عنوان کرسی ترویجی:

تبیین جامعه شناختی مفهوم والدگری رسانه ای

ارائه دهنده:

بهاره نصیری، دانشیار و عضو هیات علمی پژوهشکده علوم اجتماعی

یکی‌ از موضوع های‌ مندرج در فلسفه‌ علوم اجتماعی‌ و نیز علم‌ جامعه‌‌شناسی‌، ضمیمه‌ انگاشــتن‌ِ خصیصه‌ »والدگری« اســت‌. به‌‌عبارت دیگر، والد در اکثر نظریات جامعه‌شناسی‌ بر سرپرستی از فرزند‌ دلالت‌ داشته‌ است‌. بخشی‌ از مطالعات‌ جامعه‌شناسی‌ بررسی‌ فرزندپروری مشمول آن کنشگری‌ و عاملیتی‌ است که والدین برعهده دارند‌. ازاین‌رو عمدتاً پژوهش‌ درباره این‌ دوره از زندگی‌، عمدتاً ذیل‌ مباحث‌ »جامعه‌‌شناسی‌ خانواده« مطرح می‌‌شوند. همزمان با تشدید فرآیند اطلاعاتی‌ شدن جامعه‌، سطوح مختلفی‌ از نهاد‌ها و گروه‌های‌ اجتماعی‌، دســت‌خوش تغییراتی‌ در کیفیت‌ روابط‌ و تعاملات میان کنشگران اجتماعی‌، از جمله اعضای خانواده گردیده است.

مطالعه‌ و فهم‌ ابعاد جدید نظارت والدین‌ از منظر کنشــگران درگیر با مســئله‌ یکی‌ از موضوعات جدید برای‌ جامعه‌شناسی‌ خانواده ایرانی‌ است‌. فرصت‌هــا و موانع‌ کنش‌ در عصــر جدید؛ یعنی‌ "دوگانگی‌های‌ عصر جدید" و بازتاب تغییرات عصر اطلاعات در روابط‌ خانواده؛ ‌"شکنندگی‌ سلسله‌مراتب‌ و اقتدار نهادینه‌شده" و بسیاری مسائل دیگر؛ که برای‌ فهم‌ کلیت‌ این تغییرات، شایسته‌ تدقیق‌ و تمرکز بیشتر است(نصیری،1399).

مطالعات مربوط به والدگری رسانه ای در مراحل اولیه خود قرار دارد. بررسی ها نشان می دهد هنوز این حوزه نیاز به پژوهش های کامل تر و جامع تر و همه جانبه ای دارد. مراقبت و تربیت موثر فرزندان همواره چالش بسیار بزرگی برای والدین است. والدگری رسانه ای ساختار جدید والدینی است و این سازه به عنوان تفکر در مورد شیوه های فرزندپروری در مواجهه با دنیای رسانه ای است.

والدگری رسانه ای ساختار جدید والدینی است و این سازه به عنوان تفکر در مورد شیوه هایی فرزندپروری در مواجهه با دنیای رسانه ای است. والدگری رسانه ای در جهت گسترش راهبردهایی است که والدین در مورد مسائل و مشکلات فرزندانشان در ارتباط با رسانه ها دارند. ادغام فرزندپروری خلاقانه همراه با فرایند تفکر و حل مساله برای بهزیستی در دنیای دیجیتال است.از جمله موارد مهمی که پس از تولد فرزند در کانون توجه والدین قرار می گیرد والدگری(فرزندپروری) است. خصوصا پدر و مادر، بالاترین سهم را در طرح ریزیِ زیربنای شخصیت کودک دارند. و دانسته یا نادانسته طراح و بنیان گذار شخصیت کودک هستند. چگونه زیستن و چگونه بودن او را تعیین می کنند، که به آنها اجازه می دهد تا زندگی اجتماعی مناسبی داشته باشند، با محیط سازگار شوند و اهداف خود را دنبال کنند. والدگری یعنی پاسخگویی و مطالبه گری والدین برای کنترل و اجتماعی کردن کودکانشان است.

در حالی که تغییرات فزاینده دنیای‌ مدرن پس‌ از جهانی شدن و گســترش روزافزون فنّاوری‌های‌ ارتباطی‌ و اطلاعاتی‌، باعث‌ شــده است‌ که‌ ناخواسته‌، چالش هایی را برای والدین ایجاد نماید. مواجهه خانواده با فنّاوری‌های‌ ارتباطی‌ و اطلاعاتی‌، تغییراتی را در نقش ها، تکالیف، حقوق، تصورات و انتظارات از نقش نظارت و روابط والد-فرزندی بوجود آورده است. مهارت ها و توانایی فناورانه فرزندان و والدین به طور بالقوه، سهم شان را از کنشگری تغییر می دهد. در نتیجه فرصت ها و یا موانعی بر سر والدگری پدیدار می شود. در این‌ میان، روابط‌ متقابل‌ والدین‌ و فرزندان در فرآیند جامعه‌پذیری‌ تســهیل‌ (یا تســریع‌) یا مختل‌ شــده یا تأثیری‌ خنثی‌ خواهد پذیرفت‌. بنابراین‌، اکنون پذیرفته‌ شده است‌ که‌ کنش‌، کنترل و نظارت در یک‌ فضای‌ اجتماعی‌، حاصل‌ مشارکت‌، مقاومت‌ ناخواسته‌، چالش هایی را برای والدین ایجاد نماید. مواجهه خانواده با فنّاوری‌های‌ ارتباطی‌ و اطلاعاتی‌، تغییراتی را در نقش ها، تکالیف، حقوق، تصورات و انتظارات از نقش نظارت و روابط والد-فرزندی بوجود آورده است. مهارت ها و توانایی فناورانه فرزندان و والدین به طور بالقوه، سهم شان را از کنشگری تغییر می دهد. در نتیجه فرصت ها و یا موانعی بر سر والدگری پدیدار می شود. در این‌ میان، روابط‌ متقابل‌ والدین‌ و فرزندان در فرآیند جامعه‌پذیری‌ تســهیل‌ (یا تســریع‌) یا مختل‌ شــده یا تأثیری‌ خنثی‌ خواهد پذیرفت‌. بنابراین‌، اکنون پذیرفته‌ شده است‌ که‌ کنش‌، کنترل و نظارت در یک‌ فضای‌ اجتماعی‌، حاصل‌ مشارکت‌، مقاومت‌ یا تعامل‌ همه‌ کنشگران درگیر با آن فضا (اعم‌ از بزرگسالان و کوچک‌سالان) است‌( Samahanazir،2017).

در این‌ میان، روابط‌ متقابل‌ والدین‌ و فرزندان در فرآیند جامعه‌پذیری‌ دچار تغییر و تحولاتی شده است. فرزندان با منابع‌ یا عوامل‌ بدیلــی‌ مواجه‌اند که‌ می‌توانند روابط‌ متعددی‌ ازجمله‌ رقابت‌، تضاد یا تکمیل‌کنندگی‌ با یکدیگر داشــته‌ باشــند. در دوره کنونی‌، خانواده با اینکه‌ هنوز نقش‌ مهمی‌ در تعلیم‌ و تربیت‌ فرزندان ایفا می‌کند، اما نقش‌ آن بیش‌ از پیش‌ جنبه‌ مدیریتی‌ پیدا کرده اســت‌ و ملاحظاتی وجود دارد (نصیری و بختیاری، 1399)که بیش از پیش قابل تامل هستند از جمله:

1- تفاوت والدگری در گذشته با والدگری در فضای فناورانه

2- جامعه پذیری رسانه ای

3- فرزندان به‌منزله‌ عاملان جامعه‌پذیری‌ ثانویه‌ برای‌ والدینشان

4- نیاز به بازشناسی مفهوم پدری و مادری

5- نقشِ تکنولوژی های فرهنگی: تولید، توزیع و کاربست نمادها و معناها

6- شکاف دیجیتالی میان والدین و فرزندان

7-چیستی و ماهیت والدگری در عصر رسانه

8- والدگری آئین محور در برابر والدگری دانش محور و مبتنی بر گردش اطلاعات

9- قواعد نظارتی والدگری رسانه ای

10- مدل تربیتی و فرهنگی طبیعی در برابر مدل تربیتی و فرهنگی رسانه ای

11- فهم پذیر کردن موقعیت کودکی در جهان رسانه ای امروز در والدین

والدگری درجهان امروز یعنی جهانی که در نیم قرن اخیر در آن قرار داریم به صورت موضوع و موقعیتی مسئله دار درآمده است. به این معنا که والدین در شرایط اخیر با مجموعه ای از تغییرات گوناگون مواجه شده اند که این تغییرات نحوه مواجهه والدین با ایفای نقش هایشان برای تربیت فرزندان شان را با چالش هایی جدّی روبرو کرده است. مجموعه ای از عوامل یا نیروها، موقعیت و وضعیت والدگری را دستخوش دگرگونی کرده است. تحول جامعه ایران از جامعه ایلی و روستایی به سوی جامعه شهری و کلان شهری یکی از این عوامل است. در دنیای پیشا معاصر ایران، انسان ایرانی عموماً در محیط های عشایری و روستایی زندگی می کرد و مجموعه ای از ارزش ها، باورها و آیین های دینی و عمومی و فرهنگی، شیوه مواجهه والدین با فرزندان را برای آنها بوجود می آورد. مرجعیت آیین ها و باورهای گذشته خدشه دار شده و دیگر نمی توانند بصورت اموری طبیعی، بهنجار یا بدیهی هدایت کننده و تعیین کننده شیوه مواجهه والدین با فرزندان خود در دنیای رسانه ای باشد. (نصیری،1399) دومین تغییری که در موقعیت والدین و فرزندان بوجود آمده است؛ تغییری است که تکنولوژی، فناوری ها و ابزارهای رسانه ای در جامعه ما ایجاد کرده اند. از این رو وقتی از رسانه سخن می گوییم، رسانه همان جهان زندگی و زندگی روزمره و ساختارهای معنایی است که ما را احاطه کرده اند.(نصیری و بختیاری، 1400) در جهانِ رسانه ای، والدگری نیز مانند دیگر امور و فعالیت ها، ماهیتی رسانه ای پیدا کرده اند. رسانه های گوناگون به شیوه های کاملاً پیچیده و متفاوت هر کدام فرم و محتوای عواطف، احساسات و ساختارهای ادراکی و شناختی ما را شکل می دهند و رابطه ای هستی شناسانه میان این رسانه ها و ادراکات انسان ها ایجاد شده است. والدین عصر حاضر نیاز دارند کاری را انجام دهند که پیش از این هیچ گاه در تاریخ نیاز به انجام آن نبوده است. فرهنگ برخاسته از صنعت رسانه، علائق فرزندان ما را تسخیر کرده و خود را جایگزین صدای درون آنها کرده است. و امروزه تکنولوژی به مثابه یک شیوه زیست اجتماعی است، نه صرفاً یک ابزار. و والدین علاوه بر آماده سازی فرزندان برای زندگی در یک جامعه ملی، نیاز به آماده سازی فرزندان برای زندگی در جامعه جهانی و اطلاعاتی به صورت یک ضرورت درآمده است.

والد:

والد بودن، واژه ای که منشا آن به سال 1856 باز می گردد، روشی بود که والدین وظایف خود را به وسیله آن در اوایل دوره قرن بیستم تعریف می کردند. این واژه که از نظر دستوری اسم است، اشاره بر یک حالت بودن دارد. فرزندپروری که هم اسم و هم فعل است، روش انجام دادن کاری را تعریف می کند. پلی برین برندز ، مدرس والدین و نویسنده، اشاره می کند که «واژه فرزند پروری، واژه والد بودن را به یک فعل مبدل ساخته و آن را به فعلی تبدیل می کند که بر روی فرزندان انجام می شود؛ به گونه ای که گویی این والدین هستند که کودکان را تبدیل به انسان می کنند». نظریه های متعدد فرزندپروری مفهوم فرزندپروری را تقویت کرده و وضعیت والد بودن، بیشتر جزء فعالیت هایی درآمد که والدین برای فرزندان انجام می دادند.

در طول دهه های 1950 و 1960، تغییرات بنیادینی در ماهیت فرزندپروری رخ داد که در عصر خود والدگری را عمیقا تحت تاثیر قرار داد. در سال 1959 کلمه والدین به فرهنگ لغت وارد شد. این نشان دهنده افزایش مشارکت و تعهد به فرزندان بود. والدین، کلمه ای که ریشه هایآن به سال 1856 باز می گردد، والدین نقش خود را در آغازاین قرن تعیین کردند. پدر و مادر، به عنوانیک اسم، یک وضعیت را مشخص کردند. پدر و مادر، هر دو اسم و فعل، راه را برای انجام کار تعریف می کنند. کلمه«والدین»به معنای پدر و مادر بودن، که یک حالت و مرحله از بزرگسالی است، به یک فعل تبدیل می شود و آن را می سازد. آنچه که برای کودک انجام می شود و باعث می شود که کودک به انسان تبدیل شود. نظریه های مختلفی رشد کودک و مفهوم والدین را تقویت کرد و لیستی از فعالیتها، وضعیت پدری و مادری رانسبت بهفرزند تعریف کرد.توصیف شغلی والدین از تهیه نیازهایاولیه و اساسی تاارائه بهترین امکانات مادی، برآورده شدن نیازهای روحی و روانی کودکان و فراهم آوردن فرصت برای تحصیل تا آموزش عالی، افزایش یافته است. در دهه 1970 و 1980، مشارکت در اجتماعی شدن فرزندان بخشی از فهرست کار والدین بود (گاتانو، 1394).

والدگری :

اصطلاح والدگری یا فرزند پروری (Parenting) از ریشه پریو (Pario)، به معنی زندگی بخش گرفته شده است. منظور روش هایی است که والدین بکار می گیرند و بیانگر نگرش هایی است که والدین نسبت به فرزندان خود دارند و شامل معیارها و قوانینی است که در رابطه با فرزندان خویش وضع می کنند( اسعدی و همکاران، 1385).

والدگری رسانه ای:

والدگری رسانه ای به روش ها و تکنیک هایی اطلاق می شود که والدین برای مدیریت و هدایت مصرف رسانه ای فرزندانشان استفاده می کنند. این روش شامل نظارت بر محتوای رسانه ای مورد استفاده کودکان، محدود کردن زمان استفاده از دستگاه های دیجیتال، آموزش رفتارهای آنلاین ایمن، تشویق به استفاده مسئولانه از رسانه ها است. والدگری رسانه ای به کودکان کمک می کند تادر دنیای دیجیتالی به نحو مناسب و ایمن حرکت کنند و از محتوای نامناسب و خطرات اینترنتی دور بمانند. والدگری رسانه ای به والدین کمک می کند تا تاثیرات مثبت رسانه ها را تقویت و از تاثیرات منفی آنها جلوگیری کنند.

جمع بندی بحث: فضای مجازی به عنوان فضای دوم زندگی امری اجتناب‌ناپذیر است. فضای حاکم بر انسان در پرتو اینترنت، دارای مختصاتی است که بشر در دوره ماقبل مجازی شدن آن را تجربه نکرده است. نوجوانان و فرزندان ما هم در این فضایِ جدید زیست می‌کند، بازی می‌کند و هم بخش عمده‌ای از فعالیت‌های «هویت‌بخش» خود را در فضایِ دوم زندگی دنبال می‌کنند. والدگری در این فضا را نمی‌توان بدون لحاظ کردن واقعیت‌های نظام ارتباطات برخط صورت‌بندی کرد. والدین باید در گام اول به این نکته توجه کنند که دیگر امکان‌پذیر نیست که فرزندان را با رویکرد سلبی از فضای زندگی در دنیای مجازی محروم کرد بلکه باید به سمت و سوی دانش و استفاده مطلوب از این فضا در حرکت بود. و والدین باید به فهم پذیر کردن موقعیت کودکی در جهان رسانه ای امروز کمک کنند.

تهدید ها و فرصت‌ها را نیز باید طبق مؤلفه‌های هویت‌بخش فرزند در فضای اول (واقعی) و فضای دوم (مجازی) درک کرد. هم اکنون بسیاری از رفتارها، آیین‌ها و جذابیت‌ها از طریق یوتیوب و سایر شبکه‌های مجازی از انحصار مرزهای محلی خارج شده و در میدان دید فرزند قرار دارد. در این وضعیت نظام رتبه‌بندی، مدیریت هوشمندانه فرزند از تکنولوژی‌های نوین همانند موبایل هوشمند، در کنار آموزش سواد رسانه‌ای در استفاده از رسانه‌ها لازم به نظر می‌رسد. چنانچه فرزندان از فهم رسانه‌ای، درک انتقادی و دانش بهره‌گیری از رسانه‌های جدید بهره‌مند نباشند با تهدیداتی در میدان‌های آموزشی، سرگرمی و ارتباطی مواجه می‌شوند.

بنابراین ضرورت بازاندیشی درباره جهانی که در آن زیست می کنیم، اهمیت می یابد. در این خصوص ما نیازمند تفکری هستیم که چشم های ما را نسبت به سپهر رسانه ای گشوده نگه دارد. نیازی نیست تا افقِ رسانه ای را چیزی شبیه مهندسی یا علوم دقیقه به حساب بیاوریم. بلکه اینجا صحبت از توانشِ فکری و فلسفی والدین از فهمِ جهان رسانه ای شده امروز است. والدین نیازمند آشناییِ ساختارِ روحی و روانی کودکان با ساختار رسانه ای که از درون گفتگوهای فرهنگی درون جامعه بیرون می آید، هستند. والدین باید موقعیت کودکی در جهان رسانه ای را برای خود فهم پذیر کنند. باید علوم انسانی به عنوان علوم زندگی معرفی شوند که بدون تعامل با این دانش ها هرگز نمی توان والدگری رسانه ای را فهمید و والدینی سازنده و خلاق برای فرزندان بود. در والدگری رسانه ای «بینش رسانه ای» اهمیت دارد، نه «دانش فنی». افقِ فکری ما نسبت به موقعیت های رسانه ای باید با مشارکت در حوزه های عمومی و وابستگی بیشتر به مطالعه و تفکر شکل گیرد. آشنایی والدین با دانش های انسانی(روان شناسی، ارتباطات، جامعه شناسی، فلسفه و ...) ضرورت دارد تا والدین بتوانند منجر به بالندگی و رشد جسمی و روحی فرزندانشان شوند.

دکتر سلطانی فر در ادامه بحث به این نکات اشاره داشتند:

والدین را باید به سمت "تکنو پرنت هود"(Techno parenthood) ببریم. ما والدین به عنوان مهاجران فضای مجازی و به اجبار تکنولوژی به این سمت و سو آمده ایم. بنابراین باید سواد و آگاهی خود را در زمینه های تکنولوژیک ارتقاء ببخشیم. استیو جابز معتقد است دیجیتالی شدن برای جوامع کارآمد می تواند مفید باشد اما برای جوامع ناکارآمد همانند سم می ماند.

در والدگری رسانه ای والدین از سطح بالاتری به افکار و شناخت های خود برای زندگی در جهان رسانه ها که بر فرزندانشان اثر می گذارد، توجه می کنند. این تفکر معمولاً قبل یا بعد از تعامل کودکان با ابزارهای ارتباطی رخ می دهد. مشخص شده است که والدینی که به والدگری رسانه ای توجه دارند، احساس رضایت و شایستگی بالاتری در فرزندپروری دارند. این متغیر زمانی که کودک شروع به خارج شدن از مسیر درستِ استفاده از ابزارهای رسانه ای می شود، فعال می گردد و والدین را وارد عمل می کند و آنها را جهت حل مساله و بازگرداندن کودک به مسیرسالم تحریک می کند.

در والدگری رسانه ای چند نکته کلیدی وجود دارد اعم از:

* نظارت فعال بر محتوای رسانه ای مورد استفاده کودکان
* تعیین محدودیت زمانی و مدیریت مصرف رسانه ای کودکان
* آموزش رفتارهای آنلاین ایمن
* تشویق به استفاده مسئولانه (در زمینه یادگیری، سرگرمی، اوقات فراغت و ...)
* توجه به مهارت تفکر انتقادی(قدرت استدلال و مهارت حل مساله به فرزندانمان را جدی بگیریم)
* الگوبرداری کودکان از والدین(والدین باید الگوی مناسبی برای استفاده از رسانه ها و دستگاه های دیجیتال باشند)

والدگری رسانه ای به معنای تنظیم رفتار و مصرف رسانه ای کودکان در مسیر رشد، با نیت و برنامه قبلی است. جو عاطفی که والدین در آن فرزندان خود را تربیت می کنند و این عامل به معنای میانجی گری والدین میان کودک و ابزارهای رسانه ای است. ناگفته نماند که عوامل مختلفی بر والدگری رسانه ای تاثیر می گذارند که مهم ترین آنها عبارتند از: ویژگی های شخصیتی والدین، وضعیت روحی و روانی و ذهنی والدین، خودکارآمدی و خودکنترلی والدین، رضایت زناشویی، سبک دلبستگی والدین، سبک فرزندپروری ادراک شده توسط والدین و بسیاری عوامل دیگر در طول والدگری فعال می شوند.

دکتر کسرایی نیز پیشنهاداتی را جهت شرح و بسط این حوزه ارائه نمودند:

1- به لحاظ فرمی نیاز به بازآرایی وجود دارد: ملاحظه چهارم بهتر است در ملاحظات آخر ذکر شود. 2- مقدمه بحث نیاز به صورتبندی دقیق تری دارد و چگونگی مساله و چرایی آن مفصل تر ارائه گردد. 3- به لحاظ محتوایی: اشاره به سیر تاریخی بحث یعنی مطرح شدن بحث از جامعه ایلی و روستایی خیلی نیازی نیست چون این مساله مورد نظر این بحث نیست. و مفهوم قدرت و معنای فوکویی آن با بحث شما تناسب ندارد. بیشتر بحث شما فرانکفورتی است. 4-وجه جامعه شناختی بحث است، بدین معنا که مساله اجتماعی کردن یکی از مباحث جامعه شناسی کارکردگرا و نظم است که مورد نقدهای قابل توجهی قرار گرفته هم توسط پساساختارگرا ها و مارکسیست های فرهنگی.

منابع:

اسعدی، سید محمد، ذکایی، نیره و همکاران(1385)، رابطه پس زمینه اجتماعی- فرهنگی با شیوه های تربریتی والدین، نشریه روان پزشکی و روان شناسی بالینی ایران(اندیشه و رفتار)، بهار، دوره ۱۲ شماره ۱(پیاپی۴۴).

اولز، یلدا(1400)، مادران رسانه ای و پدران دیجیتال، ترجمه راضیه نیک طلب، نشر اگر.

گاتانو، گلوریا (1394)، فرزندپروری در عصر رسانه، ترجمه محمد رضا رستمی و فروغ ادریسی، انتشارات همشهری.

نصیری، بهاره، بختیاری، آمنه(1400)، تحولات سبک زندگی در دوران خانواده دیجیتالی، انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

نصیری، بهاره، بختیاری، آمنه(1399)، سواد رسانه ای و والدگری رسانه ای در فضای مجازی، انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

نصیری، بهاره (1399)ﺗﺒﻴﻴﻦ ﺟﺎﻣﻌﻪ ﺷﻨﺎﺧﺘﻰ ﻭاﻟﺪگرﻯ ﺭﺳﺎﻧﻪ ای(ﻓﻀﺎﻯ ﺳﺎﻳﺒﺮﻯ)ﻣﻮﺭﺩ ﻣﻄﺎﻟﻌﻪ ﻭاﻟﺪﻳﻦ ﺗﻬﺮاﻧﻰ، فصلنامه جامعه پژوهی فرهنگی.

نصیری، بهاره (1402)اﺳﺘﺮاﺗژﻯ ﻫﺎ ﻭ ﺭاﻫﺒﺮﺩﻫﺎﻯ ﺗﻮاﻧﻤﻨﺪﺳﺎﺯﻯ ﻭاﻟﺪﻳﻦ ﺩﺭ ﺯﻧﺪگی ﺭﺳﺎﻧﻪاﻯ ﻓﺮﺯﻧﺪاﻥ ﺑﺮاﺳﺎﺱ ﺩﻳﺪگاه ﻣﺘﺨﺼﺼﺎﻥ، فصلنامه دین و ارتباطات.

O’Connor, T.M. M. Hingle, R.-J. Chuang, T. Gorely, T. Hinkley, R. Jago, J. Lanigan, N. Pearson, D.A. ThompsonConceptual (2013), understanding of screen media parenting: report of a working group Childhood Obesity, 9 (s1) pp. S110-S118

Samahanazir, Maya &S.Hawi,(2017) Associations between screen media parenting practices and children’s screen time in Lebanon,Telematics and InformaticsVolume, 34, Issue 1, February 2017, Pages 351-358.

. Wartella, Ellen. Ride out, Vicky. R. Lauri cella, Alexis, L. Sabrina Connell (June ,2014), Revised Parenting in the Age of Digital Technology A National Survey, Center on Media and Human Development School of Communication Northwestern University, acknowledge the National Center on Family Literacy, at Northwestern University & School of Communication.

Watne, T. & A. Lobo & L. Brennan. (2011). Children as Agents of Secondary Socialisa-  
tion for Their Parents. Young Consumers. 12(4).