

Investigating the role of socialization styles on children's adoption of visual culture (case study of Naghadeh)

Masoumeh Ghasemi^{1*} , Vahid Carvani² , Naser Gholizadeh³ 

1. Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences, Payam Noor University, Tehran, Iran.
2. Department of Statistics, Faculty of Science, Payam Noor University, Tehran, Iran
3. Education employee, Iran

Received: 2024/04/29

Received in revised form: 2024/07/14

Accepted: 2024/05/11

Published: 2024/09/21

Abstract

Socialization is one of the important functions of the family, but given the rapid pace of changes and technological growth, we are witnessing the emergence of new competitors alongside the family, such as visual media, including satellite, which have a significant impact on children's behavioral patterns.

The present study was conducted to investigate the role of socialization styles on children's role modeling of visual culture (here, animation and children's satellite networks). To investigate the aforementioned relationship, Albert Bandura's theories of socialization styles and social learning were used. For this purpose, 200 parents of Naghadeh County who have at least one child between the ages of 5 and 12 were selected using a multi-stage cluster sampling method and filled out a researcher-made questionnaire. The research method was a survey, and Pearson and regression tests were used to analyze the findings.

The research findings indicate that children's role modeling of animation has a negative relationship with the authoritarian style and a positive relationship with the democratic, filial, and free styles.

Keywords: Socialization, Role modeling, Authoritarian style, Democratic style, Filial style, Free style

Cite as: Ghasemi, M., Carvani, V., Gholizadeh, N. (2024). Investigating the role of socialization styles on children's adoption of visual culture (case study of Naghadeh). *Sociology of lifestyle*. 9 (3): 1-16.

Owner and Publisher: University of Tabriz

ISSN (online): 2645-5641

Access Type: Open Access

DOI: 10.22034/sls.2024.19329

*Corresponding Author: Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences, Payam noor University, Tehran, Iran
ma.ghasemi@pnu.ac.ir

بررسی نقش سبک‌های اجتماعی شدن بر الگوپذیری کودکان از فرهنگ دیداری (مطالعه موردی شهرستان نقده)

معصومه قاسمی¹، وحید کاروانی²، ناصر قلی‌زاده³

1. گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

2. گروه آمار، دانشکده علوم، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

3. مدیر وزارت آموزش و پرورش، ایران

دریافت: 1403/2/10 بازنگری: 1403/04/24 پذیرش: 1403/06/31 انتشار: 1403/08/28

چکیده

اجتماعی شدن از کارکردهای مهم خانواده می‌اشد اما با توجه به سیر شتابان تغییرات و رشد تکنولوژی، شاهد پیدایش رقبات جدیدی در کنار خانواده نظیر رسانه‌های تصویری از جمله ماهواره هستیم که تاثیر قابل توجهی بر الگوی رفتاری کودکان دارند. هدف مطالعه حاضر، بررسی نقش سبک‌های اجتماعی شدن بر الگوپذیری کودکان از فرهنگ دیداری (انیمیشن و شبکه‌های ماهواره‌ای کودکان) است. این مطالعه، جزء تحقیقات نظری-کاربری و از انواع تحقیقات پیمایشی محسوب شده و با توجه به معیار زمان، مقطعی است. جامعه آماری این پژوهش، شامل والدین شهرستان نقده است که حداقل دارای یک فرزند در بازه سنی بین 5 تا 7 سال می‌باشند. داده نمونه نهایی 200 نفر می‌باشد که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شد. ابزار مطالعه پرسشنامه ساختار یافته بوده و داده‌ها با استفاده از آزمون همبستگی و تحلیل رگرسیونی تحلیل گردید. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که الگوپذیری کودکان از انیمیشن با سبک استبدادی رابطه منفی و با سبک‌های دموکراتیک، فرزندسالارانه و آزاد رابطه مثبت دارد.

کلیدواژه‌ها: اجتماعی شدن، الگوپذیری، سبک استبدادی، سبک دموکراتیک، سبک فرزندسالارانه،

سبک آزاد.

نحوه ارجاع: قاسمی، م.، کاروانی، و.، قلی‌زاده، ن. (1403). " بررسی نقش سبک‌های اجتماعی شدن بر الگوپذیری کودکان از فرهنگ دیداری (مطالعه موردی شهرستان نقده)". جامعه‌شناسی و سبک زندگی. (3) 9: 1-16.

صاحب امتیاز و ناشر: دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

شاپای الکترونیکی: 5641-2645

نوع دسترسی: آزاد

DOI: 10.22034/sls.2024.19329

ma.ghasemi@pnu.ac.ir

* نویسنده مسئول: گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

جامعه‌پذیری یا اجتماعی‌شدن از نظر لغوی به معنای انطباق و آشناسازی با جامعه است (حق شناس، 1387: 842). در جامعه‌شناسی این مفهوم به فرآیندی اطلاق می‌شود که به موجب آن، افراد ویژگی‌هایی را که شایسته عضویت آن‌ها در جامعه است، کسب می‌کنند (Scruton, 2007: 469 به نقل از قدیانی، 1393). اجتماعی‌شدن از کارکردهای مهم خانواده می‌باشد اما با توجه به سیر شتابان تغییرات و رشد تکنولوژی، شاهد پیدایش رقبای جدیدی در کنار خانواده نظیر رسانه‌های تصویری از جمله ماهواره هستیم که تاثیر قابل توجهی بر الگوی رفتاری کودکان دارند.

کودک، در فرهنگ دیداری‌ای که از طریق رسانه‌ها و نیز صنایع فرهنگی در معرض آن قرار می‌گیرد و در همسان‌سازی خود با مشاهداتش، از طریق دیدن، اجتماعی‌می‌شود (عظیمی، 1390: 21).

این فرضیه که فرهنگ عمومی از طریق فرهنگ دیداری قابل تغییر بطئی است و حتی فرهنگ جهانی از طریق فرهنگ بصری یا دیداری نفوذ می‌کند، تاییدی بر این نظریه ژان بودریار است که اساس جامعه در تبادل کالاهای مادی نیست بلکه پای کالاهایی با عنوان نشانه‌ها و نمادهایی قراردادی در بین است که با نظام رمزگان خاص بیان می‌شوند. در واقع ما در جهانی بسر می‌بریم که رسانه‌ها، برنامه‌های تلویزیونی، انیمیشن و فیلم همه ابعاد و وجوه آن را بازسازی می‌کنند (اسمیت، 1383: 48 به نقل از نوذری و افضل طوسی، 1388).

در جریان این وانمایی و تولید فرهنگی، تصویر یا جهان تصویری از اهمیت به سزایی برخوردار است. هنرهای دیداری به کمک وانمایی تصویری می‌تواند فرهنگ دیداری را شکل داده، فرهنگ عمومی را تغییر دهد و ... (نوذری و افضل طوسی، 1388).

منظور از رسانه‌های دیداری، فرآیند انتقال صدا و تصویر است که شامل تلویزیون، اینترنت و ماهواره می‌باشد. بینایی در برگیرنده فعالیت ارتباطی برای هر فرد است، به خصوص برای افراد کم سواد. نقش بینایی در رسانه‌های دیداری بسیار بیشتر است. رسانه‌های دیداری حدود 43٪ بیشتر از رسانه‌های غیردیداری موجب ترغیب مخاطبین می‌شوند. به خصوص مفاهیم پیچیده می‌توانند از طریق ارائه بصری، آسانتر فهمیده شوند. هم چنین احساسات و هیجانات ما به راحتی از طریق حس بینایی برانگیخته میشوند. (کشاوری، 1383: 105).

از نظر دبورد، در شرایط نوین تولید، زندگی به صورت انباشت بی‌کرانی از نمایش‌ها تجلی می‌یابد. هنگامی که جهان واقعی مبدل به تصاویر صرف می‌شود، طبیعتاً بینایی را ممتازترین حس انسانی، که در دوران‌های دیگر حس لامسه بود، می‌داند، که انتزاعی‌ترین و فریب‌خونده‌ترین حس متناظر با انتزاع عمومیت یافته‌ی جامعه امروزی است (دبورد، 1967، به نقل از بست و کلنر، بی تا).

از آنجائی که کودکان نیز عمدتاً بی‌سواد بوده و مهارت‌های شناختی آنان هنوز تکامل نیافته، بیشتر از راه دیدن جذب می‌شوند و با توجه به جاذبه‌های بصری، جلوه‌های ویژه و ... که منبع آن عمدتاً رسانه‌های دیداری است، لذا، کودک امروزی بطور روزافزونی در معرض فرآیند اجتماعی‌شدن از طریق رسانه‌های دیداری قرار گرفته و الگوی رفتاری و نیز الگوی مصرف لوازم مادی خود و خانواده را شکل می‌دهد.

به عنوان مثال، بررسی‌های لیو^۲ (2012) و کالورت (2008)، نشان می‌دهد، توسعه بازاریابی برای کودکان نشانه علاقه بازار به مصرف‌کنندگان کودک بوده و انیمیشن به یک انتخاب تکنیکی در بسیاری از تبلیغات بدل شده که نشان‌دهنده افزایش روزافزون قدرت کودکان برای تاثیرگذاری روی والدین و نیز افزایش گسترده شمار کانالهای تلویزیونی قابل دسترس است که مخاطبان کودک را هدایت نموده و به دنبال آن کودکان نیز، الگوی خرید خانواده‌هایشان را شکل می‌دهند.

کودکان جهان به طور متوسط روزانه، سه ساعت تلویزیون تماشا می‌کنند (کارلسون و فایلیتزن، ۱۳۸۰). چارلز سیلبرمن، در کتاب خود با عنوان بحران در کلاس درس می‌نویسد «دانش آموزان از تلویزیون بیشتر از کلاس درس می‌آموزند» همچنین مارشال مک لوهان عقیده دارد زمانی که کودک وارد مدرسه ابتدایی می‌شود، در واقع، به اندازه پنج سال از تلویزیون آموزش دیده است (ذبیحی، 1383). طبق دیدگاه والدین (1979)، قرن حاضر با پیشرفت فناوری و به کارگیری فناوری‌ها، به خصوص در آموزش و پرورش دوره‌های دبستانی، سعی در استفاده هر چه بهتر از تلویزیون در انتقال اطلاعات به مخاطبان دارد (ذبیحی، 1383).

تاپ اسکات عقیده دارد کودکان در حال ساختن فرهنگ جدیدی هستند. کاتز همچون تاپ اسکات و پاپرت نسبت به نسل جوان خوش بین بوده بر این باور است که پدرها و مادرها بسیار محافظه کار هستند و در برخورد با فرزندان خود به راه‌هایی افراطی همچون سانسور و کنترل متوسل می‌شوند. فرضیه کاتز بر پایه «حقوق کودکان» قرار دارد و از واژه «انقلاب فرزندان» صحبت کند. قرارداد الگویی بین والدین و فرزندان که کاتز آن را پیشنهاد می‌کند نوعی توازن واقع‌گرایانه و حتی محافظه کارانه در زمینه حقوق و مسئولیت‌ها مشخص می‌کند. کاتز می‌نویسد: فرزندان «از نظر اخلاقی حق دارند که به رسانه‌ها دسترسی داشته باشند». راشکوف نیز رسانه‌ها را «شرکای تحول فرهنگی» در نظر می‌گیرد (بوکینگهام، 1392).

با این اوصاف، سوالی که پیش می‌آید این است که آیا رسانه تصویری تاثیر بلاواسطه‌ای بر روی مخاطبان کودک دارد؟ یا از آنجا که جامعه‌پذیری خانواده مقدم بر یادگیری از رسانه است، تاثیرپذیری کودک از فرهنگ دیداری بواسطه سبک‌های اجتماعی شدن صورت می‌گیرد؟

از آنجایی که والدین همچنان به عنوان مهم‌ترین عامل «اجتماعی شدن» مدنظر قرار می‌گیرند، احتمالاً، درک طبیعت و ماهیت رابطه والدین - کودک، تفاوت‌های بین رفتار و مهارت‌های کودکان را تشریح می‌کند. همچنین، شیوه‌های برقراری ارتباطات بین والدین و کودک، بر «اجتماعی شدن مصرف‌کننده» تاثیر دارد (حیدری زاد و معتمدی، 1387).

اغلب تحقیقات اخیر در مورد مخاطبان کودک نیز، بر اهمیت برجسته والدین و سبک‌های والدینی در تعیین تاثیر تلویزیون بر رشد کودکان تاکید دارند (تورسیلاس^۳، 2013). فرایند جامعه‌پذیری غالباً از نظام فرزند-مادر شروع شده و به دنبال آن، فرد با نظام‌های پدر-فرزند، خواهر-برادری، مدرسه، گروه همسالان، گروه‌های حرفه‌ای و غیره مواجه می‌شود (چلبی، 1375: 228).

مع الوصف، اجتماعی شدن کودکان در روابط پیچیده نهادهایی همچون خانواده، مدرسه و رسانه‌ها صورت می‌گیرد. اما بی‌گمان پیوندهای درون خانواده منابع اصلی برای شکل دادن به الگوهای رفتاری نوجوانان است. مطالعات داخلی نشان می‌دهد که خانواده ایرانی در طی چند دهه گذشته از بسیاری جنبه‌ها از جمله سبک‌های به کارگرفته شده از سوی والدین برای

² . Luo

³ . Torrecillas

اجتماعی شدن فرزندان تغییر کرده و در کنار سبک استبداد سنتی، سبک‌های‌های دموکراتیک، آزاد و نیز از وزن و اهمیت بالایی برخوردارند. مطالعات اخیر، بر اهمیت روزافزون سرنوشت فرزندان برای والدین تاکید دارد. کاهش تعداد فرزندان، افزایش خانواده‌های تک فرزند، افزایش شمار زنان شاغل و تاخیر در زایمان به جهت تمایل مادران به داشتن درآمد بیشتر به منظور تامین زندگی بهتر برای فرزندان از عواملی است که باعث شده شاهد گسترش خانواده‌های فرزند سالار باشیم.

با وجود تحولات خانواده و فراگیری حضور رسانه‌ها در زندگی کودکان، مطالعات موجود، عمدتاً به بررسی آثار منفی رسانه‌ها پرداخته و نقش و اهمیت خانواده در این میان از بررسی‌ها به دور مانده است. همچنین، با وجود اینکه شواهد بیانگر افزایش قدرت کودکان بوده و دوران کودکی، دورانی مستقل و پدیده‌ای اجتماعی بوده که اهمیت آن از متغیرهای طبقه، جنس و قوم کمتر نیست، اما دانسته‌های ما از کودکان بسیار ناچیز است. لذا، هدف مقاله حاضر، بررسی نقش سبک‌های اجتماعی شدن بر الگوپذیری کودکان از فرهنگ دیداری (در شهرستان نقده از توابع استان آذربایجان غربی) می‌باشد.

براین اساس، سوال اساسی مطالعه حاضر این است که از دید والدین، سبک‌های اجتماعی شدن، چه ارتباطی با الگوپذیری کودکان از کارتونهای ماهواره دارد؟

در این مقاله، منظور از فرهنگ دیداری، شبکه‌های ماهواره‌ای کودکان (با تاکید بر انیمیشن) است. مرزی بودن منطقه مورد مطالعه، باعث شده ساکنان منطقه مورد مطالعه از دیرباز از تماشا کنندگان ماهواره باشند. طوری که بیش از 60 درصد از ساکنان منطقه مورد مطالعه به ماهواره دسترسی دارند (کاروانی، قاسمی و اسدپور، 1395: 20). حضور و کشاکش منابع هویتی سنتی و مدرن در منطقه مورد مطالعه می‌تواند باعث سردرگمی و ناتوانی والدین در تعامل با فرزندان خود و تربیت آنان باشد و لذا، مطالعه سبک‌های اجتماعی شدن می‌تواند سهم به سزایی در توسعه دانش موجود در این داشته باشد.

چهار چوب مفهومی

کیفیت و سطح تعامل والدین و فرزندان در پیش‌بینی اجتماعی شدن کودک بعنوان مصرف‌کننده (بطور عام) بسیار مورد توجه است. لذا بخش نظری این مقاله در راستای بررسی ارتباط سبک‌های اجتماعی شدن و تقلید و الگوپذیری کودکان از انیمیشن، در دو قسمت (یادگیری اجتماعی - مشاهده‌ای از رسانه و سبک‌های اجتماعی شدن) ارائه و در ادامه منابع تجربی مرتبط بررسی گردیده است.

یادگیری اجتماعی

یکی از نظریه‌های مربوط به آثار اجتماعی رسانه‌ها، «نظریه یادگیری اجتماعی» آلبرت بندورا (1986) است. رسانه‌های جمعی به خصوص رسانه‌های تصویری، منبع اصلی یادگیری اجتماعی هستند. بندورا می‌نویسد: «رسانه‌ها اگرچه تنها منبع یادگیری اجتماعی نیستند و نفوذ و تاثیرشان به دیگر منابع یادگیری یعنی والدین، دوستان و معلمان وابسته است ولی روی مردم تاثیر مستقیم دارند. این تاثیرگذاری با میانجی نفوذ شخصی یا شبکه‌های اجتماعی صورت نمی‌گیرد (بندورا، 2002 به نقل از قدیانی، 1393).

جامعه‌پذیری اولیه در دوران طفولیت رخ می‌دهد و فشرده‌ترین دوره یادگیری فرهنگی است. در همین ایام است که کودکان زبان و الگوهای اساسی رفتار را می‌آموزند که پایه و اساس آموزشهای بعدی قرار می‌گیرد. خانواده اصلی‌ترین کارگزار

جامعه‌پذیری در این مرحله است. جامعه‌پذیری ثانویه در مراحل بعدی کودکی و تا بلوغ رخ می‌دهد. در این مرحله، سایر کارگزاران جامعه‌پذیری بخشی از مسئولیت‌های خانواده را بر عهده می‌گیرند. مدارس، گروه‌های همسالان، سازمان‌ها و رسانه‌ها از عوامل جامعه‌پذیری افراد به شمار می‌آیند (گیدنز، 1386: 44).

یکی از مباحث مربوط به آثار جامعه‌پذیری رسانه‌ها در مقایسه با دیگر نهادهای جامعه‌پذیری این است که رسانه‌ها با انتقال و انتشار ارزش‌ها و هنجارهای جدید، ارزش‌های جافتاده قدیمی و مورد نظر والدین و معلمان را به چالش می‌کشند. به همین خاطر، مک‌کوایل کارکرد جامعه‌پذیری رسانه‌ها را دارای دو جنبه می‌داند: از یک طرف، رسانه‌ها دیگر عوامل جامعه‌پذیری را حفظ و تقویت می‌کنند و از سوی دیگر، تهدیدی بالقوه برای مجموعه ارزش‌های مورد نظر والدین، مربیان و دیگر عوامل کنترل اجتماعی هستند (مهد یزاده به نقل از مک‌کوایل، 1389: 58).

مک‌کوایل تصریح می‌کند که مفهوم جامعه‌پذیری، بر نقش «همرنگ‌گرایی» رسانه‌ها دلالت دارد. به این معنا که رسانه‌ها به حمایت از ارزش‌های مسلط و مستقر اجتماعی تمایل دارند. بنیان این نظریه باور دارند که پیام‌های ارتباط جمعی بر همه مخاطبانی که در معرض آنها قرار می‌گیرند، اثرات قوی و کمابیش یکسانی دارند (قدیانی، 1393).

سبک‌های اجتماعی شدن

سبک‌های اجتماعی شدن نوجوانان در خانواده به شیوه‌هایی اشاره دارد که والدین فرزند نوجوان خود را آگاهانه و یا ناآگاهانه با ارزش‌های جامعه آشنا و آنها را وادار به انجام امور می‌کنند. جامعه‌شناسان شیوه‌هایی را که می‌توان ارزش‌ها و خواسته‌های خود را به افراد دیگر منتقل و آنها را وادار به انجام کاری یا رفتاری کرد، در چهار راهبرد استفاده از منابع زور و اجبار، راهبرد کاربرد منابع پاداش، راهبرد کاربرد منابع اطلاعاتی و راهبرد کاربرد منابع هنجاری قابل تصور می‌دانند (ساروخانی، 1385: 39).

این شیوه‌های انتقال ارزش و خواسته در عرصه خانواده را محققین با اضافه کردن ملاک‌هایی چون تحمیل نظر و مشورت‌پذیری بر چهار راهبرد فوق در پنج سبک استبدادی، دموکراتیک، آزاد غافلانه و فردگرایانه و فرزند سالارانه گونه‌بندی کرده‌اند.

- سبک استبدادی: در این سبک، والدین تنها اطاعت و همنوایی را از فرزندان خود انتظار داشته و افکار، عقاید و خواسته‌هایشان را علی‌رغم میل فرزندان به آنها تحمیل می‌کنند. والدین معتقدند که وضعیت فعلی و آینده فرزندش را بهتر از او درک می‌کند.

- سبک دموکراتیک: سبک دموکراتیک به شیوه‌ای از اجتماعی کردن نوجوان اشاره دارد که در آن فرزند دارای ارزشی برابر بزرگسالان می‌باشد. در تصمیم‌گیری‌ها مورد مشورت قرار می‌گیرد، والدین مدت زمان مناسبی را به او اختصاص می‌دهند.

- سبک آزاد: این سبک، به شیوه‌ای از اجتماعی کردن نوجوان اشاره دارد که والدین افکار و اندیشه خود را به فرزندان تحمیل نمی‌کنند. بلکه آنها را آزاد گذاشته تا کارهایی که قصد انجامش را دارند، انجام دهند.

- سبک آزادی به دو سبک اجرا می‌شود. الف- سبک آزادی نوع فردگرایانه که در آن والدین زمان کمی را به فرزندان خود اختصاص می‌دهند و تا حدودی گفتگو کردن، مذاکره کردن، راهنمایی کردن در خانه وجود دارد. ب- سبک آزادی نوع

غافلانه که در آن والدین اصلاً زمانی را به فرزندان خود اختصاص نداده و فرزندان خود را تقریباً رها کرده‌اند (منادی، 1385).

- سبک فرزندسالارانه: سبک فرزندسالارانه به شیوه‌ای از اجتماعی کردن نوجوانان اشاره دارد که فرزند در آن جایگاه و اعتباری هم وزن یا بالاتر از بزرگسالان دارد. در این سبک، فرزند مستقیم یا غیر مستقیم محور و اساس تصمیم‌گیری‌ها، فعالیت‌ها و مجموعه امور مختلف خانواده قرار می‌گیرد و همه مسائل خانواده، به طور کلی بر اساس نیازها، خواسته‌ها و اهداف آنان استوار می‌شود (مهدوی، 1381).

خانواده از طریق بازخوردها و برجسته کردن ارزش‌های خاصی در خانواده، می‌تواند فرآیند الگوپذیری و الگوبرداری را در همه شیوه‌های تربیتی و تحولی نوجوانان و جوانان تحت تأثیر قرار دهد. سانتراک (2008)، معتقد است روابط عاطفی نامناسب والدین در سوق دادن نوجوانان و جوانان به مدگرایی نقش دارد. از طرف دیگر کارکرد سازنده خانواده باعث تقویت ارزش‌های سنتی می‌گردد. زمیل (2005)، معتقد است که حل مساله مدگرایی باید از درون خانواده و با شناسایی نوع و شیوه رفتار با نوجوانان در خانه آغاز شود. سپس الگوهای رفتاری‌ای تقویت گردد که به هماهنگی والدین و فرزندان و تقویت و تحول شخصیت و هویت آنها می‌انجامد (امیری و جعفری مجد، 1393).

پیشینه پژوهش

مرور منابع موجود نشان می‌دهد منابع تجربی عمدتاً بر مطالعه تأثیر تلویزیون بر کودکان اختصاص یافته و تأثیر نظارت والدین بر الگوپذیری کودکان از رسانه کمتر مورد توجه قرار گرفته، بنابراین این رابطه چندان روشن نیست. بررسی‌ها نشان می‌دهد بدنه ادبیات موجود را می‌توان به دو دسته تقسیم نمود: (1) مطالعاتی که به بررسی تأثیر تلویزیون و انیمیشن بر رفتار کودکان اختصاص دارد؛ (2) مطالعاتی که به بررسی تأثیر نظارت والدین (نظارت بر مصرف رسانه) بر الگوپذیری کودکان از رسانه مربوط است. ذیلا مطالعات نزدیک به موضوع پژوهش حاضر ارائه شده است.

مروری بر منابع داخلی نشان می‌دهد، رابطه مثبت و معناداری بین مناسبات بین والدین و فرزندان و میزان و نوع مصرف ماهواره وجود دارد به نحوی که خانواده‌های دارای استحکام بیشتر، از ماهواره استفاده کمتری می‌نمایند (گلچین و همکاران، 1391). آثار رفتاری متعددی برای مصرف رسانه گزارش شده که از جمله آنها درخواست کالای تبلیغ شده (انجدانی، 1386)، درونی کردن بینش و فرهنگ زبان کشور مبدا (پیش‌قدم و مردای، 1390)، مصرف گرایی و تجمل‌گرایی ((حیدرزاده و معتمدی، 1383؛ محمدی و صادقی، 1388؛ مهدوی، 1389) می‌باشد.

مرور منابع داخلی همچنین حاکی از آن است که نوع روابط در خانواده با الگوپذیری و مدگرایی فرزندان ارتباط دارد به نوعی که معاشرت و هم‌اندیشی در خانواده از این حیث دارای کارکرد مثبت بوده و رابطه معناداری با کاهش گرایش به مدگرایی داشته است (جعفری و امیری مجد، 1393؛ کوشا و صادقی، 1393). همچنین، رابطه مثبت و مستقیمی میان تحصیلات والدین با نتایج جامعه‌پذیری کارآمد درباره فرزندان بدست آمده است به این معنی که هر چه تحصیلات والدین بالاتر باشد، نتایج جامعه‌پذیری فرزندان مطلوب‌تر خواهد بود (دسترنج، 1392). سبک‌های اجتماعی شدن اقتدارگرا (دموکراتیک) در مقایسه با سبک‌های ناکارآمدتری چون سبک استبدادی و سهل‌انگارانه، با رشد و سازگاری اجتماعی فرزندان ارتباط معناداری دارد (ابوالقاسمی،

1394). در مقابل، سبک‌های استبدادی و غافلانه با بی مسئولیتی (زارعی و حسنی، 1395) و آسیب‌هایی چون اعتیاد، رابطه مثبت و معنی‌داری داشته و رابطه سبک اقتدارگرا با آن منفی بوده است (وحدت و دینگه، 1389).

مطالعات خارجی، در رابطه با سبک‌های اجتماعی شدن و تأثیرات رسانه بر کودک، بر اهمیت برجسته والدین در تعیین تأثیر تلویزیون بر رشد کودکان تأکید دارند (تورسیلاس^۴، 2013). سبک‌های مداخله والدین در رابطه کودک و تلویزیون، شامل مداخله دیگر کنترلی (که با درجه بالایی از مداخله در رابطه کودک و تلویزیون و اعمال قوانینی که کنترل را بیشتر می‌کند) و نیز لحظات هم مشاهده ای (کنترل مدت زمان مشاهده و محتوای برنامه)، شناسایی شده است (تورسیلاس^۵، 2013). نتایج حاکی از آن است که سبک‌های اجتماعی شدن که حامی استقلال بیشتر فرزند بوده اند، دارای بهترین عملکرد در مواجهه فرزندان با خشونت رسانه ای بوده و سبک متناقض با افزایش پرخاشگری همراه بوده است (فیکرز، پیتوروفسکی و والکنبرگ^۶، 2017؛ والکنبرگ و پیتوروفسکی، 2017). فرزندان والدین سهل‌گیر و دموکراتیک وقت بیشتری را به استفاده از گوشی‌های دارای صفحه نمایش لمسی می‌گذرانند و والدینشان صدمات کمتر و مزایای بیشتر به استفاده زود هنگام از این دستگاه‌ها نسبت می‌دهند (کونوکا، بانفورد و میکلسیا^۷، 2020؛ چادرون^۸، 2015). مطالعات نشان می‌دهد رابطه معناداری بین آموزش والدین و سبک فرزندپروری وجود دارد به این معنی که اکثر والدین آموزش دیده، گرایش به استفاده از سبک فرزندپروری دموکراتیک در پرورش فرزندان خود داشتند (جوزف و جان^۹، 2008).

نتایج برخی از مطالعات نیز حاکی از ارتباط قوانین و فرهنگ جوامع با سبک‌های فرزندپروری بوده و برخی فرهنگ‌ها نسبت به فرهنگ‌های دیگر، استبدادی، سهل‌گیر یا اقتدارگرا شناخته می‌شوند (الیواری^{۱۰} و همکاران، 2015؛ مارتینز^{۱۱} و همکاران، 2019). استقلال یکی از کارکردهای مهم رشد در دوره نوجوانی بوده و این متغیر نشان می‌دهد نگاه فرهنگ‌های مختلف به حمایت از استقلال نوجوانان متفاوت است. در فرهنگ‌هایی که استقلال را در مقایسه با جمع‌گرایی، ارزش قلمداد می‌کنند، نوجوانان با استقلال بیشتری عمل می‌کنند (زیمِر، استینوان و کالینز^{۱۲}، 2019). اعمال سخت‌گیری شدید مانع رشد نوجوانان تشخیص داده شده است. نوجوانان خانواده‌های برخوردار از سبک اجتماعی شدن دموکراتیک، رفتار منفعلانه و غیرمسئولانه کمتری دارند. در مقابل نوجوانان خانواده‌هایی که با سبک اجتماعی شدن غافلانه شناخته می‌شوند، رفتارهای غیرمسئولانه و منفعلانه بیشتری نشان می‌دهند (اسکار، گارسیا و سرا^{۱۳}، 2019؛ اکسپی^{۱۴} و همکاران، 2020؛ آنولا و استاتین و نورمی^{۱۵}، 2018).

4. Torrecillas

5. Torrecillas

6. Fikkers, Piotrowski & Valkenburg,

7. Konoka, Bunford and Miklósia

8. Chaudron

9. Joseph & John

10. Olivari

11. Martinez

12. Zimmer, Stijnvan & Collins

13. Oscar, Garcia and Serra

14. Axpe

15. AUNOLA, STATTIN AND NURMI

همچنین بین جنسیت و ادراک فرزندان از سبک فرزندپروری رابطه وجود داشته، پسران بیش از دختران والدین خود را استبدادی معرفی نموده (الیواری^{۱۶} و همکاران، ۲۰۱۵)، دختران دلبستگی بیشتری به والدین خود گزارش کرده‌اند که سبک دموکراتیک با این دلبستگی رابطه معناداری داشته است (صفدر و زهرا^{۱۷}، ۲۰۱۶).

مطالعات چندی نیز به بررسی آثار مثبت و منفی تماشای کارتون و شخصیت‌های انیمیشنی پرداخته‌اند که این آثار شامل موارد زیر است:

اضافه وزن و تاثیرات نامطلوب بر رشد فکری (میشرا و راتوره^{۱۸}، ۲۰۲۳)؛ ترجیح برند، مصرف‌گرایی، مادی‌گرایی و فردگرایی، رشد فروش کالا (لیو^{۱۹}، ۲۰۱۲؛ شین هوانگ^{۲۰} و همکاران، ۲۰۱۱؛ جوز و ساراسواتیاما^{۲۱}، ۲۰۱۴؛ کالورت^{۲۲}، ۲۰۰۸). رشد مهارت‌های دیداری، شنیداری، استدلال و همچنین کسب مهارت‌های مختلف زبانی و تفکر خلاق (پانگوتی^{۲۳}، ۲۰۱۹)، تقلید زبانی، شامل تقلید کودکان از زبان مورد استفاده در برنامه‌های تلویزیونی و افزودن واژگان جدید (۲) تقلید رفتاری (رفتارهای مثبت و منفی) (سباردیلا و همکارانش، ۲۰۲۳؛ برایی و استودنت^{۲۴}، ۲۰۲۰).

از آنجا که یادگیری کودکان از فرهنگ دیداری (انیمیشن و سبک‌های ماهواره ای کودکان در اینجا)، در محیط خانواده و ارتباطات میان والدین و کودک صورت می‌گیرد، چنین دیدگاهی به عنوان پایه و اساس تحقیق جاری قرار گرفته است. مرور منابع نظری و تجربی نشان می‌دهد، ماهواره تاثیر مستقلى بر یادگیری و الگوپذیری کودکان نداشته و شکل و مناسبات خانوادگی و روابط والدین و فرزندان، از عوامل مهمی است که بر این رابطه تاثیر دارد. لذا در این تحقیق، مفهوم سبک‌های اجتماعی شدن از تئوری اجتماعی شدن به عنوان متغیر مستقل و مفهوم الگوپذیری از تئوری یادگیری مشاهده ای از رسانه بعنوان متغیر وابسته برگرفته شد که ابعاد و سنجه‌های هر یک در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۱: مفاهیم و متغیرهای پژوهش

نظریه	مفهوم برگرفته	متغیر	ابعاد	سنجه‌ها
اجتماعی شدن	سبک‌های اجتماعی شدن	متغیر مستقل (سبک‌های اجتماعی شدن)	استبدادی	پایین بودن سطح روابط و پذیرش، کنترل اجباری، عدم استقلال دهی و ...
			دموکراتیک	بالا بودن سطح پذیرش، روابط نزدیک، کنترل سازگارانه، استقلال دهی مناسب و ...
			آزاد	سطح کنترل پایین، تصمیم‌گیری مستقل کودک و ...

16. Olivari

17. Safdar & Zahrah

18. Mishra & Rathore

19. Luo

20. Shin Huang, Wen

21. Jose, Ajay & Saraswatiamma, K.P

22. Calvert

23. Ponugoti

24. Bharathy & Student

تصمیم‌گیری بر اساس نیازها، خواسته‌ها و اهداف کودک، وزن و اهمیت بیشتر فرزند نسبت به والدین، گسترش توقعات و ندادن مسوولیت	فرزندسالارانه			
تکرار دیالوگ شخصیت‌های انیمیشنی، تقلید از حرکات و ژست، خرید لباس، لوازم التحریر و ... منقوش به تصویر شخصیت‌های انیمیشنی	گفتاری، حرکتی، مصرف لوازم	متغیر وابسته (تقلید از فرهنگ دیداری)	الگوپذیری	یادگیری اجتماعی (یادگیری مشاهده‌ای از رسانه)

روش‌شناسی

تحقیق حاضر براساس هدف آن، جزء تحقیقات نظری-کاربری و از انواع تحقیقات پیمایشی محسوب شده و با توجه به معیار زمان، مقطعی است. جامعه آماری این پژوهش، شامل آن دسته از والدین شهرستان نقده است که دارای حداقل یک فرزند 5 تا 7 ساله در سال 1403 می‌باشند که حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران و ضریب تصحیح، 200 نفر برآورد گردید.

در این پژوهش برای انتخاب نمونه‌ها، از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شده است. به این منظور، 4 ناحیه انتخاب و از هر ناحیه، 1 مهد کودک و 3 مرکز پیش‌دبستانی بصورت تصادفی انتخاب و پرسشنامه بین والدین کودکان توزیع شد. از آن جهت که ابزار استاندارد برای سنجش الگوپذیری کودکان از رسانه و نیز سبک‌های اجتماعی شدن وجود نداشت از پرسشنامه محقق ساخته با الگو گرفتن از پرسشنامه فرزندسالاری مهدوی و غیمتی (1381) و پرسشنامه سبک‌های تربیتی والدین زالی‌زاده، باقری و ملتفت (1395) استفاده شد. ابعاد سبک‌های اجتماعی شدن و الگوپذیری کودکان از رسانه شناسایی، و شاخص‌های آن با مرور پیشینه تعیین گردیده، در اختیار اساتید و صاحب نظران قرار داده شد که با حذف و اضافه کردن گویه‌ها، سنجه‌های نهایی لحاظ گردید و بدین ترتیب، روایی صوری پرسشنامه حاصل شد. پرسشنامه بین 30 نفر توزیع و پیش‌آزمون انجام شد. برای اطمینان از اعتبار و روایی پرسشنامه، تحلیل عاملی انجام شده و سپس آلفای عاملها محاسبه گردید. معمولاً KMO بالای 0.5 قابل قبول است. همچنین، سطح معنی داری آزمون بارتلت کمتر از 0.01 بوده و فرض واحد بودن ماتریس همبستگی رد شده است که نشان می‌دهد بین گویه‌ها همبستگی وجود دارد. مقدار آلفا نیز نشان می‌دهد که سازگاری درونی مناسبی میان گویه‌ها وجود دارد. جدول 2، مربوط به محاسبه اعتبار و روایی پرسشنامه است.

جدول 2: محاسبه اعتبار و روایی

مقدار آلفا	سطح معنی داری	B.T	KMO	
0.739	0.00	0.213	0.686	سبک آزاد
0.852	0.00	0.441	0.741	سبک دموکراتیک
0.845	0.00	0.207	0.695	سبک استبدادی
0.754	0.00	0.245	0.732	سبک فرزندسالارانه

0.876	0.00	0.612	0.716	تقلید کلامی
0.711	0.00	0.408	0.832	تقلید حرکتی
0.681	0.00	0.511	0.738	خرید و استفاده از لوازم

منبع: پیش‌آزمون

یافته‌ها

یافته‌های این پژوهش در دو بخش نتایج توصیفی و تحلیلی ارائه شده است. در بخش توصیفی، ابتدا میانگین ابعاد متغیر مستقل (سبک‌های اجتماعی شدن) و متغیر وابسته (الگوپذیری) ارائه و در بخش تحلیلی نیز ابتدا نتایج آزمون فرضیه‌ها با شاخص ضریب همبستگی پیرسون تشریح و سپس تحلیل اثر خالص هر یک از ابعاد سبک اجتماعی شدن با ضریب رگرسیونی بیان شده است.

الف) یافته‌های توصیفی

یافته‌های توصیفی این پژوهش در جدول 3 نشان داده شده است. براساس داده‌های به دست آمده از پرسشنامه، میانگین سن والدین، 35/21 است.

جدول 3: یافته‌های توصیفی

درصد مشارکت		
53	موناث	جنسیت والدین
47	مذکر	
15.2	متوسطه و زیر دیپلم	میزان تحصیلات والدین
26.5	دیپلم	
20.8	فوق دیپلم	
37.5	لیسانس و بالاتر	جنسیت کودکان
56.3	دختر	
43.7	پسر	

میانگین سبک‌های استبدادی، دموکراتیک، فرزندسالارانه و آزاد به ترتیب: 3.025؛ 3.505؛ 3.065 و 2.73 می‌باشد. که این به این معنا است که در خانواده‌های مورد مطالعه، از سبک دموکراتیک بیشترین استفاده و از سبک آزاد کمترین استفاده را کرده‌اند. سبک‌های استبدادی و فرزندسالارانه نیز کمی بیش از سطح متوسط ارزیابی شده است.

جدول 4: فراوانی و درصد ابعاد سبک‌های اجتماعی شدن

میزان ابعاد	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
استبدادی	15	7/5	51	25/5	76	38
فرزندانسالارانه	8	4	14	7	78	39
آزاد	35	17/5	51	25/5	70	35
کل	22	11	29	14/5	84	42
فرزندانسالارانه	35	17/5	51	25/5	70	35
آزاد	35	17/5	51	25/5	70	35
کل	22	11	29	14/5	84	42

میانگین شاخص یادگیری مشاهده‌ای کودکان از انیمیشن‌های ماهواره 3.375 یعنی کمی بیش از متوسط می‌باشد. میانگین تقلید از گفتار شخصیت‌های کارتونی 3.2، تقلید از حرکات فیزیکی 3.33 و میانگین استفاده از لوازم مادی (لباس، لوازم التحریر و ...) مصور به تصاویر شخصیت‌های کارتونی 3.595 می‌باشد که نشان می‌دهد کودکان در خرید و رفتارهای مصرفی، تمایل بیشتری به تقلید از مشاهداتشان از انیمیشن نشان می‌دهند. به عبارت دیگر، یادگیری از فرهنگ دیداری در بعد رفتار مصرفی و در مقایسه با سایر رفتارهای متأثر از انیمیشن، بیشتر است.

جدول 5: فراوانی و درصد الگوپذیری از انیمیشن

میزان	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
ابعاد	فرآوانی درصد	فرآوانی درصد	فرآوانی درصد	فرآوانی درصد	فرآوانی درصد	
شاخص کل	56	9/33	70	11/67	175	29/17
گفتاری	23	12/7	33	13/7	62	33/6
حرکتی	20	12	22	11	60	28
لوازم مادی	13	6/5	15	7/5	53	26/5
فرآوانی کل	200					

(ب) یافته‌های استنباطی

در این پژوهش جهت نشان دادن شدت و جهت رابطه از ضریب همستگی پیرسون استفاده شده است. فرضیه‌های مورد بررسی به شرح زیر می‌باشد:

فرضیه اول) بین سبک استبدادی با یادگیری از انیمیشن رابطه وجود دارد.

فرضیه دوم) بین سبک دموکراتیک با یادگیری از انیمیشن رابطه وجود دارد.

فرضیه سوم) بین سبک اجتماعی شدن دموکراتیک و یادگیری از انیمیشن

فرضیه چهارم) بین سبک آزاد با یادگیری از انیمیشن رابطه وجود دارد.

جدول 6: نتایج آزمون همبستگی سبک‌های اجتماعی شدن با یادگیری از انیمیشن

متغیر مستقل	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
استبدادی	-0/34	0.00
دموکراتیک	0/23	0.01
فرزندسالارانه	0/456	0.00
آزاد	0/615	0.00

همان گونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود، نتیجه آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین سبک استبدادی و یادگیری از فرهنگ دیداری (انیمیشن) رابطه منفی وجود دارد ($P=0.00$, $r=-0.34$). این به این معنی است که هر چه سبک استبدادی بیشتر اعمال شود، کودکان کمتر تحت تاثیر مشاهدات خود از انیمیشن و فرهنگ دیداری ماهواره قرار می‌گیرند. بین سبک اجتماعی شدن دموکراتیک و یادگیری مشاهده‌ای از فرهنگ دیداری رابطه مثبت ضعیفی وجود دارد ($P=0.01$, $r=0.23$). به عبارت دیگر، فرزندان والدینی که از سبک اجتماعی شدن دموکراتیک استفاده می‌کنند، گرایش‌هایی مبنی بر تقلید از انیمیشن نشان می‌دهند. بین سبک اجتماعی شدن فرزندسالارانه و یادگیری مشاهده‌ای از انیمیشن رابطه مثبت متوسطی وجود دارد ($P=0.01$, $r=0.456$). به عبارت دیگر، هر چه والدین بیشتر از سبک اجتماعی کردن فرزندسالارانه استفاده کنند، فرزندانشان بیشتر تحت تاثیر رسانه قرار گرفته و به تقلید از انیمیشن می‌پردازند. بین سبک اجتماعی شدن آزاد و یادگیری مشاهده‌ای از انیمیشن رابطه وجود دارد ($P=0.01$, $r=0.615$). فرزندان والدینی که از سبک اجتماعی شدن آزاد استفاده می‌کنند، بیشتر به تقلید از حرکات و گفتار و ... انیمیشن‌ها گرایش دارند.

تحلیل رگرسیونی

با توجه به اینکه از نظر تئوریک، چهار سبک برای اجتماعی شدن کودکان تعریف شده است بنابراین 4 سبک مذکور مورد تحلیل رگرسیونی قرار گرفت. تحلیل رگرسیونی نشان می‌دهد، سبک استبدادی 0.121 درصد از واریانس یادگیری مشاهده‌ای از فرهنگ دیداری (انیمیشن) را تبیین می‌کند. همچنین، سبک دموکراتیک، 0.032، سبک فرزندسالارانه، 0.208 درصد و سبک آزاد 0.378 درصد از واریانس یادگیری مشاهده‌ای از فرهنگ دیداری (انیمیشن) را تبیین می‌کند.

جدول 7: ضرایب رگرسیونی تاثیر سبک‌های اجتماعی شدن بر یادگیری از انیمیشن

Sig	Constant	F	B	Beta	R ²	R	متغیرهای مستقل
0.000	0.56	78	0.401	-0.34	0.121	-0.348	1- استبدادی
0.004	2.78	10.9	0.128	0.23	0.032	0.18	2- دموکراتیک
0.000	2.32	18.9	0.159	0.456	0.208	0.456	3- فرزندسالارانه

0.000	1.65	12.387	0.603	0.615	0.378	0.615	4- آزاد
-------	------	--------	-------	-------	-------	-------	---------

بحث و نتیجه‌گیری

این یافته با نتایج مطالعه کونوکا، بانفورد و میکلسیا^{۲۵}، ۲۰۲۰ و چادرون^{۲۶}، ۲۰۱۵ همسو می‌باشد که نشان دادند کودکان خانواده‌های سهل‌گیر از رسانه استفاده بیشتری نموده و بیشتر به تقلید از برنامه کودک و یادگیری خشونت تلویزیونی می‌پردازند.

همچنین، هر چه سبک اجتماعی شدن کودکان توسط والدین بیشتر به سوی سبک استبدادی میل کند، کودکان کمتر به تقلید گفتار، حرکات و بروز رفتار مصرفی (یادگیری مشاهده‌ای از فرهنگ دیداری) می‌پردازند. براساس چهارچوب مفهومی مطالعه حاضر و دیدگاه سانتراک (۲۰۰۸)، خانواده از طریق بازخوردها و برجسته کردن ارزش‌های خاصی در خانواده، می‌تواند فرآیند الگوبرداری و الگوبرداری را در همه شیوه‌های تربیتی و تحولی نوجوانان و جوانان تحت تأثیر قرار داده و باعث تقویت ارزش‌های سنتی گردد.

این یافته با نتایج مطالعه گلچین و همکاران (۱۳۹۱)، همسو می‌باشد که نشان دادند کودکان والدینی که اقتدار بیشتری در فرزندپروری برخوردارند، از ماهواره استفاده کمتری می‌نمایند (گلچین و همکاران، ۱۳۹۱).

هر چه خانواده‌ها بیشتر از سبک اجتماعی کردن دموکراتیک استفاده کنند، کودکان تمایل کمتری به تقلید از انیمیشن نشان می‌دهند. این به این معنی است که کودکان در این خانواده‌ها کمتر رفتار تقلیدی نشان داده و در رفتار خود تحت تأثیر روابط تعاملی و استدلالی والدین، با تامل و تفکر بیشتری رفتار می‌کنند. براساس چهارچوب مفهومی تحقیق حاضر و دیدگاه زیمل (۲۰۰۵)، الگوهای رفتاری‌ای که حاکی از هماهنگی بین الگوهای رفتاری والدین و فرزند می‌باشد می‌تواند کلید حل مساله مصرف‌گرایی و مدگرایی فرزندان باشد. چرا که حل مساله مدگرایی باید از درون خانواده و با شناسایی نوع و شیوه رفتار با نوجوانان در خانه آغاز شود (امیری و جعفری مجد، ۱۳۹۳).

این یافته با نتایج مطالعه جعفری و امیری مجد (۱۳۹۳)، همسو می‌باشد که نشان دادند گرایش به مدگرایی در بین فرزندان والدینی که از الگوهای تعاملی کارآمد با فرزندان خود بهره می‌برند، کمتر است.

در نهایت، پیشنهادات زیر براساس نتایج تحقیق حاضر ارائه می‌شود:

- مشاوره و اطلاع‌رسانی بیشتر به والدین پیرامون آثار سبک‌های اجتماعی شدن بر یادگیری فرزندان؛
- توجه به دلایل سهل‌انگاری والدین به عنوان نوعی سبک اجتماعی شدن؛

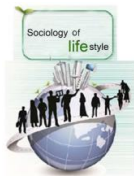
^{۲۵} . Konoka, Bunford and Miklósia

^{۲۶} . Chaudron

- برگزاری کارگاه‌های آشنایی با سبک‌های اجتماعی شدن در خانواده برای گروه‌های ذینفع؛
- طراحی ابزارهای مناسب برای مطالعه سبک‌های اجتماعی شدن و نیز الگوپذیری کودکان از رسانه؛
- انجام پژوهش‌های بیشتر با محوریت و موضوع کودکان.

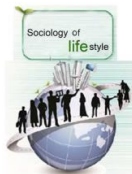
منابع:

- بست، استیون و داگلاس کلتر (بی تا)، موقعیت گرایان: کالایی شدن، نمایش و سرمایه داری، ترجمه وحید ولی زاده، مجله الکترونیکی آرت کالت، شماره 5
- بوکینگهام، دیوید (1392)، نسل الکترونیک، ترجمه علی احمدی و عباس حسینی، فصلنامه مطالعات سبک زندگی / سال سوم/ شماره 4.
- پستمن، نیل (1387)، نقش رسانه‌های تصویری در زوال دوران کودکی، ترجمه صادق طباطبایی، تهران: انتشارات اطلاعات.
- جعفری، اصغر و امیری مجد (1393)، پیش بینی گرایش به مدهای نامتعارف در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر بر اساس کارایی خانواده و سبک‌های هویت یابی، فصلنامه مطالعات سبک زندگی، سال سوم، شماره 8، ص 31 - 46
- چلبی، مسعود (۱۳۷۵)، نظم اجتماعی، تهران: نشر نی
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۵)، ساخت قدرت در خانواده و مشارکت اجتماعی، مجله پژوهش زنان، شماره ۲.
- حسینی، سیدبشیر و بهشتی وایقان، حسن (1393)، تحلیل نشانه‌شناسی آواتارهای «پن تن»، فصلنامه مطالعات سبک زندگی، سال سوم، شماره 8، ص 47 - 62
- حق شناس، علی محمد و همکاران (1387)، فرهنگ معاصر هزاره، تهران: فرهنگ معاصر، چاپ سیزدهم.
- حیدرزاده، کامبیز و معتمدی، نگار (1386)، بررسی نقش الگوهای ارتباطی والدین
- بر درک کودکان از تأثیرگذاریشان در خرید، مجله مدیریت بازاریابی، سال دوم، پیش شماره دو،
- خوشنویس، ناهید (1388)، بررسی تأثیر برنامه‌های تلویزیونی بر سبک زندگی، ماهنامه علمی تخصصی انجمن روابط عمومی ایران شماره 69.
- درودی، هما و رمضان، نادیا (1394)، بررسی نقش تلویزیون در تحکیم ارزش‌های ادبیات کودکان و نوجوانان، مطالعات رسانه ای، سال دهم، شماره 29.
- ذبیحی، ر. (1383)، بررسی تأثیر رو شهای نمایش انیمیشن و قصه گویی بر یادگیری، بی جا.
- شهابی، محمود و جهانگردی، مجتبی (1387)، خاستگاه اجتماعی الگوهای استفاده از تلویزیو نه‌ای ماهواره ای فارسی زبان در میان مخاطبان تهرانی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۲.
- عظیمی، لیلا (1390)، بررسی نظریه‌های جامعه‌شناختی مکتب فرانکفورت پیرامون صنایع فرهنگی، همایش صنایع فرهنگی و نقش آن در توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه
- عظیمی، محمدحسن و یونس شکرخواه (1394)، کودک، رسانه و ارتباط متقابل، فصلنامه علوم و فنون مدیریت اطلاعات، سال اول، شماره اول.
- فتحی، سروش و مختارپور، مهدی (1394)، بررسی نقش و تأثیر رسانه‌های نوین تصویری در تغییر سبک زندگی، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال ششم/شماره دوم
- فولادی راد، فرزاد ()، بررسی رابطه خشونت تلویزیونی با خشونت واقعی در میان کودکان، مطالعات رسانه ای، سال هفتم شماره هجدهم
- قدیانی، ایران (1393)، تضاد تبلیغات تلویزیونی با کتاب‌های درسی، رشد آموزش علوم اجتماعی، دوره 16، شماره 4
- کارلسون، او. و فایلیتزن، سی (1380)، کودکان و خشونت در رسانه‌های جمعی ترجمه مهدی شفق، تهران: مرکز تحقیقات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- کشاورز، عیسی، (1390)، "تبلیغات و فرهنگ"، تهران: انتشارات سیت.
- کوشا، غلام حیدر و ساجدی، ابوالفضل (1393)، خانواده و مدیریت الگوپذیری نوجوان، مؤسسه آموزشی و پژوهشی، سال ششم، شماره اول، قابل دسترس در gh.koosha@hotmail.com
- گلچین، مسعود و همکاران (1391)، مطالعه میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره ای فارسی زبان و مناسبات خانوادگی در بین شهروندان تهرانی، مطالعات راهبردی زنان، سال چهاردهم، شماره 56
- گیدنز، آنتونی (1386)، جامعه‌شناسی، ترجمه حسن چاووشیان، تهران: انتشارات نی، چاپ چهارم



- مک کوائیل، دنیس (۱۳۸۹)، مخاطب شناسی، ترجمه مهدی منتظر قائم، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- مک کوائیل، دنیس (۱۳۸۲)، درآمدی بر نظریه‌های ارتباطات جمعی، ترجمه‌ی پرویز اجالایی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- منادی، مرتضی (۱۳۸۵)، جامعه‌شناسی خانواده، تهران: نشر دانژه.
- مهدی زاده، شراره و وحید خسروی (۱۳۸۹)، بررسی میزان تماشای ماهواره و تاثیر آن بر روی سبک زندگی، مجله جامعه‌شناسی معاصر، سال اول، شماره دوم
- مهدی زاده، سیدمحمد (۱۳۸۴)، مطالعه‌ی تطبیقی نظریه‌ی کاشت و دریافت در ارتباطات، تهران: سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی، مرکز پژوهشات و مطالعات و سنجش برنامه‌ای.
- مهدی زاده، سیدمحمد (۱۳۸۹)، نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: همشهری.
- مهدیزاده، م (۱۳۸۴)، نظریه کاشت و دریافت در ارتباطات تهران: سروش
- مهدوی، محمد صادق (۱۳۸۱)، فرزندسالاری، پژوهش نامه دانشکده علوم انسانی دانشگاه شهید بهشتی، شماره، ۱۱۵
- مهدی زاده، محمد (۱۳۸۹)، نظریه‌های رسانه، چاپ اول، تهران: همشهری.
- موسی پور، نعمت الله و درتاج، فریبا (۱۳۸۷)، ارزشیابی پویانمایی‌های دینی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۳، پاییز ۱۳۸۷
- Aunola, K., Stattin, H., & Nurmi, J. E. (2000). Parenting styles and adolescents' achievement strategies. *Journal of adolescence*, 23(2), 205-222.
- Axpe, Inge, Fernández, Arantazu Rodríguez, Goñi, Eider, Agirre, Iratxe, Antonio (2019), Parental Socialization Styles: The Contribution of Paternal and Maternal Affect/Communication and Strictness to Family Socialization Style, *International Environmental Research & Public Health* 2019, 16(12).
- Calvert, Sandra, L (2008), Children as consumers, advertising & marketing, department of psychology, George town university, the future of children magazine, vol.18
- Chaudron, Stéphane (2015), Young Children (0-8) and Digital Technology, *A qualitative exploratory study across seven countries*, European Commission Joint Research Centre, Institute for the Protection and Security of the Citizen.
- Garcia, Oscar F & Serra, Emilia (2019), Raising Children with Poor School Performance: Parenting Styles and Short- and Long-Term Consequences for Adolescent and Adult Development, *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 1-24.
- Joseph, Mary Venus & Jilly, John (2008), IMPACT OF PARENTING STYLES ON CHILD DEVELOPMENT, *Global Academic Society Journal: Social Science Insight*, Vol. 1, No. 5, pp. 16-25.
- Konoka, Veronika, Bunford, Nóra and Miklósi, Ádám (2020), Associations between child mobile use and digital parenting style in Hungarian families, *JOURNAL OF CHILDREN AND MEDIA*, VOL. 14, NO. 1: 91-109.
- Luo, Chao (2012), Televised Animation's Role of Consumerist Ideologies, Submitted in Partial Fulfillment of Requirements for the Degree of Master of Fine Arts in Animation. Savanna College of Art & Design
- Olivari, Maria Giulia, Wahn, Elisabeth Hertfelt, Kassotaki, Katerina Maridaki, Antonopoulou, Katerina, Confalonieri, Emanuela (2015), Adolescent Perceptions of Parenting Styles in Sweden, Italy and Greece: An Exploratory Study, *Europe's Journal of Psychology*, 2015, Vol. 11(2), 244-258.
- Safdar, Safina & Zahrah, Syeda Mehreen (2016), Impact of Parenting Styles on the Intensity of Parental and Peer Attachment: Exploring the Gender Differences in Adolescents, *American Journal of Applied Psychology*, Vol. 4 No. 2: 23-30.
- Shin Huang, Wen & et al (2011), The advertisement effectiveness of animated spoke characters, *African Journal of Business Management* Vol. 5(23)
- Torrecillas, Teresa (2013), parents attitudes toward childrens TV consumption: Mediation Styles, *Revista Latina de Comunicación Social*, San Pablo-CEU University, Madrid, Spain





مقاله پژوهشی

Jose, Ajay & Saraswathamma, K.P, (2014), Effectivness of Cartoon Character's in Creating Brand Preferences Among kids, Jornal of Economic Development, Management, IT, Finance & Marketing 6(1), 61-79

Valkenburg, Patti M & Piotrowski, Jessica Taylor (2017), plugged in How Media Attract and Affect Youth, New Haven and London: Yale University Press.

Zimmer Gembeck, Melanie J, Petegem, Stijnvan & Collins, Andrew (), *Autonomy, Development of, Reference Module in Neuroscience and Biobehavioral Psychology*, 66-76