



دوره ۱۴، شماره ۱، صفحات ۱۱۲ تا ۱۲۸

منتشر شده در بهار و تابستان ۹۸

(DOI): ۱۰,۳۳۰۵۹/GMJ.۲۰۱۹,۷۳۵۸۰

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۰/۰۳

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۲/۲۹

جایگاه خانواده در تحقیقات سواد رسانه ای در ایران: مرور سیستماتیک

داود م. بی، استادیار، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و ارتقا.ت، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی،

d.mehrabi@ihcs.ac.ir

چکیده

نقش خانواده در شکل گیری سواد رسانه ای و اطلاعاتی نسل جدید حائز اهمیت فراوان است. این مطالعه با هدف شناخت جایگاه خانواده در تحقیقات سواد رسانه ای، به مطالعه سیستماتیک پژوهش های پیشین در ایران پرداخته است. برای یافتن مقالات و آثار علمی پیشین، پنج کلمه کلیدی شامل "سواد رسانه ای"، "سواد اطلاعاتی"، "خانواده"، "والدین" و "ایران" در شش سایت نمایه کننده اسناد علمی و همچنین موتور جستجوی "گوگل اسکالر" مورد جستجو قرار گرفت. پس از مرور یکصد و پنج مقاله، ۱۹ مقاله مورد مطالعه دقیق قرار گرفتند که در نهایت ۹ مقاله برای ورود به تجزیه و تحلیل نهایی حائز شرایط بودند. نتایج نشان می دهد که عمده مطالعات با بهره گیری از روش های مطالعه اسنادی و همچنین توصیفی مقطعی با ابزار پرسشنامه در پی پاسخگویی به اهداف خود بوده اند. روابط بین سطح تحصیلات و شرایط اقتصادی خانواده ها و سواد رسانه ای از جمله اهدافی عنوان شده اند که مطالعات خواستار تعیین ماهیت آنها بوده اند. بر اساس این نتایج، توجه به مؤلفه های دیگر در خصوص نقش خانواده در سواد رسانه ای می تواند ظرفیت های خانواده به عنوان یک نهاد اجتماعی تأثیرگذار را روشن تر سازد. از آنجایی که لازمه آموزش و یادگیری، پژوهش و تحقیق است، و با توجه به تأکید مطالعات پیشین بر برگزاری کارگاهها و تهیه مفاد آموزشی و یادگیری سواد رسانه ای، به کارگیری تمهیدات مختلف از جمله به کارگیری افراد متخصص حوزه ارتباطات و رسانه ها و همچنین مسئولان مرتبط در حوزه آموزش و پرورش تأکید می شود.

کلید واژگان: مرور سیستماتیک، سواد رسانه ای، سواد اطلاعاتی، خانواده، ایران

تعریف سواد که در سال ۱۹۵۱ توسط سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو) به عنوان توانایی درک خواندن و نوشتن متنی ساده در زندگی روزانه ارائه شده بود، با پیشرفت سریع در حوزه فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی دچار تغییرات گسترده ای شده است (دهقان شاد و محمودی کوکنده، ۱۳۹۱). این پیشرفت ها که بخش قابل توجهی از آن در تکامل رسانه ها و معرفی رسانه های جدید جلوه یافته، مبحثی با عنوان سواد رسانه ای را مطرح کرده است. "سواد رسانه ای را می توان مواجهه‌ی هدفمند با رسانه ها دانست که بالا رفتن سطح آگاهی افراد جامعه به عنوان مخاطب را پی دارد و از سوی دیگر نیز ضمن ایجاد ارتباط دو سویه و مشارکت جویانه با رسانه ها، تقویت ساختار دموکراتیک جامعه در راستای مشارکت از طریق رسانه را در پی دارد" (زارع کهن، ۱۳۹۳، ص. ۱۱۰).

سواد رسانه ای با ایجاد دید انتقادی در فرد، تأثیرپذیری کورکورانه از رسانه ها را کاهش داده و فرد را در مقابل تهدیدهایی که در فضای مجازی شکل گرفته و روز به روز نیز در حال افزایش است مصون تر می سازد (مقدس زاده و صفاهیه، ۱۳۹۶). در واقع، سواد رسانه ای در صورت محقق شدن می تواند فرد را از مشکلات عدیده ای که در کنار هزاران مزایای فضای رسانه ای، و مهمتر فضای مجازی، قرار دارد نجات دهد و با سوق دادن در جهت مزایای موجود در این فضا، رسانه را در رسالت اصلی خود که همانا آگاهی رسانی، آموزش و سرگرمی است یاری رساند. اهمیت سواد رسانه ای هنگامی افزایش می یابد که استفاده از رسانه های جدید به ویژه در بستر فضای مجازی نگرانیهای زیادی را در خصوص تأثیر این رسانه ها بر کودکان ایجاد کرده است (پاتون، ۲۰۱۴). برغم اینکه برخی تحقیقات خارجی (برای مثال، لینگ و دونر، ۲۰۰۹؛ لینگ، ۲۰۰۴) و برخی تحقیقات داخلی (برای مثال، بهرامیان، مظاهری و حسن زاده، ۲۰۱۸) سواد رسانه ای و نقش خانواده را از جنبه های مختلف مورد توجه قرار داده اند، اما نتایج برخی مطالعات دیگر (برای مثال، وارثا و همکاران، ۲۰۱۴) که نشان می دهند ۲۰ درصد والدین معتقد هستند اعمال برخی مقررات به منظور استفاده کودکان از رسانه های مختلف باعث شکل گیری تعارضاتی در خانواده می شود، ضرورت انجام تحقیق های بیشتر در مورد جایگاه خانواده در سواد رسانه ای کودکان را مورد تأکید قرار می دهد. از این رو،

جایگاه خانواده در تحقیقات سواد رسانه ای در ایران...

به نظر می رسد آگاهی از جایگاه خانواده در مطالعات سواد رسانه ای در ایران می تواند ضمن اشراف به آنچه تاکنون در این حوزه انجام شده با شناسایی خلاء های موجود، به پربارتر شدن تحقیقات آینده کمک نماید.

بیان مسئله

نگاهی به آمار کاربران ایرانی شبکه های اجتماعی که توسط مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران (ایسپا) وابسته جهاد دانشگاهی ارائه شده نشان می دهد که در مجموع گروه سنی ۱۲ تا ۱۷ سال با ۶۷ درصد، گروه سنی ۳۰ تا ۴۹ ساله با ۵۳ درصد و افراد بالای ۵۰ سال با ۲۵ درصد به ترتیب اصلی ترین گروه های سنی استفاده کننده از این ابزارهای ارتباطی هستند. در مجموع ۶۶ درصد از مردم دست کم از یکی از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند که ۴۶٫۷ درصد فقط شبکه های اجتماعی خارجی، ۳٫۹ درصد فقط شبکه های اجتماعی داخلی، و ۱۴٫۱ درصد هم از شبکه های اجتماعی داخلی و خارجی استفاده می کنند (ایسپا، ۱۳۹۷). اگرچه آمار و ارقام قابل استنادی در مورد میزان حضور کودکان (تا پیش از سن ۱۲ سالگی) و نوجوانان (تا پایان ۱۹ سال) در سطح کشور وجود ندارد، اما می توان گفت که درصدی از کودکان و نوجوانان ایرانی نیز همچون بسیاری از کشورهای دیگر در شبکه های اجتماعی یا پیام رسانها عضویت دارند. در سطح جهانی، گزارش "نگرش ها و استفاده رسانه ای والدین و کودکان" نشان می دهد که یک درصد از کودکان ۳ تا ۴ ساله گوشی هوشمند تلفن همراه دارند، ۲۱ درصد از آنها تبلت شخصی دارند، و ۵۳ درصد نیز هشت ساعت در هفته آنلاین می شوند. در رده سنی ۵ تا ۷ سال، پنج درصد کودکان گوشی هوشمند تلفن همراه و ۳۵ درصد نیز تبلت شخصی دارند و همچنین ۷۹ درصد از آنها ۹ ساعت در هفته آنلاین هستند. در رده سنی ۸ تا ۱۱ سال، ۳۹ درصد گوشی هوشمند تلفن همراه و ۵۲ درصد تبلت شخصی دارند و ۹۴ درصد نیز به صورت هفتگی ۱۳ ساعت و نیم آنلاین هستند. در رده سنی ۱۲ تا ۱۵ سال، ۸۳ درصد گوشی هوشمند تلفن همراه و ۵۵ درصد نیز تبلت شخصی دارند. ۹۹ درصد از کودکان در این رده سنی در هفته ۲۱ ساعت آنلاین هستند (آفکام، ۲۰۱۷). بینس و بولنس (۲۰۱۶) در مطالعه خود دریافتند کودکانی که وقت بیشتری را صرف استفاده از تبلت می کنند، تعارضات بیشتری با والدین خود داشته اند. در مقابل، والدینی که در استفاده از تبلت محدودیت هایی اعمال کردند نیز تعارضات بیشتری با کودکان خود داشتند. اما در کودکانی که تبلت را در همکاری با والدین خود استفاده کردند، تعارض کمتری گزارش شده است.

جایگاه خانواده در تحقیقات سواد رسانه ای در ایران...

وجود چنین تعارضانی باعث می شود کودکان هرگز در خصوص امنیت محیط آنلاین با والدین خود گفتگو نکنند، یا بندرت در این خصوص با والدین خود گفتگو کنند. در حالی که روز به روز بر تعداد کودکان در فضای آنلاین افزوده می شود، مطالعات کمی به بررسی نقش برخی نهادهای تأثیرگذار همچون خانواده در این حوزه پرداخته اند.

اگرچه تأثیرات سواد رسانه ای به عنوان اصطلاحی که مناقشات زیادی در خصوص استفاده از آن در بین متخصصان حوزه ارتباطات وجود دارد، محدود به رده سنی خاصی نیست، اما آشکار است که کودکان و نوجوانان در مقایسه با جوانان، میانسالان و سالمندان به طور جدی تر در معرض پیامدهای سواد رسانه ای قرار دارند. استفاده گسترده کودکان و نوجوانان از شبکه های اجتماعی مباحثی از جمله اینکه چگونه و با چه کسانی ارتباط برقرار می کنند و پیامدهای احتمالی این برقراری ارتباط چیست، را بیش از پیش مورد توجه محققان و سیاستگذاران قرار داده است (لیوینگستون، ۲۰۱۴). از آنجایی که کودکان و نوجوانان بخش عمده وقت خود را در مدرسه و یا خانواده سپری می کنند و با توجه به نقش خانواده در امر تعلیم و تربیت نسل جدید، نیاز است به این نهاد اجتماعی که به طور حتم می تواند تأثیرات فراوانی بر کودکان و نوجوانان داشته باشد، توجهی ویژه ای شود.

یافته های مطالعه ای که توسط "لیوینگستون" (۲۰۱۴) انجام شده نشان می دهد کودکان و نوجوانان در سنین ۹ تا ۱۱ سالگی با این سوال اساسی مواجه می شوند که چه چیزی واقعی و چه چیزی غیرواقعی است. در سنین ۱۱ تا ۱۳ سالگی بیشتر به دنبال سئوالاتی از قبیل اینکه چه چیزی سرگرم کننده تر است، فارغ از اینکه واقعی و یا غیرواقعی باشد، هستند. در فاصله ۱۴ تا ۱۶ سالگی نوجوانان بر پیچیدگی زندگی اجتماعی و عاطفی خود می افزایند و بلوغ آنها منجر به تمرکز بر این می شود که چه چیزهایی ارزشمندتر هستند. به نظر می رسد که تغییر تمایلات آنها به شبکه های اجتماعی آنلاین و غیرآنلاین با تغییر همسالان و روابط والدین شکل می گیرد و این فرایند پیامدهایی برای ادراک آنها از خطر آسیب دیدن به همراه دارد.

جایگاه خانواده در تحقیقات سواد رسانه ای در ایران ...

استفاده از سایت های شبکه های اجتماعی در سال های اخیر انرژی بسیاری از کودکان و نوجوانان را به سوی خود جلب و فرصت هایی برای ارتباط، بیان خود و مشارکت ایجاد کرده است (بوید، ۲۰۱۴). در عین حال، رسانه های جمعی تیزرهای زیادی در خصوص خشونت، آزار جنسی و حتی خودکشی ارائه کرده اند (ماسچرونی، پونت، گارمندیا، گاربتائوناندا، و موور، ۲۰۱۰) که باعث شده والدین، قانونگذاران و فعالان صنعت رسانه ای برای مدیریت تعاملات آنلاین تلاش کند تا از این طریق بتواند خطرات آسیب پذیری را به حداقل برساند. بر این اساس، در عین تلاش برای به حداقل رساندن خطرات آسیب پذیری اینترنت، افزایش فرصت ها برای دسترسی به اینترنت از جمله سیاست هایی است که در صدر برنامه های اجرایی سیاستگذاران قرار دارد. برای دستیابی به این هدف، هم محققان و هم سیاستگذاران تلاش کرده اند که مهارت های دیجیتال کودکان و نوجوانان را بهبود بخشند. با این وجود و برغم راه اندازی پویا های مختلف افزایش آگاهی و ایمنی، کودکان و نوجوانان پیام های این قبیل پویا ها همچون "با غریبه ها صحبت نکنید" و "یا اطلاعات شخصی خود را فاش نسازید" را به آسانی فراموش می گیرند اما این یادگیری به سادگی در تغییر رفتار آنها مشاهده نمی شود. این موضوع به دلیل آن است که کودکان و نوجوانان شبکه های اجتماعی و فضای مجازی را آن گونه که والدین آنها می بینند، درک نمی کنند (لیوینگستون، ۲۰۱۴). این قبیل رفتارها باعث می شود که تحقیقات دریابند که مدت زمان آنلاین بودن کودکان به طور مثبت با در معرض خطرات بیشتری مواجه شدن آنها ارتباط مستقیم داشته باشد (لیوینگستون و هلسپر، ۲۰۱۰).

برغم اهمیت آموزش مهارت های حضور در فضای مجازی و بهره گیری از رسانه های جدید، اغلب تحقیقاتی که در خارج از ایران انجام شده اند، تمرکز خود را بر افراد بالغ و یا نوجوانانی که در آستانه جوانی هستند، قرار داده اند و به این موضوع که آیا کودکان در سنین پایین تر الزامات حضور در فضای مجازی و استفاده از رسانه های جدید را می دانند، توجه کافی از سوی محققان دریافت نکرده است. این رویه در داخل ایران نیز قابل تعمیم است. علاوه بر این، نقش خانواده در شکل گیری سواد رسانه ای توجه چندانی از سوی محققان، به ویژه در ایران، دریافت نکرده و از این رو خلاء های عمده ای در ارتباط با نقش خانواده بر سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان مشهود است. این پژوهش با مرور تعداد مقالاتی که تمرکز خود را بر سواد رسانه ای و خانواده قرار داده اند، درصدد پاسخ به سئوالات زیر است:

جایگاه خانواده در تحقیقات سواد رسانه ای در ایران...

۱ - چه میزان از پژوهش های سواد رسانه ای در ایران با تمرکز بر خانواده انجام شده اند؟

۲ - پژوهش های انجام شده از منظر روش شناسی چه رویکردهایی برگزیده اند؟

۳ - نتایج اصلی پژوهش های انجام شده چه راهکارهای علمی و عملی در برداشته اند؟

۴ - اصلی ترین خلاء های پژوهشی موجود برای تمرکز بیشتر در مطالعات آینده کدامند؟

پاسخ به این سئوالات می تواند تصویر روشنی از آنچه تاکنون در حوزه خانواده و سواد رسانه ای انجام شده ارائه نموده و با مرور جامع پژوهشهای انجام شده ضمن ارائه راهکاری مستند، پیشنهادهایی جهت رفع خلاء های موجود در این حوزه را برای انجام مطالعات بیشتر در آینده معرفی نماید.

روش شناسی

منابع اطلاعاتی، موتورهای جستجو و کلمات کلیدی

در این مطالعه جستجوی جامعی از طریق شش سایت نمایه کننده مقالات علمی شامل "سیویلیکا"، "انسانی"، "ایرانداک"، "مگیران"، "نورمگز"، "سید" (پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی) و همچنین موتور جستجوی "گوگل اسکالر" انجام گرفت. به منظور یافتن مقالات علمی پیشین مرتبط با این حوزه از پنج کلمه کلیدی شامل "سواد رسانه ای"، "سواد اطلاعاتی"، "خانواده"، "والدین" و "ایران" استفاده شد. منابع مقالات یافته شده نیز به منظور یافتن دیگر آثار مرتبط مورد جستجو قرار گرفت تا حد امکان پژوهش های بیشتری در این مطالعه مورد استفاده واقع شوند. در مواردی که جستجوی این پنج کلمه کلیدی منجر به یافتن مقالات مرتبط نشد، به ترتیب سواد اطلاعاتی، والدین و خانواده حذف شدند تا دستیابی به مقالات احتمالی امکانپذیر شود. پس از یافتن مقالات مرتبط تنها مواردی که کلمات کلیدی جستجو شده در عنوان مقاله، چکیده و کلید واژگان وجود داشت، مطالعه شد تا از تناسب آنها با هدف پژوهش حاضر اطمینان کسب شود. از آنجایی که این پژوهش به طور مشخص به دنبال مطالعه نقش خانواده / والدین در سواد رسانه ای / اطلاعاتی بود، تنها مقالاتی که بر این دو مفهوم تمرکز داشتند در فهرست مقالات نهایی پژوهش حاضر قرار

جایگاه خانواده در تحقیقات سواد رسانه ای در ایران...

گرفتند. پس از اعمال این فرایندها، در مجموع ۱۰۵ مقاله مرتبط با سواد رسانه ای که نقش خانواده در آنها مورد مطالعه قرار گرفته بود، انتخاب شدند. به دلیل اینکه همه مقالات مرتبط با سواد رسانه ای که در آن نقش خانواده مورد تمرکز قرار گرفته بود در این مطالعه بکار گرفته شوند، جستجوها به بازه زمانی مشخصی محدود نشده بود.

معیارهای انتخاب مقالات:

با توجه به هدف اصلی این مقاله که مطالعه جایگاه خانواده در تحقیقات سواد رسانه ای در ایران است، همه مقالاتی که کلمات جستجو شده به ترتیب در عنوان، کلید واژگان و چکیده آنها وجود داشت و نقش خانواده و یا والدین در سواد رسانه ای / اطلاعاتی را مورد توجه قرار داده بودند، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. به منظور اطمینان از رعایت موارد برای وارد کردن مقالات در تجزیه و تحلیل نهایی، دو محقق به طور مستقل شرایط پذیرش را مورد مطالعه و تأیید قرار دادند. این اقدام با این هدف صورت گرفت که نسبت به مرتبط بودن مقالات با هدف پژوهش حاضر اطمینان کسب شود.

ترکیب نتایج و ارزیابی کیفیت

در این مرور سیستماتیک پس از انجام فرایندهای پذیرش، همه چکیده ها مورد بازخوانی قرار گرفت. در مواردی نیز که شک و تردیدی در مورد ارتباط مقاله با موضوع پژوهش داشت، متن کامل مقاله به دقت خوانده شد. برای ترکیب داده ها از دو روش استفاده شد: نخست، روش شناسی مقالات انتخاب شده مطالعه شد و سپس یافته های هر یک از مقالات پذیرش شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در جدول زیر تعداد مقالات یافته شده و همچنین مواردی که در نهایت به منظور تجزیه و تحلیل در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفتند، بیان شده اند.

جدول ۱: فرایند جستجو و انتخاب مقالات مرتبط با سواد رسانه ای و خانواده		
مقالات جستجو شده	سیویلیکا: ۵	منابع دیگر: ۱۵ (موتور جستجو و همچنین از طریق منابع مقالات شناسایی شده به وسیله پایگاه داده ها)
	انسانی: ۴۷	
	ایرانداک: ۵	
	مگیران: ۴	
	نورمگز: ۶	

جایگاه خانواده در تحقیقات سواد رسانه ای در ایران...

سید (SID): ۲۳		
تعداد پس از حذف مقالات تکراری: ۱۰۰ (پنج مقاله در بیش از یک پایگاه و یا منابع دیگر وجود داشتند که به دلیل تکراری بودن حذف شدند).		مطالعه اولیه مقالات
حذف بر اساس نبود موارد جستجو شده در عنوان، چکیده و کلید واژگان: ۳۴	مجموع مقالات دارای شرایط مطالعه: ۶۶	
موارد رد شده به دلایل: * نبود روش تحقیق در این پژوهش ها * مقالات مفهومی که محدود به تعریف سواد رسانه ای و اهمیت آن بوده و به طور عمده در کنفرانسها ارائه شده بودند. * بیان کلمات کلیدی سواد رسانه ای و خانواده در عنوان، چکیده و کلید واژگان هدف اصلی و یا فرعی پژوهش ها نبوده و تنها در این بخش ها ذکر شده بودند.	مجموع مقالاتی که متن کامل آنها مورد مطالعه قرار گرفت: ۱۹	تعداد مقالاتی که متن آنها به طور کامل مطالعه شده و دلایل رد برخی مقالات دیگر
	۹ مقاله در تجزیه و تحلیل نهایی مورد استفاده قرار گرفت.	مقالات پذیرفته شده برای تجزیه و تحلیل نهایی

نتایج

جستجوی اولیه منجر به شناسایی یکصد و پنج مقاله شد که از این تعداد ۹۰ مقاله از طریق پایگاه داده ها و ۱۵ از طریق موتور جستجو و همچنین از طریق منابع مقالات شناسایی شده به وسیله پایگاه داده ها گردآوری شد. در نهایت پس از تطابق شرایط پذیرش و حذف پنج مقاله تکراری، ۳۴ مقاله فاقد شرایط بودند، ۶۶ خلاصه بازخوانی و ۱۹ مقاله حائز شرایط استفاده در این مطالعه شدند که این تعداد مقاله به دقت مطالعه و در نهایت ۹ مقاله مورد تجزیه و تحلیل نهایی قرار گرفتند. جستجوی سیستماتیک مقالات و دلایل رد برخی از آنها در جدول شماره یک نشان داده شده است.

آنگونه که در جدول شماره ۲ آمده است نتایج نشان می دهد، پژوهش های که مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند به ترتیب مطالعه کتابخانه ای و اسنادی (سه مورد از ۹ مورد) روش کمی با استفاده از پرسشنامه (سه مورد از ۹ مورد)، روش کیفی با استفاده از گروههای کانونی و مصاحبه عمیق نیمه ساخت یافته (دو مورد از ۹ مورد) و رویکرد اکتشافی با روش تحلیل راهبردی (SWOT) با استفاده مصاحبه نیمه ساخت یافته از نوع مسئله محور فردی (یک مورد از ۹ مورد) را به عنوان رویکردهای خود برگزیدند. از نظر

جایگاه خانواده در تحقیقات سواد رسانه ای در ایران...

زمانی، جستجو برای یافتن مقالات در این مرور نظام‌مند در تابستان سال ۱۳۹۷ انجام شد، که قدیمی‌ترین و تازه‌ترین مورد یافته شده به ترتیب مربوط به سال‌های ۱۳۸۷ و ۱۳۹۶ بودند.

جدول ۲: مشخصات مطالعاتی که در تجزیه و تحلیل نهایی پژوهش مورد استفاده قرار گرفتند			
مؤلف/ان - حوزه تحقیق	عنوان	روش شناسی	مهمترین یافته‌ها
خجیر، یوسف. (۱۳۹۶) حوزه تحقیق: ارتباطات	آسیب شناسی استفاده از شبکه‌های اجتماعی و نرم افزارهای تلفن همراه در خانواده‌های ایرانی	<u>روش تحقیق:</u> *اکتشافی با روش تحلیل راهبردی (SWOT)؛ مصاحبه نیمه ساخت یافته از نوع مسئله محور فردی *۲۰ مصاحبه (۸ صاحب نظر و ۱۲ مدیر و سیاستگذار *نمونه گیری: گلوله برفی تحلیل: روش کینگ	*فقدان سواد رسانه ای می تواند این پیامدها منفی و مثبت را به دنبال داشته باشد: منفی: *تخریب ارتباطات اجتماعی خانواده * شکل گیری فردگرایی مفرط، انزوای اجتماعی، غرق شدن در فضای مجازی و دوری از اعضای خانواده مثبت: *ایجاد فرصت برای معرفی فرهنگ اصیل خانواده ایرانی - اسلامی و گسترش آن در بین کاربران * اشاره به ارزش‌های اخلاقی در خانواده‌های ایرانی *نشر خلاقیت‌ها، ایده‌ها و ابتکارها تهدیدات: * ترویج فرهنگ غیر ایرانی و تغییر تدریجی سبک زندگی ایرانی - اسلامی * ترویج روحیه مصرف گرایی و مدگرایی در بین اعضای خانواده * ترویج روابط نابهنجار اجتماعی و مدنی
بهمن، مهران؛ قادری، مسعود؛ میرزاخانی، موسی. (۱۳۹۵). حوزه تحقیق: حقوق جزا و جرم شناسی	بررسی نقش سواد رسانه ای در انتخاب بازپهای رایانه ای کودکان توسط والدین با محوریت پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی	<u>روش تحقیق:</u> روش توصیفی تحلیلی از نوع کتابخانه ای	*نقش سواد رسانه ای در انتخاب بازپهای رایانه ای کودکان توسط والدین در راستای کاهش تأثیرات آسیب زای بازیها و افزایش تأثیرات مثبت آن بر مخاطبین مورد تأکید قرار گرفت.
عظیمی، محمد حسن؛ شکرخواه،	کودک، رسانه و ارتباط متقابل	<u>روش تحقیق:</u> بررسی متون	*اینترنت برغم مزیت‌های بیشمار، تهدید جدی عصر حاضر برای کودکان است.

جایگاه خانواده در تحقیقات سواد رسانه ای در ایران...

<p>*مدیریت رسانه در حوزه کودک و کاهش آثار منفی آن نیازمند عزم عمومی است. *خانواده مهمترین نقش را در مدیریت رسانه دارد. *توسعه سواد رسانه ای در بین والدین می تواند آثار منفی آن را کاهش دهد.</p>			<p>یونس. (۱۳۹۴). حوزه تحقیق: ارتباطات</p>
<p>*گزینش برنامه ها در خانواده های سطح بالاتر از نظر اقتصادی و تحصیلی کاملاً در اختیار والدین است و برعکس *به طور کلی، مادران بیش از پدران به تماشای انتقادی اهمیت می دهند *مادران بیشتر به سئوالات انتقادی کودکان پاسخ می دهند. *والدین با سطح بالاتر (از نظر اقتصادی و تحصیلی) تماشای تلویزیون را ناشی از نبود دیگر جایگزین های سرگرمی می دانند. *والدین با سطح پایین در مقایسه با سطح بالاتر (از نظر اقتصادی و تحصیلی) به شبکه های داخلی اعتماد بیشتری دارند.</p>	<p>روش تحقیق: *کیفی با روش گروههای کانونی متغیرهای مورد مطالعه: *جنسیت والدین *طبقه اجتماعی</p>	<p>نقش سواد رسانه ای والدین در نحوه استفاده کودکان از تلویزیون</p>	<p>بهرامی راد، بهنوش. ۱۳۹۳ حوزه تحقیق: ارتباطات</p>
<p>*دلایل عدم استفاده از تلویزیون های ماهواره ای: باورهای مذهبی مادران؛ نگرانی مادران از مسائل تربیتی فرزندان خود؛ تجربه تلخ مادران در استفاده از تلویزیون های ماهواره ای *استراتژی های انتخابی مادران برای کنترل مصرف تلویزیون های ماهواره ای شامل محدودیت کامل و منع استفاده، شیوه مسامحه کارانه و عدم نظارت، نظارت بدون برنامه ریزی (شیوه آسان گیرانه)، کنترل مقتدرانه و با برنامه ریزی *تأکید بر ارتقاء سواد رسانه ای والدین بر اساس راهکارهای پیشنهادی</p>	<p>روش تحقیق: کیفی و با روش گردآوری اطلاعات از مصاحبه عمقی نیمه ساخت یافته نمونه گیری: با روش گلوله برفی نمونه: ۳۰ نفر از مادرانی که فرزند ۱۲ تا ۱۸ ساله دارند مکان انجام تحقیق: تهران</p>	<p>سواد رسانه ای و شیوه های نظارتی مادران بر مصرف تلویزیون های ماهواره ای نوجوانان</p>	<p>منتظر قائم، مهدی؛ حاجی کاظم طهرانی، فاطمه. (۱۳۹۳) حوزه تحقیق: ارتباطات</p>
<p>*ضرورت ارتقاء سواد رسانه ای در بین دانش آموزان *سواد رسانه ای مهارت مخاطب برای گزینش، تفسیر و نقد پیام را افزایش می دهد.</p>	<p>نقش: *مطالعه اسنادی</p>	<p>بررسی نقش رسانه در نظام تربیتی سند تحول بنیادین آموزش و پرورش: تاکید بر ضرورت آموزش سواد رسانه ای</p>	<p>هاشمی، شهناز. (۱۳۹۳) حوزه تحقیق: ارتباطات</p>
<p>*سطح بالاتر تحصیلات والدین باعث دقت بیشتری در گزینش بازیهای رایانه ای برای فرزندانشان می شود. *سن والدین با سطح سواد رسانه ای آنها رابطه ای مستقیم</p>	<p>روش تحقیق: پیمایشی با ابزار پرسشنامه محقق</p>	<p>سواد رسانه ای و انتخاب بازی های رایانه ای</p>	<p>عیدی زاده، طاهره. (۱۳۹۲)</p>

جایگاه خانواده در تحقیقات سواد رسانه ای در ایران...

<p>دارد. اما در عین حال، رابطه ای بین جنسیت و سواد رسانه ای وجود ندارد.</p> <p>*بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی والدین و انتخاب بازی های رایانه ای ارتباط معنی داری وجود دارد.</p>	<p>ساخته</p> <p>جامع آمري:</p> <p>والدين كودكان ۶ تا ۱۱ سال</p> <p>نمونه و نمونه گیری: ۳۸۰ نفر -</p> <p>بیان نشده است.</p> <p>محل انجام تحقیق: شوشتر</p>		<p>حوزه تحقیق: ارتباطات</p>
<p>*بین میزان استفاده از رسانه، سرمایه فرهنگی و تحصیلات والدین با میزان سواد رسانه ای دانشجویان رابطه مثبت و معناداری گزارش شده است.</p> <p>*رابطه سواد رسانه ای با جنسیت، وضعیت تأهل، میزان درآمد خانوادگی معنا دار نبوده است.</p>	<p>تحقیق:</p> <p>تحقیق کمی از روش تحقیق پیمایش و تکنیک پرسشنامه ای.</p> <p>نمونه گ. : ۳۸۰ نفر بر اساس روش طبقه ای متناسب با حجم مکان انجام تحقیق: خراسان شمالی</p>	<p>بررسی وضعیت سواد رسانه ای دانشجویان خراسان شمالی در جامعه اطلاعاتی</p>	<p>شجاعی، مهناز؛ امیرپور، مهناز. (۱۳۹۱)</p> <p>حوزه تحقیق: ارتباطات</p>
<p>*توانایی استفاده از اینترنت بین دانش آموزان با مربیان و والدین آنها متفاوت است.</p> <p>*دانش آموزان بیش از مربیان و والدین خود از اینترنت استفاده می کنند.</p> <p>*تفاوت سطح سواد اینترنتی نشان می دهد که والدین و مربیان نمی توانند مرجعی برای آموزش اینترنت به دانش آموزان باشند.</p> <p>* ضرورت افزایش سطح سواد اینترنتی والدین و به خصوص مربیان</p>	<p>روش تحقیق:</p> <p>*تحقیق توصیفی - پیمایشی</p> <p>*پیمایش با نمونه گیری از دانش آموزان دختر و پسر (۳۵۹ نفر)، مربیان (۱۱۲ نفر) و والدین آنها (۷۱۸ نفر)</p> <p>محل از تحقیق: تهران</p>	<p>تحلیل وضعیت سواد اینترنتی دانش آموزان سال سوم دبیرستان شهر تهران ۱۳۸۵-۱۳۸۶</p> <p>در مقایسه با مربیان و والدین آنها</p>	<p>سلطانی فر، محمد (۱۳۸۷)</p> <p>حوزه تحقیق: ارتباطات</p>

جمع بندی و نتیجه گیری

بر اساس هدف مطالعه حاضر که در صدد شناخت جایگاه خانواده در تحقیقات سواد رسانه ای است، پژوهش های به چاپ رسیده با محوریت نقش خانواده در سواد رسانه ای در ایران بسیار محدود است. این محدودیت در بررسی کلید واژگان مجموع ۶۶ مقاله دارای شرایط مطالعه (به جدول شماره یک مراجعه شود) قابل مشاهده است. کلید واژگانی که به صورت مشترک در بیشتر مقالات وجود داشتند عبارتند از: سواد رسانه ای (۴۰ مورد)، رسانه (هشت مورد)، تفکر انتقادی (هفت مورد)، آموزش سواد رسانه ای (پنج مورد) و خانواده (پنج مورد). وزارت آموزش و پرورش، سیاست های اجرایی صدا و سیما (هر کدام چهار مورد)، اینترنت، نوجوانان، شبکه های اجتماعی و مخاطب (هر کدام سه مورد) نیز از دیگر کلید واژگانی هستند که این مقالات به آنها توجه داشته اند. اگرچه نیازمند تأکید است که پژوهش حاضر تنها به مطالعاتی دسترسی داشته که در پایگاه ها داده ها یافت شده اند، از این رو احتمال دارد، تحقیقات دیگری نیز در این خصوص انجام شده باشند که دسترسی به آنها امکان پذیر نیست. در مطالعات مورد تحلیل در این تحقیق، استفاده از نظریه های مرتبط منجر به شناخت بهتری از عوامل مؤثر بر سواد رسانه ای و نقش خانواده بر آن می شود. برخی از مطالعات انجام شده از جمله سلطانی فر (۱۳۸۷)؛ شجاعی و امیرپور (۱۳۹۱) پژوهش خود را بر مبنای استفاده از نظریه های مرتبط انجام داده اند، که بکارگیری این قبیل نظریات می تواند از نقطه قوت پژوهش های تحلیل شده باشند.

شرایط اقتصادی - اجتماعی خانواده از جمله مباحثی هستند که محققان به دنبال شناسایی رابطه آنها با سواد رسانه ای بودند. مطالعات پیشین نشان می دهند که بین میانگین سواد رسانه ای و درآمد خانواده رابطه مثبتی وجود دارد، به گونه ای که اعضای خانواده هایی که سطح درآمدی بیشتری دارند، میزان سواد رسانه ای و اطلاعاتی آنها نیز بیشتر است (اشرفی ریزی، ۱۳۹۲). هرچند که در برخی مطالعات دیگر (برای مثال، شجاعی و امیرپور، ۱۳۹۱) این رابطه مشاهده نشده است. شجاعی و امیرپور (۱۳۹۱) همچنین در مطالعه خود دریافتند که میزان تحصیلات والدین به طور مستقیم بر میزان سواد رسانه ای دانشجویان

جایگاه خانواده در تحقیقات سواد رسانه ای در ایران...

تأثیرگذار است، یعنی هرچه میزان تحصیلات والدین بالاتر باشد میزان سواد رسانه ای دانشجویان نیز بالاتر است.

از آنجایی که خانواده بستر فرهنگ سازی در همه جوامع است، پایه فرهنگی کودکان در این نهاد بنیادین شکل می گیرد، و سپس با ورود به جامعه تکامل می یابد. هر چند که به جرأت می توان بیان کرد که فضای مجازی امروزه ممکن است تهدیدکننده این نقش حیاتی خانواده باشد و خود را جایگزین این بستر یا فرایند تکامل آن کند. در بین والدین به نظر می رسد که مادر، در مقایسه با پدر، نقش کلیدی تری در موضوع سواد رسانه ای ایفا می کند و در شکل گیری پایه های اصلی فرهنگی کودکان همچنان نقش اساسی دارد. مطالعه منتظر قائم و حاجی کاظم طهرانی (۱۳۹۳) که نقش مادر را در کنترل رفتار رسانه ای نوجوانان مورد مطالعه قرار دادند نشان می دهد که "آموزش و آگاهی مادران در مورد آثار مثبت و منفی رسانه ها و همچنین ضرورت و شیوه های نظارت بر مصرف رسانه ای نوجوانان، مهم ترین عامل در انتخاب استراتژیهای کنترلی مادران بر مصرف تلویزیون های ماهواره ای نوجوانان است" و علاوه بر این، از گرایش های مذهبی نیز می توان به عنوان عاملی تأثیرگذار بر چگونگی کنترل مصرف تلویزیون های ماهواره ای نوجوانان یاد کرد.

در بین رسانه های موجود، اینترنت همچنان به عنوان رسانه ای مفید و در عین حال مضر انگاشته می شود و دیدگاهها در نوع مواجهه نهادهای مختلف تربیتی از قبیل خانواده و مدرسه در قبال آن متفاوت است. برای مثال، با توجه به اینکه در مدارس استفاده از اینترنت به طور عمده، هدفمند و بر اساس نیازهای آموزشی است، لذا توجه به نقش خانواده ها در استفاده از این ابزار ارتباطی در محیط خانواده که ممکن است نظارت کمتری بر آن وجود داشته باشد، در مقایسه با مدرسه بیشتر مورد تأکید پژوهشگران مختلف قرار گرفته است (به عنوان مثال، سلطانی فر، ۱۳۸۷؛ نصیری، ۱۳۸۴). هر چند که به نظر می رسد با توجه به افزایش استفاده از گوشی های هوشمند تلفن همراه که امکان استفاده از اینترنت را در هر مکان و زمان برای کاربران فراهم ساخته، اکنون آموزش رسانه ای استفاده کنندگان از این قبیل ابزارهای ارتباطی در کنار نظارت خانواده و مربیان از جایگاه ویژه ای برخوردار است. از این رو ارائه راهکارهای مؤثر به منظور افزایش

جایگاه خانواده در تحقیقات سواد رسانه ای در ایران...

سواد رسانه ای والدین و همچنین برگزاری کارگاههای آموزشی برای مربیان و معلمان از سوی مسئولان آموزش و پرورش کشور اقدامی است که نتایج آنها می تواند برخی از چالش های این حوزه را به فرصت تبدیل کند. علاوه بر آموزش و پرورش، تأکید بر افزایش سواد رسانه ای به ویژه در فضای اینترنت با همت دولت، دانشگاه، مدارس، رسانه های جمعی و حوزه و مساجد در مطالعه ای که توسط خجیر (۱۳۹۶) انجام شده مورد تأکید قرار گرفته است.

بر اساس یافته های این پژوهش، در مقایسه با موضوع سواد رسانه ای که از سوی محققان و پژوهشگران مختلف مورد توجه قرار گرفته، اما تعداد پژوهش هایی که به طور مشخص نقش خانواده / والدین را در سواد رسانه ای / اطلاعاتی مورد تمرکز قرار داده اند، بسیار محدود است. در واقع پراکندگی حوزه هایی که سواد رسانه ای را مورد مطالعه قرار داده اند، این هشدار را به همراه دارد که رفته رفته موضوع سواد رسانه ای را از بدنه اصلی خود که رشته ارتباطات و مطالعات رسانه است - با در نظر داشتن ماهیت بین رشته ای سواد رسانه ای / اطلاعاتی - جدا نموده و یافته های سایر پژوهش ها نیز ممکن است در نهایت به یافته های کارآمدی منتهی نشوند. با توجه به نقش تأثیرگذار خانواده که در مطالعات متعددی نیز ضرورت استفاده از این نقش مورد تأکید قرار گرفته، و برغم مطالعات معدودی که تاکنون در این زمینه انجام شده است، اما نگاه ارتباطاتی مطالعات انجام شده (به جدول شماره ۲ رجوع شود) نشان می دهد که متخصصان ارتباطات به نقش خانواده در حوزه سواد رسانه ای واقف بوده و قدمهای نخستین نیز در این زمینه برداشته شده است، هرچند که تا دستیابی به وضعیت مطلوب همچنان فاصله زیادی وجود دارد. در واقع، ارائه راهکارهای مؤثر به منظور افزایش سواد رسانه ای والدین و همچنین برگزاری کارگاههای آموزشی برای مربیان و معلمان از سوی مسئولان آموزش و پرورش کشور و با بهره گیری از تخصص و تجربه متخصصان حوزه ارتباطات و سایر رشته های مرتبط اقدامی است که نتایج آن می تواند برخی از چالش های این حوزه را به فرصت تبدیل کند.

از آنجایی که لازمه آموزش و یادگیری، پژوهش و تحقیق است، و با توجه به تأکید مطالعات پیشین

بر برگزاری کارگاهها و تهیه مفاد آموزشی و یادگیری سواد رسانه ای، توجه به پژوهش های سواد رسانه ای

جایگاه خانواده در تحقیقات سواد رسانه ای در ایران...

همچنان از اولویت خاصی برخوردارند. ضروریست که این اولویت با توجه به رشد سریع فناوری های ارتباطی که به نظر می رسد خلاء های پژوهشی زیادی پیش روی محققان علاقمند به سواد رسانه ای قرار می دهد، در صدر توجه علاقمندان به حوزه سواد رسانه ای قرار گیرد. اگرچه مطالعات پیشین روابط بین سطح تحصیلات و شرایط اقتصادی خانواده ها با سواد رسانه ای را مورد توجه قرار داده اند، اما به نظر می رسد که توجه به مؤلفه های دیگری همچون سطح ارتباطات بین فردی والدین و فرزندان در خصوص نقش خانواده در سواد رسانه ای می تواند ظرفیت های خانواده به عنوان یک نهاد اجتماعی تأثیرگذار را روشن تر سازد.

پژوهش حاضر نیز همچون اغلب تحقیقات علمی با محدودیت ها و نقاط قوتی همراه است. این پژوهش که می توان آن را نخستین مطالعه ای دانست که مجموعه یافته های علمی مرتبط با نقش خانواده در سواد رسانه ای را با هدف روشن تر کردن دورنمای این حوزه تحقیقاتی در آینده مورد تجزیه تحلیل قرار داده است، از طریق ارزیابی و مقایسه راهکارها و روش های موجود انجام شده به محققان در یافتن خلأهای پژوهشی سواد رسانه ای و خانواده کمک شایانی می نماید. هر چند که برغم این نقطه قوت، اما محدودیت هایی نیز در مسیر این پژوهش وجود داشته که نیاز است محققان در مطالعات بعدی به آنها توجه جدی داشته باشند. عدم دسترسی به همه مقالات علمی - پژوهشی از طریق پایگاه داده های مختلف که ممکن است جستجو در آنها با اشکالاتی مواجه باشد از جمله این محدودیت ها به شمار می روند. در برخی از پایگاه های داده ها به جای فایل پی.دی.اف، عکس صفحات مقالات منشر شده که امکان جستجو در آنها قرار ندارد. از این رو، محققانی که قصد انجام مطالعات "مرور نظام مند" دارند بهتر است به صورت گروهی و با در نظر داشتن بازه زمانی مناسب نسبت به جستجو و مطالعه همه آثار مرتبط اقدام نمایند. آگاهی از این محدودیت ها و تلاش برای رفع آنها می تواند زمینه تولید مطالب علمی حاصل از مطالعات "مرور نظام مند" را فراهم سازد تا با رویکردی انتقادی، تفسیرهای نظری ارزشمند و جدیدی با هدف توسعه حوزه های مختلف ارائه نمایند.

منابع

اشرفی ریزی، حسن؛ رضانی، امیر؛ آفاجانی، حامد؛ کاظم پور، زهرا. (۱۳۹۲). بررسی میزان سواد رسانه ای و اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. فصلنامه نظام ها و خدمات اطلاعاتی. سال دوم، شماره ۲. صص ۳۴-۱۷

ایسپا، (۱۳۹۷). ذائقه کاربران ایرانی در به کارگیری شبکه های اجتماعی. برگرفته شده از <http://ispa.ir/Default/Details/fa/۱۹۵۳/>

خجیر، یوسف؛ (۱۳۹۶). آسیب شناسی استفاده از شبکه های اجتماعی و نرم افزارهای تلفن همراه در خانواده های ایرانی. فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده، دوره بیستم، شماره ۷۷. صص ۱۳۷-۱۰۹

دهقان شاد، حوریه؛ محمودی کوکنده، سید محمد. (۱۳۹۱). بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش شهر تهران. مطالعات رسانه ای. سال هفتم شماره ۱۶ (۱). صص ۹۰-۷۷

زارع کهن، نفیسه. (۱۳۹۳). ارتقای سواد رسانه ای لازمه تحقق جامعه مدنی. فصلنامه رسانه. ۲۵ (۴). صص ۱۱۹-۱۰۹

عیدی زاده، طاهره. (۱۳۹۲). سواد رسانه ای و انتخاب بازی های رایانه ای. ماهنامه کتاب علوم اجتماعی، شماره ۱۷۱. صص ۸۸-۸۳

شجاعی، مهناز؛ امیرپور، مهناز. (۱۳۹۱). بررسی وضعیت سواد رسانه ای دانشجویان خراسان شمالی در جامعه اطلاعاتی. فصلنامه مطالعات جامعه شناختی جوانان. سال سوم. شماره ۷. صص ۵۶-۴۳

مقدس زاده، حسن؛ صفاهیه، هاجر. (۱۳۹۶). سواد رسانه ای و آگاهی از آسیب های شبکه های اجتماعی. مطالعات رسانه ای. (۳) ۱۲. صص ۳۵-۲۵

منتظر قائم، مهدی؛ حاجی کاظم طهرانی، فاطمه. (۱۳۹۳). سواد رسانه ای و شیوه های نظارتی مادران بر مصرف تلویزیون های ماهواره ای نوجوانان. رسانه. دوره ۲۵، شماره ۴، صص ۴۴-۱۹

نصیری، بهاره؛ (۱۳۸۴). سواد رسانه ای. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات.

- Bahramian, E., Mazaheri, M. A., & Hasanzadeh, A. (۲۰۱۸). The relationship between media literacy and psychological well-being in adolescent girls in Semirrom city. *J Educ Health Promot*, ۷, ۱۴۸. doi:۱۰,۴۱۰۳/jehp.jehp_۴۱_۱۸
- Beyens, I., & Beullens, K. (۲۰۱۶). Parent-child conflict about children's tablet use: The role of parental mediation. *New Media & Society*, ۱۹(۱۲), ۲۰۷۵-۲۳۳۳. doi:۱۰,۱۱۷۷/۱۴۶۰۴۴۴۸۱۶۶۵۵۰۹۹
- Boyd, D. (۲۰۱۴). *It's complicated: The social lives of networked teens*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Ling, R. (۲۰۰۴) *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society*. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann Publishers.
- Ling, R. & Donner, J. (۲۰۰۹). *Mobile Communication*. Cambridge: Polity Press.
- Livingstone, S. (۲۰۱۴). Developing social media literacy: how children learn to interpret risky opportunities on social network sites. *Communications*, ۹۹ (۳). pp. ۲۸۳-۳۲۳. ISSN ۰۳۴۱-۲۰۵۹ .DOI: ۱۰,۱۵۰۵/commun-۲۰۱۴-۰, ۱۳.
- Livingstone, S. & Helsper, E. J. (۲۰۱۰). Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet: The role of online skills and internet self-efficacy. *New Media & Society*, ۱۲(۲): ۹۹۹-۹۲۹.
- Mascheroni, G., Ponte, C., Garmendia, M., Garitaonandia, C., & Murru, M. F. (۲۰۱۰). Comparing media coverage of online risks for children in southern European countries: Italy, Portugal and Spain. *International Journal of Media and Cultural Politics*, ۶(۱), ۲۵-۴۴.
- Ofcom (۲۰۱۷). *Children and Parents: Media Use and Attitudes Report*. Available https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/۰۰۲۰/۱۰۸۱۸۲/children-parents-media-use-attitudes-۲۰۱۷.pdf
- Paton, G. (۲۰۱۴) Infants 'unable to use toy building blocks' due to iPad addiction. *The Telegraph*, ۱۵ April. Available at: <http://www.telegraph.co.uk/education/educationnews/۱۰۷۶۷۸۷۸/Infants-unable-to-use-toy-building-blocks-due-to-iPad-addiction.html>
- Wartella, E.; Rideout, V.; Lauricella, A.R. & Connell, S. L. (۲۰۱۴). Parenting in the age of digital technology: a national survey. Available at: http://cmhd.northwestern.edu/wp-content/uploads/۲۰۱۵/۰۶/ParentingAgeDigitalTechnology.REVISED.FINAL_۲۰۱۴.pdf