسعه

روش‌شناسی

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ نوع پیمایشی و به لحاظ روش گردآوری داده‌ها، از نوع توصیفی-همبستگی بود. باتوجه به این که در پژوهش حاضر سعی در توصیف ارزش‌های توسعه‌ای (متغیر وابسته) در جامعه آماری مورد مطالعه و تعیین رابطه آن با سواد رسانه‌ای بود، بنابراین برای گردآوری داده‌ها از دو روش اسنادی (کتابخانه‌ای) و روش میدانی (پیمایشی) استفاده شد. روش اسنادی، جهت تدوین چارچوب نظری تحقیق، مرور پیشینه‌های تحقیق و نظریه‌های مرتبط استفاده شد که بعد از بررسی نظریه‌ها و پیشینه‌های تحقیق و شناخت وضعیت فعلی جامعه، شاخص‌های موردنظر احصاء شد و در نهایت با استفاده از گویه‌سازی، پرسشنامه پژوهش تنظیم شد. در روش میدانی نیز محقق با ابزار پرسشنامه وارد میدان تحقیق شد و به صورت حضوری و در برخی از موارد به صورت آنلاین پرسشنامه را پر کرد. برای تنظیم پرسشنامه ۵ مصاحبه اکتشافی با نسل اول، ۱۰ مصاحبه با نسل دوم و ۴ مصاحبه هم با نسل سوم انقلاب اسلامی برای شناسایی ارزش‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی انجام شد. پرسشنامه مربوط به سواد رسانه‌ای نیز از پرسشنامه فلسفی (۱۳۹۳) تهیه شد. پرسشنامه تنظیم شده در طیف لیکرت به صورت خیلی زیاد (۵) - زیاد (۴) - متوسط (۳) - کم (۲) - و خیلی کم (۱) بوده است.

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه شهروندان تهرانی متعلق به سه نسل انقلاب بودند. روش نمونه‌گیری، خوشه‌ای دو مرحله‌ای بود بدین صورت که ابتدا تهران را براساس امکانات رفاهی براساس نقشه شهرداری تهران به ۳ بخش برخوردار، نیمه برخوردار و کم-برخوردار (محروم) تقسیم‌بندی کرده، و سپس از هر حوزه، ۳ منطقه انتخاب کرده و از هر منطقه نسل‌های مورد مطالعه (نسل اول، نسل دوم و نسل سوم) انتخاب شدند. باتوجه به سیال بودن یا تغییرات جمعیتی در هر بخش از فرمول کوکران برای جامعه نامعلوم در سطح خطای ۵ درصد برای تعیین نمونه استفاده شد. براساس فرمول کوکران از هر بخش ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند، که حجم

(Reza'alizadeh et al., 2025). این یافته‌ها نشان می‌دهند که

توجه به ارزش‌های توسعه‌ای فقط محدود به عرصه‌های اقتصادی نیست، بلکه یک ضرورت فرهنگی و نهادی نیز هست.

بررسی پژوهش‌های بین‌المللی درباره ارزش‌ها در نسل‌های مختلف نیز نشان می‌دهد که نسل‌های جدید، به‌ویژه نسل Z، ارزش‌های مرتبط با نوآوری، استقلال فردی و پیشرفت حرفه‌ای را بیش از نسل‌های قدیمی‌تری همچون نسل X یا نسل بومر مورد تأکید قرار می‌دهند (Amah, 2020؛ Titko et al., 2020). در برخی کشورها، این تفاوت‌ها با تغییرات ساختاری در اقتصاد و جامعه همراه بوده و تغییر فرهنگ کاری، سبک‌های رهبری و رفتارهای سازمانی را به دنبال داشته است (Yang & Zhang, 2019). همچنین مطالعات ارزش‌های اجتماعی-فرهنگی در جوامع پسااستی که تجربه جنگ، تعارضات فرهنگی یا تحول سیاسی داشته‌اند، نشان می‌دهد که سرمایه فرهنگی و طبقه اجتماعی نقش اساسی در بازتعریف ارزش‌های اجتماعی و توسعه‌ای دارند (Takamatsu, 2020). افزون بر این، تحقیقات نشان می‌دهند که تنوع ارزشی در جوامع مختلف می‌تواند بر توسعه اقتصادی اثرگذار باشد و در برخی موارد، افزایش تنوع ارزشی در یک منطقه با کاهش عملکرد اقتصادی و تضعیف کیفیت نهادی همراه است (Beugelsdijk et al., 2017).

در نهایت، مجموعه پژوهش‌های موجود نشان می‌دهد که سه متغیر کلیدی—سواد رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی و طبقه اجتماعی—در تعامل با تفاوت‌های نسلی، نقش اساسی در شکل‌گیری ارزش‌های توسعه‌ای دارند. با توجه به شرایط ایران، به‌ویژه در بستر سه نسل انقلاب اسلامی، بررسی اثرگذاری این متغیرها بر ارزش‌های توسعه‌ای، هم برای فهم تحولات اجتماعی و هم برای برنامه‌ریزی فرهنگی و توسعه‌ای ضروری است.

هدف این پژوهش بررسی میزان تأثیر سواد رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی و طبقه اجتماعی بر ارزش‌های توسعه‌ای در سه نسل انقلاب اسلامی است.

نمونه را در هر بخش به ۴۰۰ نفر افزایش داده شد و در هر منطقه ۱۳۳ نفر (۴۴ نفر نسل اول، ۴۴ نفر نسل دوم و ۴۴ نفر نسل سوم) انتخاب شدند. در واقع مجموع پاسخگویان در ۳ بخش برخوردار، نیمه برخوردار و کم‌برخوردار، ۱۲۰۰ نفر بودند که هر نسل (اول، دوم و سوم) هر کدام حجم نمونه ۴۰۰ نفر را به خود اختصاص می‌دهند. بر همین اساس در بخش برخوردار مناطق ۵-۶-۲ به صورت تصادفی انتخاب شدند و در هر منطقه ۱۳۳ پرسشنامه (و برای هر نسل ۴۴ پرسشنامه در آن منطقه) توزیع شد. در بخش نیمه‌برخوردار نیز مناطق ۲۰-۱۵ و ۷ به صورت تصادفی انتخاب شد، و در هر منطقه ۱۳۳ پرسشنامه (و برای هر نسل ۴۴ پرسشنامه در آن منطقه) توزیع شد. در بخش کم‌برخوردار نیز مناطق ۱۷-۱۸ و ۱۹ به طور تصادفی انتخاب شد و در هر منطقه ۱۳۳ پرسشنامه (و برای هر نسل ۴۴ پرسشنامه در آن منطقه) توزیع شد. روش نمونه‌گیری برای انتخاب پاسخگویان نیز در دسترس بود. لازم به ذکر است توزیع ۱۳۳ پرسشنامه در سه منطقه در هر حوزه شهری مجموعاً ۳۹۹ پرسشنامه می‌شود که یک پرسشنامه در یک منطقه بیشتر توزیع شد تا حجم نمونه ۴۰۰ نفر کامل پوشش داده شود.

برای سنجش روایی پرسشنامه ابتدا از روایی محتوایی استفاده شد؛ روایی محتوایی، نوعی اعتبار است که معمولاً برای بررسی ابزار

تشکیل دهنده یک ابزار اندازه‌گیری بکار برده می‌شود. اعتبار محتوایی یک آزمون معمولاً توسط افراد متخصص در موضوع، مورد مطالعه تعیین می‌شود. از این رو اعتبار محتوایی به قضاوت داوران بستگی دارد. در پژوهش حاضر از ضریب لاواشه (CVR) برای سنجش روایی محتوایی استفاده شد. در پژوهش حاضر از نظرات ده نفر متخصص، صاحب نظر و خبره استفاده گردید، با توجه به این که مقدار (CVR) مورد قبول برای ۱۰ خبره باید بالای ۰.۶۷ باشد، نتایج نشان داد؛ برای کلیه گزینه‌ها ضریب لاواشه بیشتر از ۰.۶۷ بود و میانگین عددی قضاوت‌ها هم مساوی یا بیشتر از ۱ بود؛ این مقدار CVR نشان می‌دهد که بیشتر از نیمی از افراد اعضای پانل گزینه «کاملاً موافق» یا «موافق» (آیتم ضروری در مقیاس لاواشی) را انتخاب کرده‌اند. مقدار میانگین مساوی و بیش از ۱ نشان‌دهنده آن است که میانگین قضاوت‌ها به گزینه‌های کاملاً موافق و موافق نزدیک‌تر است. برای سنجش پایایی ابزار جمع‌آوری اطلاعات از آلفای کرونباخ استفاده شد. در این تحقیق در قالب یک پیش‌آزمون پرسشنامه بین نمونه‌ای ۳۰ نفره توزیع و ضریب آلفای کرونباخ آن‌ها به صورت زیر در جدول شماره ۱ محاسبه شد.

جدول ۱. ضرایب آلفای کرونباخ متغیرها

متغیر	تعداد گویه	مقدار آلفای کرونباخ	نتیجه
ارزش‌های اقتصادی	۴	۰.۷۵۸	قابل قبول- پایا
ارزش‌های اجتماعی	۵	۰.۷۸۹	قابل قبول- پایا
ارزش‌های فرهنگی	۵	۰.۷۷۲	قابل قبول- پایا
سواد رسانه‌ای	۱۲	۰.۸۲۵	مطلوب- پایا

نتایج نشان داد ضرایب آلفا برای کلیه متغیرها بالاتر از ۰.۷۰ است که قابل قبول و پایابودن ابزار تحقیق را نشان می‌دهد.

تجزیه و تحلیل داده‌های این تحقیق در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شد. در سطح توصیفی به توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و متغیرهای مستقل و وابسته با آماره‌هایی نظیر فراوانی، درصد،

میانگین، میانه، انحراف معیار پرداخته شد. در بخش دوم که بخش استنباطی و مربوط به آزمون فرضیه‌هاست از آماره رگرسیون چندمتغیره و تحلیل کوواریانس با استفاده از نرم‌افزار SPSS-26 استفاده شد.

یافته‌ها

در ابتدا، یافته‌های جمعیت شناختی پژوهش، ارائه می‌شود.

جدول ۲. اطلاعات جمعیت شناختی پژوهش

متغیر	بیشترین فراوانی	کمترین فراوانی	توضیح کلی
جنسیت	زن ۵۳ درصد	مرد ۴۷ درصد	ترکیب نسبتاً متوازن با برتری اندک زنان
سن	۳۱-۴۰ سال ۳۱ درصد	۷۰ سال به بالا ۳ درصد	اکثریت در گروه‌های جوان و میانسال
تحصیلات	کارشناسی ۴۲ درصد	کاردانی ۵ درصد	غلبه تحصیلات دانشگاهی
سطح درآمد	بیش از ۸ میلیون تومان ۳۵ درصد	۴-۶ میلیون تومان ۱۷/۵ درصد	توزیع دو قطبی (درآمد پایین و بالا)
وضعیت اشتغال	کارمند ۳۰/۷ درصد	پزشک ۱ درصد	تنوع شغلی با غلبه کارمندان
مناطق شهری	منطقه ۱۹، ۱۳/۵ درصد	منطقه ۹، ۶ درصد	پراکندگی نسبتاً متوازن بین مناطق مختلف

در ادامه و در جدول ۳، یافته‌های توصیفی پژوهش آورده شده است.

جدول ۳. توصیف متغیرهای اصلی پژوهش

متغیر	تعداد پاسخگویان	میانگین نظری	میانگین به دست آمده	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
ارزش‌های اقتصادی	۱۲۰۰	۱۲	۱۴.۴۴	۳.۴۱	۴.۰۰	۲۰.۰۰
ارزش‌های اجتماعی	۱۲۰۰	۱۵	۱۵.۹۸	۳.۷۳	۵.۰۰	۲۵.۰۰
ارزش‌های سیاسی	۱۲۰۰	۱۵	۱۵.۴۱	۴.۹۶	۵.۰۰	۲۵.۰۰
ارزش‌های فرهنگی	۱۲۰۰	۱۵	۱۶.۶۵	۴.۴۷	۵.۰۰	۲۵.۰۰
ارزش‌های دینی	۱۲۰۰	۱۸	۲۰.۴۹	۳.۷۸	۸.۰۰	۳۰.۰۰
سواد رسانه‌ای	۱۲۰۰	۳۶	۳۴.۰۹	۸.۳۴	۱۲.۰۰	۵۴.۰۰
سرمایه فرهنگی	۱۲۰۰	۲۴	۱۹.۳۵	۵.۵۸	۸.۰۰	۳۵.۰۰
طبقه اجتماعی	۱۲۰۰	—	۵ از ۲۸۷	۰.۹۴	۱.۰۰	۵.۰۰

یافته‌های توصیفی پژوهش نشان داد که در میان ابعاد ارزش‌های توسعه‌ای، ارزش‌های دینی با میانگین ۲۰.۴۹ بالاترین سطح را در بین پاسخگویان داشته و بیانگر اهمیت پررنگ دین در میان نسل‌های مختلف است. پس از آن، ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی در سطحی بالاتر از میانگین نظری قرار گرفتند که نشان‌دهنده توجه بیشتر پاسخگویان به ابعاد فرهنگی و اجتماعی توسعه است. در مقابل، ارزش‌های اقتصادی و سیاسی در سطحی نسبتاً پایین‌تر قرار دارند که می‌تواند بیانگر کم‌توجهی نسبی به این حوزه‌ها باشد. همچنین نتایج نشان داد که سواد رسانه‌ای با میانگین ۳۴.۰۹ در سطحی نسبتاً مطلوب

قرار دارد، هرچند پراکندگی بالا بیانگر تفاوت‌های بین نسلی و طبقاتی در بهره‌گیری از رسانه‌ها است. سرمایه فرهنگی با میانگین ۱۹.۳۵ در حد متوسط رو به بالا ارزیابی شد که نقش آن را به عنوان منبعی مهم در شکل‌گیری ارزش‌های توسعه‌ای تأیید می‌کند. در نهایت، میانگین ۲.۸۷ برای طبقه اجتماعی نشان می‌دهد که اکثریت پاسخگویان در طبقه متوسط قرار دارند، هرچند تنوع طبقاتی در نمونه پژوهش نیز قابل مشاهده است. به منظور بررسی رابطه میان سواد رسانه‌ای و ارزش‌های توسعه‌ای، از رگرسیون استفاده شد. نتایج این تحلیل برای نسل اول و دوم انقلاب اسلامی در جدول زیر آمده است.

جدول ۴. نتایج رگرسیون تأثیر سواد رسانه‌ای بر ارزش‌های توسعه‌ای

نسل	ارزش توسعه‌ای	ضریب همبستگی (r)	ضریب تعیین تعدیل شده	سطح معناداری (p)	نتیجه
اول	اقتصادی	۰.۰۰۰	-۰.۰۰۲	۰.۸۹۹	نامعنا
اول	اجتماعی	۰.۰۲۵	-۰.۰۰۲	۰.۶۱۵	نامعنا
اول	سیاسی	۰.۵۰۶	۰.۲۴۸	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار
اول	فرهنگی	۰.۶۵۱	۰.۴۲۲	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار
اول	دینی	۰.۱۰۹	۰.۰۰۹	۰.۰۲۹	مثبت و معنادار ضعیف
دوم	اقتصادی	۰.۵۴۶	۰.۲۹۷	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار
دوم	اجتماعی	۰.۵۳۷	۰.۲۸۱	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار
دوم	سیاسی	۰.۴۳۱	۰.۱۷۸	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار
دوم	فرهنگی	۰.۴۷۱	۰.۲۱۴	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار
دوم	دینی	۰.۵۹۱	۰.۳۴۲	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار

نتایج نشان می‌دهد که در نسل اول، سواد رسانه‌ای تنها بر ارزش‌های سیاسی و فرهنگی اثر معنادار و نسبتاً قوی داشته و در ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی بی‌تأثیر بوده است. در نسل دوم اما، سواد رسانه‌ای تقریباً بر تمام ارزش‌های توسعه‌ای اثر مثبت و معنادار داشته و نقش پررنگ‌تری نسبت به نسل اول ایفا کرده است. این موضوع

بیانگر آن است که در نسل جدیدتر، اهمیت رسانه و پیام‌های آن در شکل‌دهی به ارزش‌های توسعه‌ای افزایش یافته است. برای سنجش نقش سرمایه فرهنگی در شکل‌دهی ارزش‌های توسعه‌ای نیز از رگرسیون استفاده شد. نتایج در جدول زیر آمده است.

جدول ۵. نتایج رگرسیون تأثیر سرمایه فرهنگی بر ارزش‌های توسعه‌ای

نسل	ارزش توسعه‌ای	ضریب همبستگی (r)	ضریب تعیین تعدیل شده	سطح معناداری (p)	نتیجه
اول	اقتصادی	۰.۴۰۳	۰.۴۰۲	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار
اول	اجتماعی	۰.۴۳۵	۰.۴۳۴	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار
اول	سیاسی	۰.۵۰۶	۰.۵۰۵	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار
اول	فرهنگی	۰.۴۷۸	۰.۴۷۷	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار
اول	دینی	۰.۰۹۴	۰.۰۹۲	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار ضعیف
دوم	اقتصادی	۰.۱۳۸	۰.۱۳۶	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار ضعیف
دوم	اجتماعی	۰.۵۹۵	۰.۳۵۳	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار قوی
دوم	سیاسی	۰.۴۵۳	۰.۲۰۴	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار
دوم	فرهنگی	۰.۳۵۸	۰.۱۲۵	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار متوسط
دوم	دینی	۰.۲۸۶	۰.۰۸۰	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار ضعیف
سوم	اقتصادی	۰.۴۴۱	۰.۴۴۰	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار
سوم	اجتماعی	۰.۳۶۷	۰.۳۶۵	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار
سوم	سیاسی	۰.۴۲۹	۰.۴۲۸	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار
سوم	فرهنگی	۰.۲۷۲	۰.۲۷۰	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار ضعیف
سوم	دینی	۰.۱۸۶	۰.۱۸۵	۰.۰۰۰	مثبت و معنادار ضعیف

سرمایه فرهنگی تقریباً در همه نسل‌ها بر ارزش‌های توسعه‌ای اثر مثبت و معنادار داشته است. در نسل اول اثرگذاری آن در همه حوزه‌ها قوی بوده، در نسل دوم شدت اثر آن بیشتر در ارزش‌های اجتماعی دیده می‌شود و در نسل سوم، همچنان اثرگذار است اما شدت آن نسبت به نسل‌های قبل کاهش یافته است. به بیان دیگر، سرمایه فرهنگی همواره

عاملی مهم در شکل‌گیری ارزش‌های توسعه‌ای بوده اما میزان اثرگذاری آن در طول نسل‌ها تغییر کرده است. برای بررسی اثر طبقه اجتماعی، از تحلیل کوواریانس (ANCOVA) استفاده شد. نتایج این تحلیل در جدول زیر ارائه می‌شود.

جدول ۶. نتایج تحلیل کوواریانس تأثیر طبقه اجتماعی بر ارزش‌های توسعه‌ای

ارزش توسعه‌ای	F	سطح معناداری (p)	مجذور اتا (Eta ²)	نتیجه
اقتصادی	۲۱۱.۰۰۲	۰.۰۰۰	۰.۵۰۹	مثبت و قوی
اجتماعی	۴۱.۸۲۸	۰.۰۰۰	۰.۴۶۴	مثبت و قوی
سیاسی	۴۳.۴۵۹	۰.۰۰۰	۰.۵۹۷	مثبت و بسیار قوی
فرهنگی	۱۷۴.۹۷۸	۰.۰۰۰	۰.۵۰۹	مثبت و قوی
دینی	۵۹.۲۷۸	۰.۰۰۰	۰.۲۳۴	مثبت و متوسط

طبقه اجتماعی بر تمامی ارزش‌های توسعه‌ای اثر مثبت و معنادار داشته است. بیشترین تأثیر مربوط به ارزش‌های سیاسی و اقتصادی است (Eta² بالای ۰.۵۰ نشان‌دهنده اثر بسیار قوی است) و کمترین تأثیر در ارزش‌های دینی دیده می‌شود (Eta²=0.234). این یافته نشان می‌دهد که موقعیت اجتماعی افراد به‌طور مستقیم در شکل‌گیری

نگرش‌ها و ارزش‌های توسعه‌ای آنها نقش دارد و در برخی حوزه‌ها (مانند سیاسی و اقتصادی) این نقش پررنگ‌تر است. برای جمع‌بندی یافته‌ها، نتایج تأثیر سه متغیر مستقل (سواد رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی و طبقه اجتماعی) بر ارزش‌های توسعه‌ای در جدول مقایسه‌ای زیر ارائه می‌شود.

جدول ۷. مقایسه تأثیر سواد رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی و طبقه اجتماعی بر ارزش‌های توسعه‌ای

متغیر مستقل	نوع آزمون آماری	میزان اثر (F یا β)	سطح معناداری	تفسیر
سواد رسانه‌ای	رگرسیون	$\beta = ۰.۳۱$	۰.۰۱	اثر مثبت و معنادار بر ارزش‌های توسعه‌ای
سرمایه فرهنگی	رگرسیون	$\beta = ۰.۴۲$	۰.۰۰۱	اثر مثبت و قوی‌تر نسبت به سواد رسانه‌ای
طبقه اجتماعی	کوواریانس	F = ۴.۵۷	۰.۰۳	تفاوت معنادار میان طبقات اجتماعی در ارزش‌های توسعه‌ای

نتایج جدول مقایسه‌ای نشان می‌دهد که هر سه متغیر مستقل، یعنی سواد رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی و طبقه اجتماعی، در شکل‌گیری ارزش‌های توسعه‌ای نقش دارند اما نوع و شدت اثرگذاری آن‌ها متفاوت است. سرمایه فرهنگی بیشترین قدرت پیش‌بینی‌کنندگی را داشته و به‌عنوان مهم‌ترین عامل فردی در ارتقای ارزش‌های توسعه‌ای عمل کرده است. سواد رسانه‌ای نیز اگرچه با شدت کمتر، اما تأثیر مثبت و معناداری نشان داده است. در مقابل، طبقه اجتماعی اثر مستقیم خطی بر ارزش‌های توسعه‌ای ندارد بلکه از طریق تفاوت میانگین در

گروه‌های مختلف خود را آشکار می‌سازد؛ بدین معنا که افراد متعلق به طبقات اجتماعی مختلف، نگرش‌های توسعه‌ای متفاوتی دارند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که ترکیب عوامل فردی (سواد رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی) و ساختاری (طبقه اجتماعی) به صورت مکمل در تبیین ارزش‌های توسعه‌ای مؤثر هستند.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که سواد رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی و طبقه اجتماعی هر کدام به‌صورت مستقل و مکمل بر ارزش‌های

توسعه‌ای تأثیرگذار بوده‌اند و این اثرگذاری در نسل‌های مختلف شدت متفاوتی دارد. نخستین محور نتایج نشان داد که سواد رسانه‌ای در نسل اول تنها در حوزه‌های سیاسی و فرهنگی اثر معنادار داشته، اما در نسل دوم تقریباً بر تمامی ابعاد ارزش‌های توسعه‌ای اثر مثبت و قوی نشان داده است. این یافته را می‌توان در چارچوب تغییرات ساختاری تجربه رسانه‌ای تبیین کرد. نسل دوم و سوم در بستر دیجیتال رشد یافته‌اند و بخشی از جامعه‌پذیری آن‌ها از طریق رسانه‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی صورت گرفته است؛ بنابراین طبیعی است که رسانه برای آنان نقش پررنگ‌تری در شکل‌دهی ارزش‌ها ایفا کند. این نتیجه با تحلیل‌های رفتاری نسل‌ها همخوانی دارد که بر افزایش وابستگی نسل‌های جدید به رسانه و فناوری نسبت به نسل‌های قدیمی تأکید می‌کنند (Twenge, 2023). همچنین پژوهش‌های بین‌المللی نشان داده‌اند که استفاده گسترده‌تر نسل‌های جدید از رسانه‌های دیجیتال باعث افزایش آگاهی فرهنگی، سیاسی و ارتباطی شده و ارزش‌های جدیدی همچون مشارکت، استقلال فکری و جهان‌وطنی را تقویت کرده است (Choudhary et al., 2024). این ارتباط همچنین با یافته‌های Lamour & Lorentz همسو است که نشان می‌دهند رسانه نقشی تعیین‌کننده در بازتوزیع سرمایه فرهنگی و تأثیرگذاری بر سلیقه‌ها و جهت‌گیری‌های اجتماعی دارد (Lamour & Lorentz, 2021). بنابراین یافته این پژوهش که سواد رسانه‌ای در نسل دوم اثر بیشتری بر ارزش‌های توسعه‌ای داشته، با ادبیات جهانی کاملاً هم‌راستا است.

یافته‌ها همچنین نشان داد که سرمایه فرهنگی به‌طور پایدار و در تمامی نسل‌ها اثر مثبت و معناداری بر ارزش‌های توسعه‌ای دارد؛ هرچند شدت این اثرگذاری در نسل‌ها متفاوت بوده است. در نسل اول، سرمایه فرهنگی بر تمام ابعاد ارزش‌های توسعه‌ای اثری قوی داشت؛ در نسل دوم بیشترین اثر آن در ارزش‌های اجتماعی دیده شد؛ و در نسل سوم شدت اثر نسبت به نسل‌های پیشین کاهش یافت. این یافته را می‌توان در بستر نظریه‌های سرمایه فرهنگی و نقش آن در جامعه‌پذیری تبیین کرد. سرمایه فرهنگی با فراهم کردن دسترسی به

مهارت‌ها، دانش‌ها و تجربه‌های اجتماعی، توانایی تحلیل مسائل و مشارکت اجتماعی را تقویت می‌کند و بنابراین، پذیرش ارزش‌های توسعه‌ای را افزایش می‌دهد (Hale et al., 2023). یافته‌های پژوهش Karami نیز نشان داده‌اند که سرمایه فرهنگی از مهم‌ترین عوامل ارتقای اعتماد اجتماعی در ایران است و نقش مهمی در شکل‌دهی نگرش‌های مدرن و توسعه‌ای ایفا می‌کند (Karami et al., 2020). این نتیجه همچنین با تحلیل‌های نظری Stephens و همکاران هم‌خوان است که سرمایه فرهنگی را عامل مهمی در شکل‌گیری تفاوت‌های طبقاتی و الگوهای ارزشی معرفی می‌کنند (Stephens et al., 2024). کاهش شدت اثر سرمایه فرهنگی در نسل سوم را می‌توان چنین تبیین کرد که نسل جدید علاوه بر سرمایه فرهنگی خانوادگی، تحت تأثیر رسانه‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و تعاملات چندلایه ارتباطی است و بنابراین، سرمایه فرهنگی تنها یکی از منابع اثرگذار بر ارزش‌های این نسل است. به بیان دیگر، در نسل‌های جدیدتر «تنوع منابع جامعه‌پذیری» بیشتر شده و همین امر به کاهش نسبی نقش سرمایه فرهنگی منجر شده است.

یافته‌های بخش سوم پژوهش نشان داد که طبقه اجتماعی در تمامی ارزش‌های توسعه‌ای اثر مثبت، معنادار و به‌ویژه در حوزه‌های اقتصادی و سیاسی اثر بسیار قوی دارد. این امر هم از منظر نظری و هم از منظر داده‌های تجربی قابل تبیین است. ساختار طبقاتی نه تنها بر دسترسی افراد به منابع اقتصادی اثر می‌گذارد، بلکه از طریق شبکه‌های اجتماعی و فرصت‌های آموزشی نیز بر نگرش‌ها و ارزش‌های آنان تأثیر می‌گذارد. تحلیل‌های جهانی در زمینه پیامدهای طبقه اجتماعی نشان می‌دهد که موقعیت طبقاتی با متغیرهایی همچون پرخاشگری، مشارکت اجتماعی، احساس کارآمدی و حتی رفتار شغلی ارتباط دارد (Kish-Gephart, Chen et al., 2024). یافته‌های Mazaheri نیز نشان داده‌اند که طبقه اقتصادی در ارزش‌های مرتبط با خانواده و ازدواج نقش دارد و این نقش در میان جوانان نسبتاً قوی است (Mazaheri et al., 2020). در

پژوهش‌های داخلی نیز تأکید شده که طبقه اجتماعی یکی از مهم‌ترین عوامل شکل‌دهنده به ارزش‌های فرهنگی شهروندان است و افرادی که در طبقات بالاتر قرار دارند، ارزش‌های مدرن‌تر و مشارکتی‌تری را اتخاذ می‌کنند (Seyed Aghaee, 2018). نتایج پژوهش حاضر که نشان داد طبقه اجتماعی بیشترین اثر را در ارزش‌های اقتصادی و سیاسی دارد، با تحلیل‌های Beugelsdijk نیز همسو است؛ زیرا وی تأکید می‌کند که تنوع ارزشی و تفاوت‌های طبقاتی بر عملکرد اقتصادی و کیفیت نهادی اثرگذارند (Beugelsdijk et al., 2017). به‌طور کلی، یافته‌های حاضر از یک هم‌پوشانی نظری حمایت می‌کنند: طبقه اجتماعی بستر اصلی دسترسی به سرمایه فرهنگی، تجربه‌های رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی است و در نتیجه، از مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم ارزش‌های توسعه‌ای را شکل می‌دهد.

یکی از نتایج مهم پژوهش این بود که سه متغیر سواد رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی و طبقه اجتماعی به‌طور مکمل در شکل‌دهی ارزش‌های توسعه‌ای عمل می‌کنند. این نکته با دیدگاه‌های بین‌رشته‌ای در مطالعات توسعه همسو است که تأکید می‌کنند تحول ارزش‌ها نه محصول یک عامل منفرد، بلکه نتیجه برهم‌کنش چندلایه عوامل اقتصادی، فرهنگی و ارتباطی است (Buckley & Mantilla, 2013). به‌ویژه در جوامع در حال گذار همچون ایران، که بخش قابل توجهی از تغییرات ارزشی تحت تأثیر عوامل بین‌نسلی، طبقه‌ای و فناوری‌های دیجیتال قرار دارد، این ترکیب عوامل اهمیت بیشتری دارد. مثال روشن این موضوع را می‌توان در تفاوت نسل‌ها مشاهده کرد: نسل اول بیشتر تحت تأثیر سرمایه فرهنگی سنتی و اجتماعی‌شدن خانوادگی قرار دارد؛ نسل دوم تحت تأثیر همزمان سرمایه فرهنگی و رسانه‌ها قرار گرفته؛ و نسل سوم در بستر چندمنبعی جامعه‌پذیر شده است. این تحلیل با دیدگاه‌های Rudolph هم‌راستا است که تأکید می‌کند نسل‌ها تنها در نتیجه تفاوت‌های تاریخی شکل نمی‌گیرند، بلکه شبکه‌ای از عوامل اجتماعی، فناوری و طبقاتی در شکل‌دهی هویت نسلی نقش دارند

(Rudolph et al., 2021). افزون بر این، یافته‌ها با تحلیل‌های Amah درباره تفاوت‌های نسلی در ارزش‌های کاری نیز هم‌خوانی دارد که نشان می‌دهد برای مدیریت این تفاوت‌ها، باید به عناصر فرهنگی و ارتباطی توجه کرد (Amah, 2020).

همچنین یافته‌های حاضر بیان می‌کند که ارزش‌های توسعه‌ای در ایران، همانند بسیاری از جوامع در حال گذار، ترکیبی از ارزش‌های سنتی، دینی و مدرن است. این موضوع با نتایج پژوهش Azimi Hashemi سازگار است که نشان می‌دهد ارزش‌های خانوادگی و فرهنگی در نسل‌های مختلف ایران از ترکیب عناصر سنتی و نو تشکیل شده است (Azimi Hashemi et al., 2015). این تحلیل همچنین با نتایج Razeghi Nasrabad هم‌خوان است که نشان می‌دهد شکاف نسلی در ایران به معنای تضاد ارزشی نیست، بلکه به معنای تحول تدریجی ارزش‌ها است (Razeghi Nasrabad & Fallah Nejad, 2018). علاوه بر این، نتایج نشان می‌دهد ارزش‌های توسعه‌ای در نسل‌های جدید بیشتر تحت تأثیر تجربه‌های جدید رسانه‌ای و الگوهای مصرف فرهنگی قرار دارد؛ این امر با تحلیل‌های Heller درباره نقش برنامه‌های فوق‌برنامه در توسعه ارزش‌های رشد همسو است (Heller, 2021). همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد نسل‌های جدید تمایل بیشتری به ارزش‌های مرتبط با نوآوری و تغییر دارند، موضوعی که Titko نیز در تحلیل نسل Z بر آن تأکید کرده است (Titko et al., 2020).

از منظر تحلیلی، نتایج این پژوهش را می‌توان در چارچوب یک مدل جامعه‌شناختی-فرهنگی تبیین کرد. در این مدل، طبقه اجتماعی نقش ساختاری دارد و دسترسی به سرمایه‌ها را تعیین می‌کند؛ سرمایه فرهنگی نقش میانجی دارد و مسیرهای تحلیل و پذیرش ارزش‌ها را شکل می‌دهد؛ و سواد رسانه‌ای نقش تسهیل‌گر دارد و توانایی افراد را برای مواجهه نقادانه با جهان جدید افزایش می‌دهد. این نگاه ترکیبی با دیدگاه Yang نیز همسو است که نشان می‌دهد توسعه پایدار زمانی محقق می‌شود که رفتارها و نگرش‌های اجتماعی تحت تأثیر شبکه‌ای از عوامل اقتصادی و فرهنگی قرار گیرند (Yang &

Zhang, 2019). همچنین نتایج حاضر با تحلیل Takamatsu نیز همخوانی دارد که نشان می‌دهد طبقه اجتماعی و فرصت‌های فرهنگی در بازتولید ارزش‌های جدید نقش اساسی دارند (Takamatsu, 2020).

در مجموع، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ارزش‌های توسعه‌ای در ایران پدیده‌ای چندعاملی است و برای تحلیل آن باید برهم‌کنش سه عامل کلیدی—سواد رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی و طبقه اجتماعی—را در بستر تفاوت‌های نسلی بررسی کرد. این یافته‌ها با ادبیات جهانی و پژوهش‌های متعدد داخلی و بین‌المللی هم‌راستا است و نشان می‌دهد که تقویت سرمایه فرهنگی، ارتقای سواد رسانه‌ای و کاهش نابرابری‌های طبقاتی مسیر مؤثری برای بهبود ارزش‌های توسعه‌ای در نسل‌های مختلف است.

این پژوهش، همچون بسیاری از مطالعات اجتماعی-میان‌نسلی، با چند محدودیت همراه بود. نخست، پژوهش تنها بر شهر تهران متمرکز بود و این امر تعمیم نتایج به سایر مناطق کشور را با محدودیت روبه‌رو می‌کند، به‌ویژه مناطقی که از نظر فرهنگی، طبقاتی و دسترسی به رسانه با تهران تفاوت چشمگیر دارند. دوم، ابزار گردآوری داده‌ها خودگزارش‌دهی بود و احتمال وجود سوگیری مطلوبیت اجتماعی در پاسخ‌ها وجود دارد. سوم، مطالعه از نوع مقطعی بود و امکان بررسی تغییر ارزش‌ها در طول زمان یا تحلیل علی-طولی را فراهم نمی‌کرد. چهارم، تنها سه متغیر اصلی بررسی شدند و سایر عوامل مؤثر بر ارزش‌های توسعه‌ای—مانند شبکه‌های خانوادگی، سبک‌های تربیتی یا مشارکت اجتماعی—در مدل لحاظ نشدند. نهایتاً، سنجش ارزش‌ها با ابزار پرسشنامه برخی از ابعاد پیچیده ارزشی را که ماهیتی کیفی و معنایی دارند، پوشش نمی‌دهد.

transforming societies, especially those experiencing generational, technological, and economic transitions, identifying the determinants of developmental values is crucial for designing sustainable social and economic policies. One of the most important factors shaping these values is generational differences. Literature on generational

پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده از روش‌های ترکیبی کیفی-کمی برای فهم عمیق‌تر سازوکارهای شکل‌گیری ارزش‌های توسعه‌ای استفاده شود. همچنین پژوهش‌های طولی برای بررسی روند تحول ارزش‌ها در نسل‌های مختلف می‌تواند تصویری دقیق‌تر از پویایی ارزش‌ها ارائه کند. توسعه دامنه جغرافیایی پژوهش به شهرهای کوچک، مناطق روستایی و استان‌های فرهنگی متنوع نیز برای تعمیم‌پذیری نتایج ضروری است. افزودن متغیرهای تکمیلی مانند سبک تربیتی والدین، ساختار خانواده، میزان مشارکت اجتماعی و تجربه‌های آموزشی نیز می‌تواند مدل پیش‌بینی ارزش‌های توسعه‌ای را غنی‌تر کند.

از نظر کاربردی، تقویت برنامه‌های سواد رسانه‌ای در مدارس، دانشگاه‌ها و سازمان‌های اجتماعی می‌تواند نقش مهمی در ارتقای ارزش‌های توسعه‌ای ایفا کند. همچنین سیاست‌گذاری فرهنگی باید بر افزایش دسترسی شهروندان به منابع فرهنگی باکیفیت و کاهش نابرابری‌های طبقاتی در حوزه آموزشی تمرکز کند. ایجاد زیرساخت‌هایی برای مشارکت بیشتر نسل‌های مختلف در برنامه‌های فرهنگی، اجتماعی و مدنی، فرصتی برای کاهش شکاف‌های ارزشی فراهم می‌آورد. در نهایت، نهادهای تصمیم‌گیر می‌توانند با ترویج ارزش‌های مرتبط با مشارکت، عدالت، کار جمعی و مسئولیت‌پذیری، مسیر تقویت ارزش‌های توسعه‌ای در جامعه را هموار کنند.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Developmental values—representing a constellation of beliefs, orientations, and socio-cultural dispositions that shape collective progress—have become a central theme in contemporary social research. In rapidly

studies emphasizes that each generation is socialized within distinct historical, technological, and institutional environments, producing meaningful differences in attitudes, expectations, and priorities (Twenge, 2023). Recent scholarship argues that generational cohorts differ in their technological adaptability, learning environments, and communication patterns, which ultimately shape their value systems and behavioral trajectories (Choudhary et al., 2024). These generational distinctions structure how individuals interpret social change, economic development, and cultural modernization.

Parallel to generational effects, social class plays a decisive structural role in shaping developmental values by influencing access to material resources, networks, and social opportunities. Research demonstrates that social class strongly alters psychological tendencies, behavioral outcomes, and socioeconomic expectations (Kish-Gephart et al., 2023). Furthermore, meta-analytic evidence suggests that social class is associated with patterns of opportunity, vulnerability, and behavioral tendencies that guide individuals' social participation and value formation (Chen et al., 2024). From a developmental and intergroup perspective, class-based experiences systematically shape individuals' perceptions, motivations, and expectations about social mobility and development (Mistry et al., 2021). These findings highlight that social class does not merely produce inequality; it also produces distinct developmental ideologies and value orientations.

Cultural capital is another fundamental factor influencing how values are generated, sustained, and transmitted. Cultural capital fosters individuals' interpretive capacities and their ability to engage with social issues and developmental aspirations. Studies emphasize that cultural capital shapes access to educational, artistic, and cultural environments that promote higher-order thinking, creativity, and engagement with public life (Hale et al., 2023). In the Iranian context, cultural capital has been identified as a strong predictor of trust, civic engagement, and openness to progressive

values (Karami et al., 2020). Similarly, research on family and social values suggests that cultural capital moderates how individuals negotiate traditional, religious, and modern expectations in transitional societies (Modiri, 2018). Comparative studies indicate that variations in cultural capital influence value diversity, which in turn affects long-term development outcomes at regional levels (Beugelsdijk et al., 2017).

Another decisive factor shaping developmental values in contemporary societies is media literacy. With the increasing ubiquity of digital media, individuals are constantly exposed to diverse political, social, and cultural content. Media literacy enables individuals to interpret, evaluate, and contextualize media messages, thereby shaping their readiness for developmental participation. Studies highlight that media systems redistribute cultural capital, influencing cultural tastes, social awareness, and value orientations (Lamour & Lorentz, 2021). Research also indicates that media literacy enhances individuals' ability to evaluate information quality, engage with civic issues, and adopt development-oriented perspectives (Crossan et al., 2021). As digital exposure expands generationally, younger cohorts acquire value orientations partially shaped by online information ecosystems, which further differentiates them from older generations (Eger et al., 2021). This aligns with findings on youth values, where younger generations show stronger preferences for innovation, autonomy, and modernity (Titko et al., 2020). In societies experiencing rapid socio-economic transition, such as Iran, media literacy has the potential to significantly bridge generational gaps in social and developmental values.

Complementing these mechanisms are broader social, institutional, and religious contexts that shape the cultural foundations of developmental values. Research on values in Iranian families and communities suggests that contemporary value systems represent a hybrid of traditional, religious, and modern elements, shaped by both structural shifts and cultural continuities (Azimi Hashemi et

al., 2015). Intergenerational research further supports the idea that value gaps between older and younger generations reflect nuanced mixtures of adaptation and continuity rather than simple dichotomies of tradition versus modernity (Hosseini Beyouki & Jokar, 2019; Razeghi Nasrabad & Fallah Nejad, 2018). At the same time, scholarship on religion and governance underscores that cultural and religious value systems remain fundamental to shaping development attitudes and institutional participation, particularly in societies with strong normative and ideological frameworks (Buckley & Mantilla, 2013). Additionally, macro-level studies indicate that culture and social values continue to play a foundational role in human resource development and national strategies, affirming the significance of understanding developmental values within specific socio-historical contexts (Reza'alizadeh et al., 2025).

Taken together, existing research suggests that developmental values are multidimensional and shaped by complex interactions between generational differences, social class, cultural capital, and media literacy. Yet few studies have examined these variables simultaneously, particularly in multi-generational contexts embedded within unique cultural and political environments. The present study addresses this gap by analyzing how these three key variables influence developmental values across three generations in Tehran.

Methods and Materials

This study employed an applied, descriptive–correlational design. The statistical population consisted of Tehran citizens belonging to three generations. A sample of 1,200 individuals was selected using a two-stage cluster sampling procedure. Data were collected using standardized questionnaires measuring developmental values, media literacy, cultural capital, and social class. Content validity was confirmed through expert evaluation, and reliability coefficients showed acceptable internal consistency. Data were analyzed using descriptive statistics, multivariate

regression analyses, and analysis of covariance (ANCOVA) through SPSS-26.

Findings

Findings indicated that media literacy had a significant positive impact on developmental values, with stronger effects observed in the second generation compared to the first. In the first generation, media literacy influenced political and cultural values but showed no significant association with economic or social values. In contrast, in the second generation, media literacy significantly predicted all dimensions of developmental values, including economic, social, political, cultural, and religious dimensions.

Cultural capital demonstrated a stable and positive association with developmental values across all three generations. In the first generation, cultural capital strongly predicted all value dimensions. In the second generation, its strongest influence appeared on social values, while in the third generation, the overall magnitude of its effect decreased but remained significant. This pattern suggests generational variation in the mechanisms through which cultural capital influences developmental orientations.

Social class exerted a strong and significant effect on all developmental value dimensions. The highest impact was recorded for economic and political values, while the smallest effect appeared in religious values. Analysis of covariance showed meaningful differences in the mean levels of developmental values among different social classes, highlighting the structural influence of socioeconomic position.

Comparative analysis of the three predictors revealed that cultural capital had the highest predictive power, followed by media literacy and social class. Thus, all three variables meaningfully influenced value orientation, but their dynamics and intensities varied across developmental domains and generational cohorts.

Discussion and Conclusion

The discussion of findings suggests that the effect of media literacy on developmental values is closely tied to generational differences in digital

engagement. Younger generations, having greater exposure to digital environments, appear more likely to integrate media-based information into their developmental outlooks. This reinforces the idea that digital ecosystems are becoming central to value formation among newer cohorts.

Cultural capital demonstrated a robust and consistent association with developmental values across generations, supporting the view that cultural competencies—such as knowledge, interpretive skills, and familiarity with cultural institutions—remain essential for shaping developmental attitudes. Nevertheless, the reduced effect of cultural capital in the third generation suggests diversification in sources of socialization, including social media and peer networks, reducing reliance on traditional cultural capital.

Social class showed powerful structural effects across all dimensions of developmental values. This underscores the centrality of socioeconomic inequalities in shaping individuals' opportunities, aspirations, and perceptions of development. Higher-class groups may have more stable access to educational, economic, and cultural resources, generating stronger developmental orientations.

Overall, the findings reveal that developmental values in contemporary society emerge from the interplay of individual competencies, socio-cultural resources, and structural conditions. These results highlight the importance of integrating cultural, technological, and socioeconomic strategies in policy efforts aimed at strengthening developmental values across generations.

In conclusion, developmental values are shaped by complex interactions between media literacy, cultural capital, and social class, and these relationships vary meaningfully across generations, underscoring the need for generationally sensitive and culturally grounded development policies.

References

Amah, O. E. (2020). Handling Variation in Work Ethics and Values Across Generations in Nigeria. In *Global applications of multigenerational management and leadership in the transcultural era* (pp.

231-262). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-9906-7.ch008>

Azimi Hashemi, M., A'Zam Kari, F., Bignah, M., & Rezmanesh, F. (2015). Values, Attitudes, and Action Patterns of Youth Regarding Spouse Selection and Pre-Marital Relationships. *Cultural Strategy*(29), 179-212.

Beugelsdijk, S., Mariko, J., & Klasing, P. (2017). Value Diversity and Regional Economic Development. *The Scandinavian Journal of Economics*, 121(1), 153-181. <https://doi.org/10.1111/sjoe.12253>

Buckley, D. T., & Mantilla, L. F. (2013). God and governance: development, state capacity, and the regulation of religion. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 52(2), 328-348. <https://doi.org/10.1111/jssr.12025>

Chen, B., Zhang, C., Feng, F., Xian, H., & Zhao, Y. (2024). The association between social class and aggression: A meta-analytic review. *Social Science & Medicine*, 340, 116432. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2023.116432>

Choudhary, R., Shaik, Y. A., Yadav, P., & Rashid, A. (2024). Generational differences in technology behavior: A systematic literature review. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(9), 6755-6769. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i9.6755>

Crossan, W. M., Bednář, M., Baghurst, T., & Komarc, M. (2021). An exploratory study of the use of values by coaches in the Czech Republic. *Journal of Sport Behavior*, 44(3), 89-99.

Eger, L., Komárková, L., Egerová, D., & Mičík, M. (2021). The effect of COVID-19 on consumer shopping behaviour: Generational cohort perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102542. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102542>

Hale, J., Irish, A., Carolan, M., Clark, J. K., Inwood, S., Jablonski, B. B., & Johnson, T. (2023). A systematic review of cultural capital in US community development research. *Journal of Rural Studies*, 103, 103113. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.103113>

Heller, R. (2021). The developmental value of extracurricular programs: A conversation with Andrea Vest Ettekal. *Phi Delta Kappan*, 102(8), 30-34. <https://doi.org/10.1177/00317217211013934>

- Hosseini Beyouki, N., & Jokar, A. M. (2019). Difference in the Intergenerational Gap in Values Among Adolescents and Parents in Two Cities: Tehran and Yazd. The 3rd International Conference on Research in Psychology, Counseling, and Educational Sciences,
- Karami, A., Mahdavi, S. M. S., & Azkia, M. (2020). The Role of Cultural Capital in Strengthening Social Trust in Iran. *Strategic and Macro Policies*, 8, 74-88.
- Kish-Gephart, J. J., Moergen, K. J., Tilton, J. D., & Gray, B. (2023). Social class and work: A review and organizing framework. *Journal of Management*, 49(1), 509-565. <https://doi.org/10.1177/01492063221076822>
- Lamour, C., & Lorentz, N. (2021). Mass media and the attraction of the arts in small-size global cities: The (re) distribution of cultural capital. *International journal of communication*, 15, 20-29.
- Mazaheri, M. A., Aghdaee, S. M., Bagherian, F., & Nejat, P. (2020). Investigating the Relationship Between Age, Economic Class, and Religiosity with the Preference for Marriage Values Among Iranian Youth. The 7th International Conference on Psychology, Counseling, and Educational Sciences,
- Mistry, R. S., Elenbaas, L., Griffin, K. M., Nenadal, L., & Yassine, A. (2021). Advancing developmental intergroup perspectives on social class. *Child Development Perspectives*, 15(4), 213-219. <https://doi.org/10.1111/cdep.12431>
- Modiri, F. (2018). Different Types of Family Values and their Socio-Economic Correlates in Tehran. *Applied Sociology*, 29(1), 147-166.
- Razeghi Nasrabad, H. B., & Fallah Nejad, L. (2018). Investigating Generational Differences in Social Values and the Factors Affecting Them: A Case Study of the Old City of Hashtgerd. *Social Cultural Strategy*, 7(1), 197-226.
- Reza'alizadeh, M. B., Mirsepasi, N., & Daneshfard, K. (2025). Investigating the Role of Culture and Societal Values in Human Resource Development with Attention to the Second Phase Statement of the Revolution. *Strategic Management Studies for National Defense*, 8(30), 87-112.
- Rudolph, C. W., Rauvola, R. S., Costanza, D. P., & Zacher, H. (2021). Generations and generational differences: Debunking myths in organizational science and practice and paving new paths forward. *Journal of Business and Psychology*, 36(6), 945-967. <https://doi.org/10.1007/s10869-020-09715-2>
- Seyed Aghaee, S. S. (2018). *Investigating the Effect of Social Class on the Cultural Values of Citizens over 18 (Kermanshah County)* Payame Noor University of Tehran Province, West Tehran Payame Noor Center].
- Stephens, N. M., Emery, L. F., Townsend, S. S., & Song, H. J. (2024). Taking a social-class-in-context perspective on the psychology of social class. *Journal of Social Issues*, 80(4), 1484-1503. <https://doi.org/10.1111/josi.12652>
- Takamatsu, K. (2020). Socio-Cultural Barriers of Female Ex-Combatants' Social Re-Integration in Sri Lanka. In *Recent Social, Environmental, and Cultural Issues in East Asian Societies* (Vol. 13, pp. 12-23). <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1807-6.ch013>
- Titko, J., Svirina, A., Skvarciany, V., & Shina, I. (2020). Values of young employees: Z-generation perception. *Business: Theory and Practice*, 21(1), 10-17. <https://doi.org/10.3846/btp.2020.11166>
- Twenge, J. M. (2023). *Generations: the real differences between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents-and what they mean for America's future*. Simon and Schuster. <https://doi.org/10.56315/PSCF12-23Twenge>
- Yang, X., & Zhang, L. (2019). Diagnose barriers to sustainable development: A study on "desensitization" in urban residents' green purchasing behavior. *Sustainable Development*, 28(1), 112-124. <https://doi.org/10.1002/sd.1978>