



Woman in Culture and Arts

A Systematic Review of Family and Media Research (With a Specialization in Virtual Social Networks, Cinema, and Television)

Seyed Javad Hosseini¹  | Hassan Bashir²  | Mozghan Oroji³ 

1. Corresponding Author, PhD Candidate in Department of Media Management, Faculty of Social Sciences, Media and Communication University of Religions and Denominations, Qom, Iran. E-mail: sjh13556@gmail.com
2. Professor of Faculty of Islamic Studies, Culture and Communication-Imam Sadiq University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: bashir@isu.ac.ir
3. PhD Knowledge and Information Science, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: orojim@yahoo.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 29 August 2024

Received in revised form: 7

October 2024

Accepted: 18 November 2024

Published online: 30 December
2024

Keywords:

*Family, Media, Social
Networks, Television and
Cinema, Meta-Analysis,
Thematic Analysis.*

ABSTRACT

Saqan Families, as crucial social institutions, are essential for the development of life skills and the provision of emotional and physical support to their members. This institution has undergone substantial transformations as a result of the accelerated advancement of communication technologies and media. The purpose of this research is to provide recommendations for addressing voids in research or media policy-making by categorizing issues. The research query is as follows: What topics have been discussed under each classification, and how have studies in the field of family and the media been classified? Meta-analysis and thematic analysis methodologies were employed to analyze the data. The theoretical framework of this article is founded on Dependency Theory, Manuel Castells' Theory, and Cultivation Theory. The strengths and limitations of the research were identified in this study after the review of 93 extracted articles on the subject of media and family, as well as the analysis of descriptive statistics and themes in areas such as social networks, television, and cinema. The results indicate that the family institution in Iran has been profoundly and multifacetedly impacted by modernity and media. The eradication of traditions, the weakening of kinship relations, the empowerment of women, the increased importance of individualism, and changes in lifestyles are all examples of these value changes. These transformations are indicative of a period of cultural and social transition, underscoring the necessity of concentrating on the Iranian-Islamic lifestyle, the identity of men and women, the reinforcement of family cohesion and relationships, media literacy, and the role and position of children and adolescents within the family setting.

Cite this article: Hosseini, S. J., Bashir, H., & Oroji, M. (2024). A Systematic Review of Family and Media Research (With Emphasis on Virtual Social Networks, Cinema, and Television). *Woman in Culture and Art*, 16(4), 505-524. DOI: <http://doi.org/10.22059/jwica.2024.381647.20730>



© The Author(s).

Publisher: The University of Tehran Press.

DOI: <http://doi.org/10.22059/jwica.2024.381647.20730>



انتشارات دانشگاه تهران

زن در فرهنگ و هنر

مرور نظام‌مند پژوهش‌های خانواده و رسانه (با تأکید بر شبکه‌های اجتماعی مجازی، سینما و تلویزیون)

سید جواد حسینی^۱ | حسن بشیر^۲ | مژگان عروجی^۳۱. نویسنده مسؤل، دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، رسانه و ارتباطات، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران. رایانامه: sjh13556@gmail.com۲. استاد دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ ارتباطات، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، ایران. رایانامه: bashir@isu.ac.ir۳. دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: orojim@yahoo.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	خانواده‌ها به‌عنوان نهادهای اجتماعی مهم، نقشی حیاتی در حمایت عاطفی و جسمی از اعضای خود دارند و مهارت‌های زندگی را آموزش می‌دهند. تحولات سریع فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ها، این نهاد را تحت تأثیر قرار داده و موجب تغییرات عمده‌ای در آن شده است. این پژوهش با هدف طبقه‌بندی مسائل و ارائه پیشنهاد برای رفع نواقص پژوهشی یا سیاست‌گذاری رسانه‌ای انجام شده است. سؤال پژوهش این است که پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه خانواده و رسانه‌های مورد نظر چگونه طبقه‌بندی شده‌اند و ذیل هر طبقه‌بندی چه موضوعاتی مورد بحث بوده است. چارچوب نظری این مقاله نظریه وابستگی، نظریه مانوئل کاستلز و نظریه کاشت است و برای تحلیل داده‌ها از روش‌های فراتحلیل و تحلیل مضمون بهره گرفته شده است. در این پژوهش، پس از بررسی ۹۳ مقاله استخراج‌شده با موضوع رسانه و خانواده و تحلیل آمار توصیفی و مضامین در حوزه‌های شبکه‌های اجتماعی، تلویزیون و سینما، قوت‌ها و ضعف‌های تحقیقات مشخص شدند. نتایج نشان داد تأثیرات مدرنیته و رسانه‌ها بر نهاد خانواده در ایران عمیق و چندوجهی بوده است. این تغییرات ارزشی شامل سنت‌زدایی، تضعیف روابط خویشاوندی، توانمندسازی زنان، افزایش اهمیت فردگرایی و تغییرات در سبک‌های زندگی است. این تحولات نشان‌دهنده یک دوره گذار فرهنگی و اجتماعی بوده که نیازمند ضرورت توجه به سبک زندگی ایرانی-اسلامی، هویت زن و مرد، تقویت انسجام و روابط خانواده، سواد رسانه‌ای و توجه به نقش و جایگاه کودکان و نوجوانان در خانواده است.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۰۸	
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۷/۱۶	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۲۸	
تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۰/۱۰	
کلیدواژه‌ها: تحلیل مضمون، تلویزیون و سینما، خانواده، رسانه، شبکه‌های اجتماعی، فراتحلیل.	

استناد: حسینی، سید جواد، بشیر، حسن، و عروجی، مژگان (۲۰۲۴). مرور نظام‌مند پژوهش‌های خانواده و رسانه (با تأکید بر شبکه‌های مجازی، سینما و تلویزیون). زن در

فرهنگ و هنر، ۱۶ (۴)، ۵۰۵-۵۲۴. DOI: <http://doi.org/10.22059/jwica.2024.381647.20730>DOI: <http://doi.org/10.22059/jwica.2024.381647.20730>

© نویسندگان.

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

۱. مقدمه

خانواده به لحاظ برخورداری از کارکردهای متعدد، یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی در همه جوامع به‌شمار می‌رود. یکی از حیاتی‌ترین کارکردهای خانواده، حمایت عاطفی و جسمی از اعضای آن است. اعضای خانواده به یکدیگر کمک می‌کنند و امنیت و ثبات عاطفی را تقویت می‌سازند. در درون خانواده، افراد مهارت‌های ضروری زندگی، مانند مهارت‌های حل مسئله و ارتباط بین‌فردی را یاد می‌گیرند تا زندگی و روابط خود را با دیگران هدایت کنند.

امروزه در جهانی زندگی می‌کنیم که در حال تحول و دستخوش دگرگونی‌های چشمگیر است. تحولات گسترده اجتماعی در جهان، نظام‌های خانواده را با چالش‌ها و نیازهای جدیدی روبه‌رو کرده است. گستره و ژرفای این تحولات به حدی است که به‌نظر می‌رسد جامعه جدیدی در حال شکل‌گیری است و دوره نوینی در حیات انسان آغاز شده است که عنصری تأثیرگذار بر این روند فناوری‌های رسانه است.

فناوری رسانه‌ها شامل وسایل و ابزارهای ارتباطی متعددی مانند کتاب، نشریات، رادیو، تلویزیون، سینما، اینترنت و... است و نحوه برقراری ارتباط، کار و سرگرمی نظام خانواده را متحول کرده و تأثیر عمیقی بر پویایی خانواده و توسعه اجتماعی آن داشته است. کروتی و هوینس در کتاب *رسانه و جامعه می‌نویسند: «رسانه‌ها ما را احاطه کرده‌اند. زندگی روزانه ما با رادیو، تلویزیون، روزنامه‌ها، کتاب‌ها، اینترنت، فیلم‌های سینمایی، موسیقی، مجلات و... پر شده است. در قرن بیست‌ویکم، از طریق محیط گسترده‌ای از رسانه‌های جمعی که در تاریخ بشر بی‌سابقه است هدایت می‌شویم»* (Croteau & Hoynes, 2013: 27).

زندگی در دنیای امروز بدون رسانه قابل تصور نیست؛ بنابراین نمی‌توان نقش رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون، شبکه‌های اجتماعی مجازی و سینما را در زندگی امروزی نادیده گرفت. مقام معظم رهبری در مورد جایگاه و تأثیر رسانه می‌فرمایند: «امروز رسانه‌ها در دنیا فکر، فرهنگ، رفتار و در حقیقت هویت فرهنگی انسان‌ها را القا می‌کنند و تعیین‌کننده هستند. رسانه‌ها می‌توانند در بهبود وضعیت زندگی انسان، در گسترش صلح و امنیت جهانی، در ارتقای اخلاق و معنویت در میان انسان‌ها مؤثر باشند و می‌توانند انسان‌ها را خوشبخت‌تر کنند؛ متقابلاً می‌توانند وسیله برافروختن جنگ‌های خانمان‌سوز باشند؛ عادات و آداب و رفتارهای مضر را در میان مردم رایج کنند؛ ملت‌ها را از هویت انسانی خودشان و هویت ملی‌شان تهی کنند و احساس تبعیض را در انسان‌ها زنده کنند. اگر در سطح بین‌المللی مدیریت و برنامه‌سازی رسانه‌ای براساس معیارهای اخلاق، فضیلت، برابری و تکیه بر مفاهیم واقعی انسانی باشد، ملت‌ها سود خواهند برد. اگر رسانه‌ها برنامه‌سازی و مدیریتشان

براساس منافع کمپانی‌های اقتصادی، ثروتمندان بین‌المللی، قدرتمندان تمامیت‌خواه و انحصارطلب باشد، یقیناً بشر زیان خواهد کرد» (Supreme Leader, 2006).

در جامعه ایران نیز خانواده از این تحول جهانی تأثیر پذیرفته است. براساس آخرین اطلاعات ثبت‌شده در پورتال سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی^۱، ضریب نفوذ اینترنت پهن‌بند به‌عنوان یکی از ابزارهای استفاده از رسانه‌ها در نیمه اول سال ۱۴۰۲ به ۱۳۹ درصد رسیده است. این در حالی است که در سال ۱۳۹۵ ضریب نفوذ اینترنت ۵۳/۵۳ درصد بوده است. مقایسه این آمار به‌خوبی بیانگر شتاب گسترش اینترنت در جامعه است. همچنین تعداد مشترکان تلفن همراه در سال ۱۴۰۲ از ۱۴۷ میلیون نفر فراتر رفته و بدین ترتیب ضریب نفوذ موبایل نیز از ۱۷ درصد عبور کرده است (Regulatory Organization and Radio Communications, 2018).

با توجه به آمارهای داده‌شده و مشاهدات میدانی امروز در جامعه ایران، رسانه‌ها با راهبردها و تکنیک‌های گوناگون به عمق اجتماعات و خانواده‌ها نفوذ کرده و افکار و پنداشت عمومی را جهت داده‌اند. از آنجا که در سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۴۰۳ شاهد تحولات عمده‌ای در زمینه فناوری اطلاعات، رسانه‌ها، و ارتباطات هستیم، مقالات این سال‌ها در حوزه رسانه و خانواده مورد مطالعه پژوهش حاضر قرار گرفته است.

پژوهش‌هایی که درباره پیوند رسانه و خانواده انجام شده، بخش وسیعی از موضوعات علوم اجتماعی و رسانه را شامل می‌شود. وجود این تحقیقات، مجموعه‌ای از نظام مسائل این حوزه را نشان می‌دهد. به این ترتیب بررسی و تحلیل این منابع، در گام اول با هدف طبقه‌بندی مسائل خانواده و رسانه انجام می‌شود تا به روش فراتحلیل و تحلیل مضمون، رویکرد پژوهشگران مختلف در بازنمایی خانواده در رسانه‌های مختلف مطالعه شود.

پژوهش پیش‌رو با به‌کارگیری روش فراتحلیل و سپس تحلیل مضمون به این پرسش پاسخ می‌دهد که پژوهش‌ها در حوزه خانواده و رسانه چگونه طبقه‌بندی شده‌اند و ذیل هر طبقه‌بندی چه موضوعاتی مورد بحث بوده است.

۲. پیشینه پژوهش

۲-۱. پیشینه نظری

با بررسی منابع نظری در زمینه اثرگذاری رسانه بر خانواده به این نتیجه می‌رسیم که پژوهش‌های مختلفی در این زمینه صورت گرفته و مدل‌های متعدد اثرگذاری رسانه شناسایی شده است؛ هرچند

1. <https://www.cra.ir/>

اجماع نظری در مورد پذیرش همه نظریه‌ها وجود ندارد. در این نوشتار با هدف شناخت میزان تأثیر رسانه‌ها بر خانواده، در چارچوب یک مدل جامع تلاش شده است که چارچوبی قابل قبول در ارتباط با اثر رسانه و خانواده ارائه شود.

۲-۱-۱. نظریه وابستگی به رسانه‌ها^۱

یک نظریه ارتباطی است که توسط ساندرابال-روکه و ملوین دی‌فلیور^۲ در سال ۱۹۷۶ ارائه شده است. این نظریه بیان می‌کند که میزان وابستگی افراد به رسانه‌ها برای دریافت اطلاعات و فهم دنیای پیرامون به شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بستگی دارد. در این نظریه فرض بر این است که هرچه شخص به استفاده از رسانه‌ها برای رفع نیازهای خود وابسته‌تر باشد، نقشی که رسانه‌ها در زندگی شخصی او به عهده می‌گیرند پررنگ‌تر خواهد شد و به همین دلیل رسانه‌ها نفوذ بیشتری بر او خواهند داشت. هرچه افراد بیشتری به رسانه‌ها وابسته شوند، نهادهای رسانه‌ای برای برآوردن نیاز وابستگی تغییر شکل خواهند داد، تأثیرپذیری کلی از رسانه‌ها افزایش خواهد یافت و نقش رسانه‌ها در جامعه محوری‌تر خواهد شد. بال-روکه و ملوین دی‌فلیور می‌گویند: میزان وابستگی مخاطب به اطلاعات رسانه‌ها، عامل اساسی در فهم چرایی و چگونگی تغییری است که پیام‌های رسانه‌ای در اعتقادات، احساسات و رفتار مخاطب ایجاد می‌کنند. اثراتی که رسانه‌ها به وجود می‌آورند، به مخاطب و میزان اهمیت پیام بستگی دارد و نوع استفاده‌ای که افراد از رسانه‌ها دارند تعیین‌کننده میزان نفوذ آن‌ها است. هرچه نیاز بیشتر باشد، وابستگی شدیدتر و احتمال اثرگذاری رسانه‌ها و پیام‌های آن‌ها نیز بیشتر می‌شود (Ball-Rokeach & Defleur, 1975: 261).

۲-۱-۲. نظریه مانوئل کاستلز^۳

مانوئل کاستلز به‌طور گسترده‌ای به نقش فناوری‌های ارتباطی، به‌ویژه اینترنت در عضوگیری و گسترش قدرت جنبش‌های اجتماعی پرداخته است. او در تحلیل‌های خود در کتاب عصر اطلاعات به چگونگی تعامل رسانه‌های جدید الکترونیکی با فرهنگ‌های سنتی می‌پردازد و تأکید می‌کند که رسانه‌ها نه تنها فرهنگ‌های سنتی را دگرگون نمی‌کنند، بلکه به جذب این فرهنگ‌ها در خود می‌پردازند و الگوهای اجتماعی را تقویت می‌کنند. در واقع او معتقد است ارتباطات رایانه‌ای جایگزین سایر وسایل ارتباطی نمی‌شود، بلکه این فناوری‌ها جلوه‌های فرهنگی متنوع را در قلمرو خود جای

1. Media Dependency Theory
2. Sandra Ball-Rokeach & Melvin DeFleur
3. Manuel Castells

می‌دهند و به تقویت الگوهای اجتماعی که از قبل وجود داشته‌اند کمک می‌کنند (Castells, 2023: 426). نظر کاستلز این است که فناوری‌های جدید اطلاعات با تغییر فرایند پردازش اطلاعات، همه پهنه‌های فعالیت انسان‌ها را تغییر می‌دهند و امکان برقراری رابطه‌ای پایان‌ناپذیر میان پهنه‌های مختلف و نیز بین عناصر و کارگزاران این فعالیت‌ها را فراهم می‌سازند (Castells, 2023: 103). در اندیشه او، مهم‌ترین تأثیر فرهنگی ارتباط رایانه‌ای، تقویت شبکه‌های اجتماعی که تسلط فرهنگی دارند و افزایش حالت کلان‌شهری و جهانی‌شدن شبکه‌های اجتماعی است. به گفته او، ارتباط رایانه‌ای می‌تواند به‌طور قدرتمندی در تقویت انسجام اجتماعی نخبگان جهان شهری مؤثر باشد و از معنای فرهنگ جهانی و از گردش سریع پیام‌های نخبگان در کلان‌شهرها حمایت کند (Castells, 2023: 422). در مورد تأثیرات فناوری‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی، کاستلز می‌گوید: «هنوز مشخص نیست که در این شبکه‌های الکترونیکی چه مقدار معاشرت‌های اجتماعی ایجاد می‌شود و تأثیرات فرهنگی این نوع معاشرت‌های اجتماعی چیست» (Castells, 2023: 420). او در تحلیل خود از تأثیرات رسانه‌های جدید الکترونیکی، به این نکته اشاره می‌کند که ارزیابی دقیق تأثیرات رسانه‌ها بر فرهنگ جامعه به‌دلیل تازگی آن‌ها دشوار است. او بر این باور است که تحولات بنیادینی که در راه است می‌تواند به شکل‌دهی گرایش‌های اجتماعی و فرهنگی نوظهور منجر شود (Castells, 2023: 427).

۲-۱-۳. نظریه کاشت^۱

نظریه‌ای است که طی دهه‌های هفتاد و هشتاد توسط جرج گربرنر^۲ مطرح شد. هدف این نظریه پرداختن به نقش رسانه‌ها در جامعه در سطح کلان است. با این حال در آن از ترکیبی از نظریه‌های فرهنگی استفاده شده که برخی به جنبه‌های خرد و برخی به جنبه‌های کلان می‌پردازد. نظریه کاشت بر آثار تدریجی و درازمدت رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون بر شکل‌گیری تصویر ذهنی مخاطبان از دنیای اطراف و مفهوم‌سازی آنان از واقعیت اجتماعی تأکید می‌کند. جرج گربرنر طراح نظریه کاشت، در دهه ۱۹۶۰ تحقیقاتی را به‌عنوان «شاخص‌های فرهنگی»^۳ شروع کرد تا تأثیر تماشای تلویزیون را بر باورها و دیدگاه‌های بینندگان درباره جهان واقعی بررسی کند (Mahdizadeh, 2021: 68). گربرنر استدلال می‌کند که اهمیت رسانه‌ها نه در تشکیل توده، بلکه در خلق راه‌های مشترک انتخاب و نگرستن به رویدادها است که با استفاده از «نظام‌های پیام مبتنی بر

1. Cultivation Theory

2. G. Gerbner

3. Cultural Indicators

فناوری « عملی می‌شود و به راه‌های مشترک نگرستن و فهم جهان می‌انجامد. رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون گرایش دارند که روایت‌هایی یکسان و نسبتاً مورد وفاق از واقعیت‌های اجتماعی ارائه دهند و مخاطبان خود را نیز سازگار با آن فرهنگ‌پذیر کنند (McQuail, 1994: 99).

نظریه کاشت بر کنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن استفاده می‌کنند و بر چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان تأکید دارد. فرض اساسی این نظریه این است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد. به این صورت که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه‌ای خاص موجب تغییر نگرش و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه می‌شود. در واقع نظریه پرورش با تعیین میزان و نوع برنامه‌های مورد استفاده از رسانه‌ها، میزان تأثیر را مطالعه می‌کند تا به سازوکار و نحوه تأثیر دست یابد (Abbas Qadi & Khalili Kashani, 2011: 81).

نظریه پردازان کاشت استدلال می‌کنند که تلویزیون اثرات درازمدت، تدریجی، غیرمستقیم، اما متراکم و انباشتی دارد. آن‌ها تأکید می‌کنند که تماشای تلویزیون بیشتر آثار نگرشی دارد تا رفتاری. تماشای زیاد تلویزیون، به‌عنوان کاشت نگرش‌هایی دیده می‌شود که بیشتر با جهانی که برنامه‌های تلویزیونی به تصویر می‌کشند هماهنگ است تا با جهان واقعی.

۲-۲. پیشینه تجربی

پژوهش‌های متعددی با بازنمایی خانواده در جامعه علمی و پژوهشی انجام شده است که در این بخش به ذکر چند نمونه از مهم‌ترین آن‌ها می‌پردازیم.

جنادله و رهنما (۱۳۹۷) در مقاله «بازنمایی آسیب‌شناسانه رسانه‌های نوین در مطالعات خانواده (فراتحلیل مقالات چاپ‌شده در خصوص تأثیر رسانه‌های نوین بر خانواده)» افزایش مصرف رسانه‌های نوین را از موضوعات مورد توجه پژوهشگران در خصوص رابطه این فناوری‌ها با ابعاد مختلف زندگی روزمره دانستند. در جامعه ما نیز مصرف روبه‌رشد رسانه‌های نوین، زمینه‌ساز مطالعات قابل توجهی در خصوص تأثیر این رسانه‌ها بر خانواده‌ها شده است. در بیشتر این مقالات رویکرد آسیب‌شناختی حاکم است و رسانه‌های نوین، به‌عنوان رسانه‌هایی آسیب‌زا بازنمایی شده‌اند.

مقدسی و همکاران (۱۳۹۷) در «بازنمایی آسیب‌های اجتماعی تهدیدکننده نهاد خانواده در سینمای دهه‌های ۷۰ و ۸۰ شمسی ایران»، محتوای فیلم‌های سینمایی را از نظر آسیب‌های اجتماعی تهدیدکننده نهاد خانواده و تغییرات آن را در دهه‌های ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ مطالعه کردند. بیشترین رفتارهای هنجارشکن، به‌ترتیب شامل دزدی و سرقت، افسردگی، دروغ‌گویی، طلاق و مسائل اخلاقی

است. نتایج حاکی از تفاوت معنادار بین میزان آسیب‌های اجتماعی بازنمایی‌شده در دو دهه مذکور است.

سروری زرگر (۱۳۹۰) در «نشانه‌شناسی بازنمایی خانواده در آگهی‌های بازرگانی تلویزیون» به چگونگی بازنمایی خانواده در آگهی‌های بازرگانی پرداخت و با مطالعه‌ای کیفی، سازوکارهای نشانه‌شناختی دخیل در شکل‌دهی به مفهوم و معنای خانواده را در آگهی‌های بازرگانی بررسی کرد. نتایج به وجود پویایی‌های معنایی بسیار، حول محور مفهوم خانواده در جامعه ایرانی اشاره دارد که در آن نزاع میان خانواده سنتی و خانواده مدرن، به مسئله‌ای محوری مبدل شده است.

لیانگ چین و همکاران (۲۰۱۸) در مقاله «کاهش آسیب رسانه‌ها: فراتحلیلی از میانجی‌گری والدین» به روش فراتحلیل به بررسی اثربخشی میانجی‌گری والدین بر کاهش آسیب رسانه‌ها پرداختند. به‌طور خاص، میزان تأثیرات سه راهبرد اصلی میانجی‌گری والدین را بر کاهش میزان استفاده از رسانه و بروز خطرات رسانه بررسی کردند.

پژوهش‌ها نشان‌دهنده آن است که در این حوزه، با محوریت رسانه‌های مختلف، مطالعات زیادی صورت گرفته که هر یک با نگرشی خاص به ارتباط رسانه و خانواده اشاره می‌کند. از سوی دیگر علی‌رغم پرداختن به تأثیرات گسترده رسانه بر نهاد خانواده، کمتر پژوهشی به بازنمایی انواع رسانه‌ها و تأثیرات آن‌ها بر خانواده پرداخته است.

۳. روش‌شناسی پژوهش

در پژوهش حاضر از دو روش فراتحلیل و تحلیل مضمون استفاده شد. دلیل عمده انتخاب این دو روش، مرور نظام‌مند پژوهش‌ها در حوزه رسانه و خانواده و طبقه‌بندی مضامین به‌کاررفته در این زمینه است. با این دو روش می‌توان به شکل جامع‌تر کلیه مطالب مهم و نتایج اساسی مطالعات را طبقه‌بندی کرد و به جمع‌بندی مناسبی دست یافت.

۳-۱. فراتحلیل

این روش تحلیل تحلیل‌ها است، یعنی تحلیل آماری مجموعه‌ای از نتایج مطالعات جداگانه به‌منظور ادغام یافته‌ها (Decoster, 2003). فراتحلیل شیوه‌ای دقیق برای ترکیب هدفمند نتایج مطالعات متعدد برای رسیدن به یک برآورد بهتر درباره حقیقت است. فراتحلیل مرکب است از:

۱. جستجوی فراگیر برای تمامی مدارک موجود؛
۲. به‌کارگیری معیارهای روشن برای تعیین مقالات قابل شمول؛

۳. تعیین یک اندازه اثر پژوهش؛
 ۴. یکی کردن اندازه‌های اثر تا رسیدن به یک برآورد کلی تأثیر یک رفتار (Streiner, 2003).
مزیت فراتحلیل این است که امکان بررسی میزان تأثیر خصوصیات هریک از پژوهش‌ها را برای نتایج تحقیق مشخص می‌کند (Gall et al., 1996).
- فرا تحلیل در این تحقیق در پنج مرحله اساسی صورت پذیرفته است:
۱. **تعریف موضوع پژوهش:** مطالعه نظام‌مند پژوهش‌های صورت گرفته با محوریت خانواده و رسانه؛
 ۲. **گردآوری نظام‌مند مطالعات در حیطه موضوع مورد نظر:** در میان سیزده فصلنامه در حوزه رسانه و خانواده با محوریت مطالعه نظام‌مند، پژوهش‌های صورت گرفته با محوریت خانواده و رسانه با استفاده از کلیدواژه‌های «خانواده»، «زن»، «مرد»، «جوان و نوجوان»، «زندگی»، «کودک» و «رسانه» شناسایی شدند. ۹۳ مقاله از سال ۱۳۸۶ تا سال ۱۴۰۳ که مورد هدف بود استخراج شد؛
 ۳. **تحلیل توصیفی-آماري مقالات:** مقالات مورد بررسی آمار توصیفی قرار گرفتند. با توجه به حجم بالای مقالات براساس میزان فراوانی مقالات در سه حوزه شبکه‌های اجتماعی با ۴۲ مقاله، تلویزیون با ۴۱ مقاله و سینما با ۱۰ مقاله مورد تحلیل قرار گرفت؛
 ۴. **گردآوری اطلاعات از هریک از پژوهش‌های منتخب:** مجموعه اطلاعاتی که از ۹۵ مطالعه منتخب استخراج شده شامل نام مقاله، نام نویسندگان، سال انتشار، نظریه‌ها، روش‌ها و نتایج می‌شود. در این بخش علاوه بر گردآوری اطلاعات، هرکدام از پژوهش‌ها نیز دسته‌بندی شده‌اند؛
 ۵. تحلیل یافته‌ها و نتایج به روش تحلیل مضمون.

۲-۳. تحلیل مضمون

تحلیل مضمون، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش، فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (Braun & Clarke, 2006). تحلیل مضمون، صرفاً روش کیفی خاصی نیست، بلکه فرایندی است که می‌تواند در اکثر روش‌های کیفی به کار رود. به‌طورکلی تحلیل مضمون، روشی برای دیدن متن، برداشت و درک مناسب از اطلاعات ظاهراً نامرتبط، تحلیل

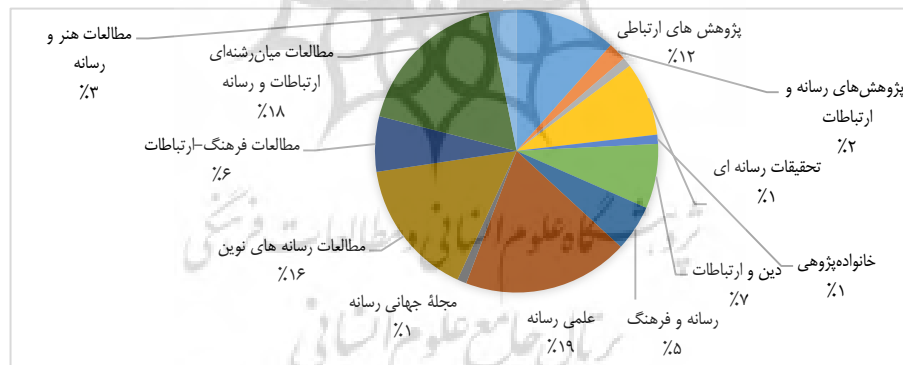
اطلاعات کیفی، مشاهده نظام‌مند شخص، تعامل، گروه، موقعیت، سازمان یا فرهنگ و تبدیل داده‌های کیفی به کمی است (Boyatzis, 1998: 4).

۴. یافته‌های پژوهش

۴-۱. یافته‌های آماری-توصیفی

در راستای مطالعه نظام‌مند پژوهش‌ها با محوریت خانواده و رسانه، ابتدا مطالعه اسنادی آغاز و سپس آثار و منابع مورد نیاز جستجو شد. برای انتخاب پژوهش‌ها، سیزده فصلنامه علمی مطالعات رسانه و مطالعات خانواده با محوریت رسانه و خانواده انتخاب و مقالات جمع‌آوری شدند. پس از بررسی‌ها، ۹۳ مقاله استخراج و تحلیل شد.

در این پژوهش از بین ۱۲ نشریه علمی رسانه و یک نشریه علمی خانواده، مشخص شد که ۷ نشریه رتبه علمی-پژوهشی و ۶ نشریه رتبه علمی دارند. مقالات شناسایی شده از این نشریات با موضوع «خانواده و رسانه» است. تعداد مقالات ۹۳ مورد است. نمودار ۱ توزیع نسبی مقالات را نشان می‌دهد. فصلنامه علمی رسانه بیشترین فراوانی را در تولید مقالات در زمینه خانواده و رسانه داشته است.



نمودار ۱. توزیع نسبی مقالات در فصلنامه‌های مورد مطالعه

جدول ۱ نشانگر آن است که بیشتر پژوهش‌های نوشته شده (۴۹ درصد) توسط سه نویسنده و بالاتر انجام شده‌اند. همچنین این جدول تعداد پژوهش‌هایی که به صورت دونفره انجام شده است (۳۵ درصد) را بیشتر از تعداد پژوهش‌هایی که توسط بیش از یک نفر (۱۶ درصد) صورت پذیرفته‌اند، نشان می‌دهد.

جدول ۱. توزیع نسبی ارزیابی اثر به‌لحاظ تعداد نویسندگان

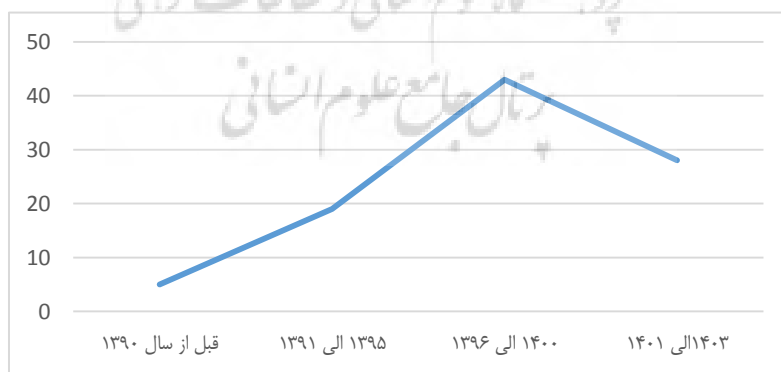
تعداد نویسنده	فراوانی	درصد
یک نفر	۱۲	۱۶
دو نفر	۴۰	۳۵
سه نفر و بیشتر	۴۱	۴۹
	۹۳	۱۰۰

جدول ۲. توزیع فراوانی سال انتشار مقالات

سال	فراوانی	درصد
قبل از سال ۱۳۹۰	۵	۵
۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵	۱۹	۲۰
۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰	۴۲	۴۵
۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳	۲۷	۳۰
جمع	۹۳	۱۰۰

نخستین پژوهشی که موضوع خانواده را با محوریت یک رسانه دنبال کرده مربوط به سال ۱۳۸۶ است و تا قبل از سال ۱۳۹۰ تنها ۵ مقاله علمی-پژوهشی در این حوزه انجام شده که نشان می‌دهد این موضوع زیاد مورد دغدغه پژوهشگران رسانه نبوده است (۵ درصد). اما بعد از سال ۱۳۹۰ پژوهش‌ها افزایش پیدا کرده است.

توزیع فراوانی زمان انتشار مقالات (نمودار ۲) نشان می‌دهد بیشتر تحقیقات صورت گرفته (۴۵ درصد) در طول پنج سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ است. ۲۰ درصد این مقالات در بازه سال‌های ۱۳۹۱-۱۳۹۵ و نزدیک به ۳۰ درصد از کل مطالعات بین سال‌های ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ صورت پذیرفته که میزان رشد مقالات ثبت شده در سال‌های اخیر را نشان می‌دهد.



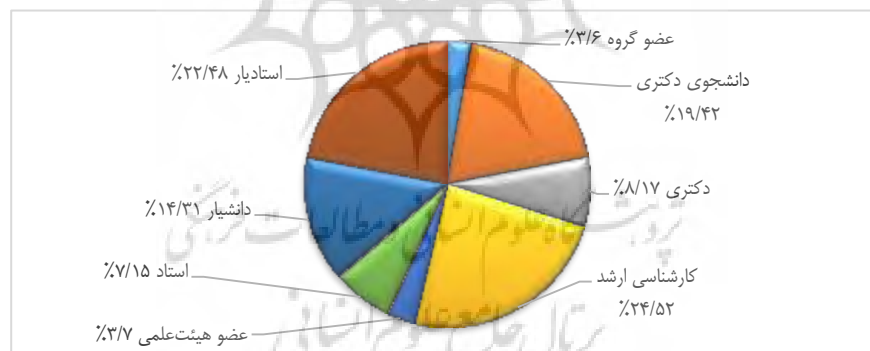
نمودار ۲. توزیع فراوانی سال انتشار مقالات

در ارزیابی پژوهش‌ها به لحاظ جنسیت نویسندگان مشخص شد ۴۶ درصد مقالات به صورت مشترک توسط پژوهشگران مرد و زن انجام شده است. سهم مردان ۳۷ درصد و سهم زنان ۱۷ درصد است (جدول ۳).

جدول ۳. ارزیابی پژوهش‌ها به لحاظ جنسیت نویسندگان

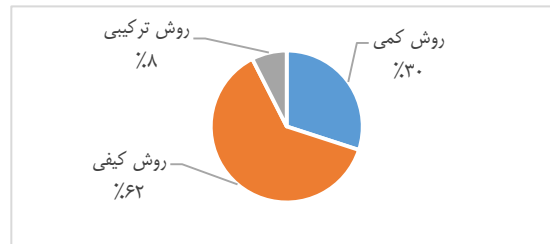
جنسیت	فراوانی	درصد
زن	۳۴	۳۷
مرد	۱۵	۱۷
مشترک (زن و مرد)	۴۴	۴۶
	۹۳	۱۰۰

با توجه به آمار نویسندگان، یافته‌های پژوهش در نمودار ۳ نشان می‌دهد میزان علاقه نویسندگان به موضوع خانواده و رسانه در بین پژوهشگران با تحصیلات کارشناسی ارشد (۲۴ درصد) بیشتر از سایر پژوهشگران است. در حالی که نویسندگان با رتبه علمی استادی ۷ درصد و رتبه دانشجویی ۱۴ درصد آثار را دارند. دانشجویان دکتری نیز سهم ۱۹ درصدی در جدول دارند که نسبت اعضای هیئت علمی که ۳ درصد هستند بیشتر است.



نمودار ۳. توزیع فراوانی نویسندگان آثار به لحاظ رتبه علمی

در مقالات استخراج شده به ترتیب، روش کیفی ۲۶ درصد و روش کمی ۳۰ درصد استفاده شده و روش ترکیبی ۵ درصد از کل مقالات را شامل می‌شود. در تحلیل محتوای کیفی روش نشانه‌شناسی با ۳۱ درصد بیشترین درصد را به خود اختصاص داده است. همچنین در این مقالات از ۷۸ نظریه استفاده شده است.



نمودار ۰۴. توزیع فراوانی روش‌های پژوهش

میزان و تنوع استفاده از «روش» در ۹۳ مقاله استخراج‌شده کم است؛ زیرا بیشتر مقالات «نشانه‌شناسی و تحلیل محتوا» است. این مسئله نشان می‌دهد روش نشانه‌شناسی می‌تواند روشی برتر در تحقیقات رسانه و خانواده باشد؛ هرچند روش‌های مهم‌تر و دقیق‌تری مانند تحلیل گفتمان برای پژوهشگران حوزه رسانه و خانواده توصیه می‌شود.

جدول ۰۴. رویکردهای روشی مقالات مورد فراتحلیل

روش	درصد	رویکرد پژوهش‌ها	تعداد
اکتشافی	۳	بازنمایی جوان و نوجوان	۳
پدیدارشناسی	۲	نقش خانواده	۴
تحلیل گفتمان	۵	بازنمایی زنان	۱۴
توصیفی-تحلیلی	۵	جنسیت	۳
تحلیل محتوا	۱۳	هویت زنان	۳
مصاحبه نیمه‌ساختار یافته	۷	ارتباط خانواده	۷
کیفی	۱۱	بازنمایی کودک	۵
توصیفی	۲	خانواده	۱۶
روش داده‌بنیاد	۸	سواد رسانه	۱
نشانه‌شناسی	۳۱	سبک زندگی	۲۸
تحلیل مضمون	۱۳		

۲-۴. یافته‌های آماری-تحلیلی

تحلیل موضوعی پژوهش‌های استخراج‌شده با محوریت «خانواده و رسانه» در ۱۳ محور نشریات، انیمیشن، بازی‌های رایانه‌ای، رادیو، اینترنت، ماهواره‌های فارسی‌زبان، فناوری‌های نوین، تلفن همراه، تبلیغات بازرگانی، سینما، رسانه، تلویزیون و شبکه‌های اجتماعی دسته‌بندی شدند. براساس فراوانی مقالات، سه حوزه شبکه‌های اجتماعی با ۴۲ مقاله، حوزه تلویزیون با ۴۱ مقاله و حوزه سینما با ۱۰

مقاله تحلیل شدند و از بقیه مقالات صرف نظر شد. ۸۳ رویکرد احصا شد که بیشترین آن مربوط به سبک زندگی بود که نشان از اهمیت آن در نگاه پژوهشگران و مسئله ذهنی آن‌ها دارد.

۴-۲-۱. تحلیل مقاله‌های حوزه تلویزیون

در حوزه تلویزیون، عمده مقالات در سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۴۰۳ منتشر شده که غالب آن‌ها با محوریت یک فیلم سینمایی یا سریال با بررسی یک موضوع خاص پرداخته شده است. این مقاله‌ها بعد از بررسی محتواها و نتایجشان در پنج مضمون نمایش زنان، تصویر خانواده، نمایش جنسیت، مناسبات طبقاتی و آسیب‌شناسی دسته‌بندی شدند.

موضوع خانواده در قالب تلویزیون بررسی شد. با توجه به اینکه تلویزیون در ایران در دسترس‌ترین رسانه است و مخاطبان در ایران بخشی از اوقات خود را به تماشای تلویزیون جمهوری اسلامی صرف می‌کنند و همچنین از پرده نقره‌ای به‌عنوان رسانه‌ای تأثیرگذار یاد می‌شود، در این قالب جایگاه اول را دارد. برای انجام دقیق پژوهش، نتایج مقالات تحلیل مضمون، براساس مرحله کدگذاری به سه دسته با ۸۴ مضمون پایه، ۱۲ مضمون سازمان‌دهنده و ۵ مضمون فراگیر استخراج شدند. شایان ذکر است در جدول ۵ با توجه به حجم مقاله‌ها، تنها مضامین سازمان‌دهنده و مضامین فراگیر درج شدند. مضامین سازمان‌دهنده، رویکردهای کلی مضامین پایه را نیز منعکس می‌کنند.

جدول ۵. مضامین حوزه تلویزیون

مضامین سازمان‌دهنده	مضامین فراگیر
بازنمایی سطوح خانواده در تلویزیون	ضرورت تقویت انسجام و روابط خانواده
مدیریت و نقش خانواده و تقویت بنیان‌های ارزشی	
تأثیر تلویزیون بر ارتباطات خانواده	
بازنمایی مردان در تلویزیون	ضرورت توجه به هویت و نقش زن و مرد
بازنمایی هویت زنان در تلویزیون	
بازسازی و بازنمایی زنان جامعه معاصر در تلویزیون	
تحول نقش‌ها و کلیشه‌های مادران در بازنمایی تلویزیونی	ضرورت توجه به سواد رسانه‌ای
تأکید تلویزیون بر سواد رسانه‌ای	
سبک زندگی اسلامی-ایرانی	ضرورت توجه به سبک زندگی ایرانی-اسلامی
بازنمایی سبک زندگی غربی در تلویزیون	
تأثیر برنامه‌های تلویزیون بر تغییر سبک زندگی و هویت فردی در خانواده	
کودکان و نوجوانان	ضرورت توجه به نقش و جایگاه کودکان و نوجوانان در خانواده

۴-۲-۲. تحلیل مقاله‌های حوزه سینما

در حوزه تلویزیون، عمده مقالات در سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۲ نگاشته شده است که غالب این مقاله‌ها با محوریت یک فیلم سینمایی با موضوع خاص یا دوره‌های تاریخی فیلم‌های سینمایی است. این مقاله‌ها بعد از بررسی محتواها در شش مضمون بازنمایی هویت زنان، تصویر مردان، بازسازی زنان، سبک زندگی غربی، هویت فردی در خانواده، نمایش کودکان و آسیب‌شناسی دسته‌بندی شدند که در جدول ۶ قابل‌رؤیت است. نتایج مقالات تحلیل مضمون براساس مرحله کدگذاری شامل ۴۱ مضمون پایه، ۶ مضمون سازمان‌دهنده و ۳ مضمون فراگیر است.

جدول ۶. مضامین حوزه سینما

مضامین سازمان‌دهنده	مضامین فراگیر
تصویر مردان در سینما	ضرورت توجه به هویت و نقش زن و مرد
بازنمایی هویت زنان در سینما	
بازسازی و بازنمایی زنان جامعه معاصر در سینما	
بازنمایی سبک زندگی غربی در سینما	ضرورت توجه به سبک زندگی ایرانی-اسلامی
تأثیر فیلم‌های سینما بر تغییر سبک زندگی و هویت فردی در خانواده	
بازنمایی فیلم‌های ساخته‌شده برای سینما از کودکان و نوجوانان	ضرورت توجه به نقش و جایگاه کودکان و نوجوانان در خانواده

۴-۲-۳. تحلیل مقاله‌های حوزه شبکه‌های اجتماعی و مجازی

مقالات خانواده و رسانه در قالب شبکه‌های اجتماعی ۴۲ مورد بود که بیشتر مقاله‌ها در سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۲ منتشر شده‌اند. این مقاله‌ها با چند رویکرد به موضوع بازنمایی یا تحلیل شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند. بعضی با مطالعه موردی شبکه‌های خاص انجام شده و برخی دیگر موضوعی را در گستره شبکه‌های اجتماعی تحلیل کرده‌اند. مقالات این حوزه شامل مقالات مضمون آسیب‌شناسی شبکه‌های اجتماعی است که به آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی بر روابط اعضای خانواده، سلامت جسمی و روحی، تحصیلی، فرهنگی و اجتماعی اشاره دارند. مضمون دیگر شیوه نمایش جنسیت در شبکه‌های اجتماعی است که ذیل این مضمون، چگونگی بازنمایی زنان و مردان در شبکه‌های اجتماعی به صورت هویت‌طلبی و نشان‌دادن خود قرار دارد. مضمون نقش و وظیفه خانواده به جایگاه حفاظتی و ارزش در برابر شبکه‌های اجتماعی اشاره دارد. مقالات ذیل مضمون کارکردی شبکه‌های اجتماعی، به بیان جایگاه این شبکه‌ها به عنوان ابزاری راهبردی می‌پردازند. در سه مرحله کدگذاری ۲۴۵ مضمون پایه، ۱۵ مضمون سازمان‌دهنده و ۴ مضمون فراگیر به دست آمد (جدول ۷).

جدول ۷. مضامین حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی

مضامین سازمان‌دهنده	مضامین فراگیر
تأثیرات منفی شبکه‌های اجتماعی بر ساختار خانواده و کیفیت روابط عاطفی	سبک زندگی
تأثیرات منفی شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی خانوادگی	
اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و اینترنت	
تأثیر مثبت شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی و ارتباطات خانوادگی.	
تأثیر منفی شبکه‌های اجتماعی بر اعتقادات مذهبی و ارزش‌های اخلاقی خانواده	
تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فرایند جامعه‌پذیری و دگرگونی روابط اجتماعی در خانواده	
تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تغییر سبک زندگی و هویت فردی در خانواده	
تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فرایندهای آموزشی و روابط خانوادگی	ضرورت توجه به سواد رسانه‌ای در خانواده
تأثیرات منفی شبکه‌های اجتماعی بر رفتار و عملکرد تحصیلی کودکان و نوجوانان	
تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر بازسازی و بازنمایی هویت زنان در جامعه معاصر	ضرورت توجه به هویت زن و مرد
تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مبارزه با نظام مردسالاری و تحقق برابری جنسیتی در خانواده	
تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت و نقش زنان در خانواده و جامعه	
تأثیرات منفی شبکه‌های اجتماعی بر سلامت روان و روابط عاطفی خانواده	ضرورت تقویت انسجام و روابط خانواده
تأثیرات منفی شبکه‌های اجتماعی بر سلامت جسمانی و روانی خانواده	
نقش خانواده در تأثیر رسانه‌های اجتماعی	

۵. جمع‌بندی

تأثیرات مدرنیته و رسانه‌ها بر نهاد خانواده در ایران عمیق و چندوجهی است. این تغییرات ارزشی شامل سنت‌زدایی، تضعیف روابط خویشاوندی، توانمندسازی زنان، تغییرات در نقش‌ها و وظایف خانوادگی، افزایش اهمیت فردگرایی، افزایش آگاهی و اطلاعات و تغییر در سبک‌های زندگی است. این تحولات نشان‌دهنده یک دوره گذار فرهنگی و اجتماعی است که نیازمند توجه و مدیریت مناسب برای حفظ انسجام خانواده و ترویج ارزش‌های مثبت است. نتایج نشان داد مقالات حوزه سینما و تلویزیون و شبکه‌های اجتماعی، ۵ مضمون مشترک دارند که در ادامه مطالعه می‌شود.

۵-۱. ضرورت توجه به سبک زندگی ایرانی-اسلامی (۱۵۱ مضمون پایه)

با توجه به مضامین، بیشترین مضمون، ضرورت توجه به سبک زندگی اسلامی برای مقابله با اثرات منفی رسانه‌های اجتماعی و همگانی و استفاده از این ظرفیت برای تبلیغ و ترویج سبک زندگی اسلامی-ایرانی است؛ زیرا این سبک ترکیبی از ارزش‌ها، سنت‌ها و باورهای ملی و دینی است که هویت فرهنگی ایرانیان را شکل می‌دهد. توجه به این سبک می‌تواند به حفظ و تقویت آن کمک کند و از فراموشی یا تغییرات ناخواسته فرهنگی جلوگیری کند. سبک زندگی ایرانی-اسلامی براساس

آموزه‌های دین اسلام استوار است. این سبک زندگی به تعمیق باورهای دینی و تقویت ایمان مردم کمک می‌کند و آنان را به ارزش‌های والای اخلاقی و انسانی نزدیک‌تر می‌سازد.

۵-۲. ضرورت توجه به هویت زن و مرد (۷۹ مضمون پایه)

توجه به هویت زن و مرد در جامعه با در نظر گرفتن جایگاه و کرامت خانواده و تأثیرات رسانه‌های اجتماعی، سینما و تلویزیون از اهمیت زیادی برخوردار است؛ چرا که خانواده به‌عنوان مهم‌ترین نهاد اجتماعی در جامعه ایرانی، نقش محوری در شکل‌گیری و تقویت هویت آن‌ها دارد و می‌تواند به حفظ و تقویت ارزش‌های خانوادگی، ایجاد الگوهای مثبت، پیشگیری از تضعیف نقش‌های سنتی، تقویت کرامت و احترام، مقابله با تأثیرات منفی فرهنگی، تشویق به مسئولیت‌پذیری و تعهد، ارتقای سلامت روانی و عاطفی و تشویق به همبستگی و همیاری خانوادگی کمک شایانی بکند.

۵-۳. ضرورت تقویت انسجام و روابط خانواده (۶۶ مضمون پایه)

خانواده به‌عنوان واحد بنیادی جامعه، نقشی حیاتی در شکل‌گیری شخصیت، هویت و ارزش‌های فردی ایفا می‌کند. تقویت انسجام و روابط خانواده به سلامت روانی و عاطفی اعضای خانواده، تربیت صحیح فرزندان، حمایت اجتماعی و اقتصادی خانواده، افزایش رضایت از زندگی، پیشگیری از مشکلات اجتماعی، ترویج ارزش‌های اخلاقی و فرهنگی، بهبود ارتباطات و مهارت‌های اجتماعی کمک می‌کند. خانواده‌های منسجم و متعهد پایه‌های یک جامعه قوی و پایدار را تشکیل می‌دهند و نقش مهمی در پیشرفت و توسعه اجتماعی ایفا می‌کنند.

۵-۴. ضرورت توجه به سواد رسانه‌ای (۱۲ مضمون پایه)

امروزه اهمیت سواد رسانه‌ای در خانواده از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ زیرا رسانه‌ها تأثیر عمیقی بر نگرش‌ها، رفتارها و ارزش‌های افراد، به‌ویژه کودکان و نوجوانان دارند. توجه به سواد رسانه‌ای در خانواده به محافظت از کودکان و نوجوانان، تقویت مهارت‌های تفکر انتقادی، پیشگیری از اعتیاد به رسانه‌ها، ارتقای ارتباطات خانوادگی، پیشگیری از تأثیرات منفی رسانه‌ای بر سلامت روانی، تشویق به مصرف محتوای مفید و آموزشی، حفاظت از حریم خصوصی، افزایش آگاهی درباره حقوق و مسئولیت‌ها، مقابله با اخبار جعلی و ترویج استفاده اخلاقانه و نوآورانه از رسانه‌ها کمک می‌کند. به این ترتیب، خانواده‌ها می‌توانند به‌صورت مسئولانه و مؤثر از رسانه‌ها استفاده کنند و تأثیرات مثبت آن را در زندگی خود تجربه کنند.

۵-۵. ضرورت توجه به نقش و جایگاه کودکان و نوجوانان در خانواده (۱۰ مضمون پایه)

توجه به نقش و جایگاه کودکان و نوجوانان در خانواده، نه تنها به رشد و توسعه فردی آنان کمک می‌کند، بلکه موجب تقویت خانواده و جامعه نیز می‌شود. این توجه به توسعه هویت فردی، تقویت اعتماد به نفس، تربیت اخلاقی و اجتماعی، پیشگیری از مشکلات رفتاری، افزایش مشارکت و همکاری، آموزش مهارت‌های زندگی، حفظ سلامت روانی و عاطفی، تشویق به تحصیل و یادگیری، تقویت پیوندهای خانوادگی و آمادگی برای ورود به جامعه کمک می‌کند.

۶. نتیجه‌گیری

خانواده به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی در همه جوامع، نقشی حیاتی در حمایت عاطفی و جسمی از اعضای خود دارد و مهارت‌های زندگی را آموزش می‌دهد. در دنیای امروز که تحت تأثیر تحولات سریع فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ها قرار دارد، این نهاد دستخوش تغییرات عمده‌ای شده است. فناوری‌های رسانه‌ای مانند کتاب، نشریات، رادیو، تلویزیون، سینما و اینترنت به بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی روزمره خانواده‌ها تبدیل شده و ارتباطات، کار و سرگرمی را متحول کرده و نقش رسانه‌های جمعی را در زندگی امروزی پررنگ کرده است.

پژوهش‌های مربوط به پیوند رسانه و خانواده موضوعات گسترده‌ای از علوم اجتماعی و رسانه را دربردارد. هدف اصلی این تحقیقات، طبقه‌بندی مسائل و ارائه پیشنهادها و راهکارهایی برای رفع نواقص پژوهشی یا سیاست‌گذاری رسانه‌ای است. پژوهش‌های کمی با روش فراتحلیل و تحلیل مضمون به بررسی بازنمایی خانواده در رسانه‌ها پرداخته‌اند. پژوهش حاضر نیز با استفاده از این روش‌ها به دنبال طبقه‌بندی پژوهش‌های انجام شده و بررسی موضوعات مطرح‌شده در هر طبقه‌بندی است.

با توجه به نتایج بخش فراتحلیل، استفاده از رویکردهای مختلف نظری و در روش‌های پژوهشی توجه به روش‌های نمونه‌گیری کمی و کیفی، استفاده از روش‌های آماری و مضامین برای تحلیل داده‌ها احصا شده‌اند. همچنین توجه به نمونه‌های متنوع اعضای خانواده اعم از پدر و مادر و فرزندان و توجه و اهتمام استادان و پژوهشگران مختلف به‌خصوص پژوهشگران جوان با تخصص‌های گوناگون جامعه‌شناسی و علوم ارتباطات، حقوق، روان‌شناسی و نیز پرداختن پژوهشگران به تأثیرات و پیامدهای مثبت و منفی شبکه‌های اجتماعی و مجازی و سینما و تلویزیون بر سبک زندگی کاربران از جمله خانواده ایرانی پررنگ است. در تحلیل مضمون یافته‌های پژوهش‌های انجام‌شده نیز پنج مضمون مشترک (ضرورت توجه به سبک زندگی ایرانی-اسلامی، ضرورت توجه به هویت زن و مرد،

ضرورت تقویت انسجام و روابط خانواده، ضرورت توجه به سواد رسانه‌ای، ضرورت توجه به نقش و جایگاه کودکان و نوجوانان در خانواده) به‌دست آمد.

۷. تعارض منافع

این مقاله فاقد هرگونه تعارض منافی است.

References

- Abbasi Ghaderi, M., & Kalili Kashani, M. (2013). *The Impact of Internet on National Identity*. Tehran: Research Institute of Strategic Studies (RISS) Publishing. (In Persian)
- Bourdieu, B. (2001). *Practical Reason: On the Theory of Action*. Translated by: M. Mardiha. Tehran: Naqsh Negar. (In Persian)
- Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming qualitative information: thematic analysis and code development*. USA: SAGE Publications.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1191/1478088706qp063oa>
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell Publications.
- Castells, M. (2023). *The Rise of the Network Society (The Information Age: Economy, Society and Culture)*. Translated by: A. Aligholijan. Tehran: Tarh-e No. (In Persian)
- Cheal, D. (2015). *Families in Today's World*. Translated by: M. M. Labibi. Tehran: Afkar. (In Persian)
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2011). *Media/Society*. Translated by: M. Yusefi & R. Marzani. Tehran: Imam Sadiq University Publishing. (In Persian)
- Decoster, J. (2003). *Meta-Analysis Notes*. University of Alabama.
<http://www.stat-help.com/Meta%20analysis%202009-07-31.pdf>
- Defleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. (1975). *Theories of mass communication* (3rd Ed). New York: David Mckay.
- Denis, M. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications.

- Gall, M., Borg, W., & Vegal, J. (2016). *Quantitative and Qualitative Research Methods in Educational Sciences and Psychology*. Translated by: A. R. Nasr et al. Tehran: Samt. (In Persian)
- Giddens, A. (2015). *Modernity and Self-Identity Self and Society in the Late Modern Age*. Translated by: M. Saburi. Tehran: Ney Publications. (In Persian)
- Glass, G. V. (1976). Primary, Secondary, and Meta-Analysis of Research. *Educational Researcher*, 5(10), 3-8.
<https://doi.org/10.3102/0013189X005010003>
- Junadele, A., & Rahnama, M. (2019). The Pathological Representation of New Media in Family Studies (a Meta-Analysis of Articles Regarding the Effect of New Media on Family). *New Media Studies*, 4(16), 1-40.
https://nms.atu.ac.ir/article_9458.html (In Persian)
- Liang Chen, L., & Shi, J. (2018). Reducing Harm From Media: A Meta-Analysis of Parental Mediation. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1), 77-101. <http://dx.doi.org/10.1177/1077699018754908>
- Mahdizadeh, S. M. (2007). *Media and representation*. Tehran: Office of Media Studies and Development. (In Persian)
- Marshall, M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. MIT Press.
- Moghdisi Lashkajani, M., Madani, S., & Kazmipour, Sh. (2017). Representation of Social Harms Threatening Family Institution in Iranian Movies of 1990s and 2000s Saeed Maadani. *Rasaneh*, 2(29), 83-103.
https://qjmn.farhang.gov.ir/article_68997.html (In Persian)
- Moore, S. (1997). *Sociology: An Introduction*. Translated by: M. Thaghebfar. Tehran: Qoqnous Publishing. (In Persian)
- Organization for regulation of regulations and radio communications. (2018).
<https://opendata.cra.ir/Dashboard/96954f32-1b4c-4cb2-a18b-e8c986288bb6?e=false&vo=viewonly>
- Sarvi Zargar, M. (2011). Media Strategic Management and a Semiotics of Representing Family in TV Commercials. *Communication Research*, 3(67), 33-62. https://cr.iribresearch.ir/article_23683.html (In Persian)
- Supreme Council of the Cultural Revolution (2005).
<https://rc.majlis.ir/fa/law/show/101204> (In Persian)
- Supreme Leader (2006). *Statements in the meeting of managers and media programmers of different countries*. <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=3340>