



quarterly Journal Of Gender And Family Studies

[Explaining] Media Governance Strategies and the Realization of the Islamic Revolution's Family Model

Atefeh Khademi*, Faculty Member, Research Institute of Cultural, Social and Civilization Studies, Iran (Khademi@iscs.ac.ir)

Article Info

Extended Abstract

Date received: 13/04/1403
Date confirmed: 20/09/1403

The family, as the fundamental unit of society and the primary environment for socialization, plays a critical role in shaping individual and social identity. Within the intellectual framework of the Islamic Revolution, the family is regarded as the cornerstone of a healthy and prosperous society. However, in the contemporary era, the unprecedented reach of digital media has profoundly transformed behavioral patterns and value systems. Consequently, the relationship between family institutions and the media system has emerged as a central concern for governance. This study investigates the position of the family within the media governance framework of the Islamic Republic of Iran and assesses the alignment of institutional policies with family-centered objectives.

Utilizing thematic analysis, this research examines key upstream policy documents, including the charters and mandates of primary media and cyberspace institutions—such as the Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB), the Supreme Council of Cyberspace, the Ministry of Communications, and SATRA—alongside the 2016 General Family Policies promulgated by the Supreme Leader. The analytical process involved deconstruction, description, and synthesis, resulting in the extraction of basic, organizing, and overarching themes.

**Family,
Governance,
Media Governance,
General Family Policies.**

The findings indicate that macro-level policies assign six essential functions to media institutions regarding the family: (1) protection against media-related threats; (2) promotion of media literacy; (3) strengthening Iranian-Islamic identity; (4) moral refinement; (5) provision of healthy entertainment; and (6) enhancement of social cohesion.

However, the study identifies a significant gap between macro-level strategic goals and meso-level implementation. While strategic policies emphasize family-centered values, content production platforms—particularly VOD streaming services—frequently disseminate representations that contradict these objectives. Common narratives in popular domestic series often normalize divorce, promote individualistic lifestyles, and portray the traditional family unit negatively. This misalignment stems from fragmented institutional performance, the absence of unified policy leadership, and weak supervisory mechanisms.

Furthermore, the implementation of the General Family Policies remains incomplete. Key principles—such as prioritizing family-centered legislation, promoting marriage, and supporting traditional gender roles—have been neglected due to a lack of executive guidelines and an inability to develop culturally engaging content for younger generations. The study concludes that a two-tiered strategy is essential for effective family-centered media governance. At the macro level, policymakers must formulate a coherent, realistic, and sustainable governance model. At the micro level, it is imperative to empower a network of media producers capable of articulating family values using contemporary, compelling formats. Without systemic integration between these levels, the discrepancy between policy rhetoric and practical outcomes will persist, leaving the family unit increasingly vulnerable to the inconsistencies of the current media governance system.

حکمرانی رسانه و مسئله خانواده محوری

عاطفه خادمی*

عضو هیأت علمی پژوهشگاه مطالعات فرهنگی اجتماعی و تمدنی

[@iscs.ac.ir](https://orcid.org/0009-0005-7850-4174-Khademi)

اطلاعات مقاله	چکیده
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۱۳ تاریخ تأیید: ۱۴۰۳/۰۹/۲۰	خانواده به عنوان مهم‌ترین واحد اجتماعی و مؤثرترین محیط تربیتی، نقشی اساسی در شکل‌دهی به ارزش‌ها، باورها و انتظارات فردی و اجتماعی ایفا می‌کند و در فرایند فرهنگ‌پذیری جامعه، تأثیر زیادی دارد. در نگاه انقلاب اسلامی ایران و به‌ویژه منظومه فکری امامین انقلاب اسلامی، خانواده دارای اهمیت ویژه‌ای است که هیچ‌یک بدیلی برای آن نمی‌توان تصور کرد. با توجه به این جایگاه، پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که جایگاه نهاد خانواده در حکمرانی رسانه‌ای چیست؟ برای دستیابی به این هدف، با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون، نهادهای متکفل در کنار سیاست‌های کلی خانواده ابلاغی رهبر معظم انقلاب بررسی شدند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد این نهادها شش کارویژه اساسی در مواجهه با خانواده دارند که عبارت‌اند از: ۱. صیانت و حفاظت در برابر تهدیدها؛ ۲. ارتقای سواد رسانه‌ای؛ ۳. ترویج و تقویت هویت ایرانی و اسلامی؛ ۴. ترکیه و ارتقای فضایل اخلاقی؛ ۵. سرگرمی و تفریح؛ ۶. افزایش انسجام اجتماعی. اما در تحقق این موارد، ما دچار چالش‌های جدی در حوزه حکمرانی رسانه و اهتمام بر مسئله خانواده هستیم.

خانواده،
حکمرانی،
حکمرانی رسانه‌ای،
سیاست‌های کلی خانواده.

مقدمه

در اکثر جوامع، خانواده از جایگاه بسیار کلیدی و محوری برخوردار است؛ به گونه‌ای که بسیاری خانواده را مهم‌ترین رکن و سنگ بنای هر جامعه‌ای می‌دانند. فرایند فرهنگ‌پذیری و انتقال ارزش‌های هر جامعه که در فرهنگ، سنن و آداب و رسوم آن ریشه دارد، همگی در دل خانواده محقق می‌شود. خانواده به‌ویژه در دوران کودکی و نوجوانی، محیطی است که افراد به‌ویژه فرزندان در آن فرهنگ‌پذیر می‌شوند و فرایندهای تربیتی، ارزشی و اجتماعی در آن شکل می‌گیرد. درحقیقت این فرایند فرهنگ‌پذیری و انتقال ارزش‌ها و سنن فرهنگی هر جامعه در خانواده ریشه دارد و در آن پی‌ریزی می‌شود. از سوی دیگر در جهان معاصر رسانه‌ها به عنوان بسترهای قدرتمند ارتباطی و اطلاع‌رسانی، تأثیرات چشمگیری بر زندگی ما دارند و ابزاری جدید برای شکل‌دهی به اولویت‌ها و انتقال ارزش‌ها و ایده‌ها به جامعه به شمار می‌آیند؛ ازاین‌رو توجه به تأثیر و تأثر خانواده و رسانه بر یکدیگر و برآیند نقش‌آفرینی آنها در زندگی فرهنگی و اجتماعی جوامع، جزو موضوعات مهمی است که در جوامع باورمند به نقش‌های اساسی خانواده، مطرح و محل بررسی است.

در کشور ما نیز خانواده به عنوان یک نهاد مهم و حیاتی حائز اهمیت است. اهمیت نهاد خانواده در کلام امامین انقلاب اسلامی نیز به‌روشنی دیده می‌شود؛ برای نمونه رهبر معظم انقلاب اسلامی تأکید دارند که «خانواده پایه و سلول اصلی در جامعه است» (خامنه‌ای، ۱۳۹۰/۱۰/۱۴). اهمیت این نهاد تا جایی است که ایشان پیشرفت جامعه اسلامی را نیز به وجود خانواده‌ای سالم گره می‌زنند و می‌فرمایند: «جامعه اسلامی بدون بهره‌مندی کشور از نهاد خانواده سالم، سرزنده و بانشاط، اصلاً امکان ندارد پیشرفت کند» (همان).

اما در عصر کنونی، سرعت تغییر و تحولات در حوزه رسانه‌های نو مشهود بوده است و این مهم منجر شده است که نظام مسائل اصلی و بنیادین ما که خانواده یکی از آنهاست، در ساحت حکمرانی مورد توجه قرار گیرد. به بیانی توجه به اصل صیانت از خانواده در مواجهه با فرایندهای تغییرات اجتماعی و فرهنگی شکل گرفته از دغدغه‌مندی‌های اساسی است؛ ازاین‌رو پرسش اساسی این است که جایگاه خانواده در نظام حکمرانی رسانه‌ای چگونه تعریف شده و آیا سیاست‌ها و نهادهای حاکمیتی توجه لازم به این موضوع داشته‌اند؟ رسانه‌ها با گسترش فناوری و نفوذ عمیقشان در زندگی روزمره افراد، تأثیری شگرف بر جنبه‌های گوناگون حکمرانی ازجمله تعاملات خانوادگی و اجتماعی دارند. این پژوهش با هدف بررسی جایگاه خانواده در حکمرانی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران انجام شده و تلاش می‌کند ابعاد و نقش رسانه‌ها را در موضوع خانواده روشن کند. برای این منظور از روش تحلیل مضمون استفاده می‌شود تا با تحلیل دقیق‌تر «قوانین اهداف،

وظایف و اختیارات» و همچنین «اساسنامه» این نهادها، مأموریت‌ها و اهداف نهادهای مذکور در حوزه خانواده تصویر روشنی از سطوح حکمرانی و موضوع خانواده در نسبت با حکمرانی رسانه ارائه کنند.

۱. تعریف مفاهیم

برای فهم دقیق‌تر موضوع و نظر نویسنده، نخست به مفاهیم کلیدی این پژوهش اشاره می‌شود.

۱-۱. حکمرانی

حکمرانی فرایندی است که به تصمیم‌گیری و اجرای تصمیمات مربوط می‌شود و شامل مدیریت امور توسط بازیگران دولتی و غیردولتی، سازمان‌های رسمی و غیررسمی از مرحله تصمیم‌گیری تا اجرا تحت کنترل و نظارت است (پاتریک،^۱ ۲۰۱۴م: ۱۵). این مفهوم چندوجهی افزون بر سیاست و حکومت، در مسائل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی نیز کاربرد دارد و بر نظارت، مدیریت منابع و تعاملات میان بازیگران گوناگون متمرکز است (موسوی فرد، ۱۴۰۲: ۹۶). حکمرانی به عنوان قدرت برتری که در حیطه دولت یک کشور اعمال می‌شود، اراده‌ای مستقل دارد که مانعی در برابر اقتدارش نمی‌پذیرد و از هیچ قدرت دیگری پیروی نمی‌کند؛ اقتداری که بر پایه ملت دارای هویت مشترک و در یک پهنه جغرافیایی مشخص شکل می‌گیرد (کیان‌خواه، ۱۳۹۷: ۶).

در عصر مدرن، نقش نهادهای غیردولتی نیز به طور چشمگیری در حکمرانی افزایش یافته است (ر.ک: ویس،^۲ ۲۰۰۰م: ۳۱/ بیات کمیته‌ی و موهبتی، ۱۴۰۲: ۲۷۸). در محیط‌های پیچیده و در عصر دیجیتال، حکمرانی تنها به دولت‌ها محدود نیست؛ بلکه شامل تعاملات و تصمیمات نهادهای خصوصی و عمومی، سازمان‌های غیردولتی و حتی شهروندان نیز می‌شود (منده،^۳ ۲۰۲۲م: ۵۹۷).

با توجه به تمامی تعاریف یادشده می‌توان گفت حکمرانی تفاوتی جدی با حکومت و اعمال قدرت دولت‌ها دارد. درحقیقت حکمرانی به یک فرایند ارتباطی و تعاملی تبدیل شده است که در آن، قدرت به طور گسترده میان دولت‌ها، نهادهای غیردولتی، بخش خصوصی و شهروندان تقسیم می‌شود (ر.ک: لیمانی^۴ و لیمانی، ۲۰۲۲م). درحقیقت اگر بخواهیم حکمرانی را تعریف کنیم، باید آن را در مقایسه با حکومت مطرح نماییم. حکومت عموماً در محدوده اختیارات دولت‌ها یا به

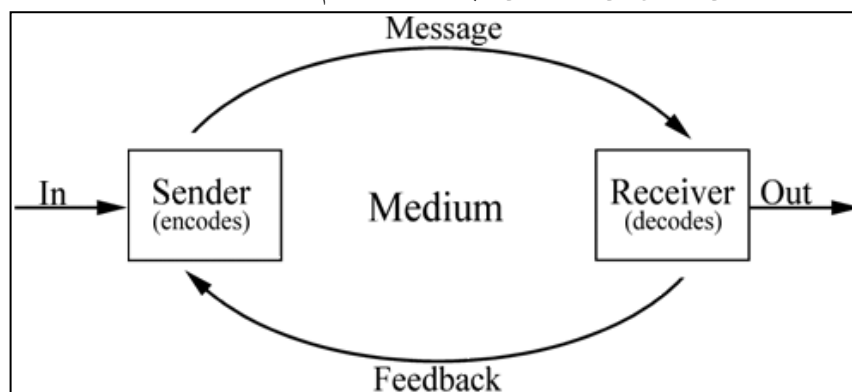
1. Patrick
2. Weiss
3. Mende
4. Limani

عبارتی بهتر قوای متعددی است که ذیل حاکمیت سیاسی اعمال اقتدار می‌کنند. در اینجا بخش خصوصی و عموم مردم محل اعمال اقتدار حکومت‌ها خواهند بود؛ اما حکمرانی با گسترش بازیگران غیردولتی از جمله بخش خصوصی، نهادهای مدنی و مشارکت شهروندان، مرزهای قدرت و مسئولیت را بازتعریف می‌کند.

۲-۱. رسانه

تعریف دقیق و جامع از رسانه، همچون بسیاری از مفاهیم در علوم اجتماعی، دشوار است. با این حال می‌توان به قدر مشترک تعاریف متعدد اشاره کرد. در معنای لغوی، رسانه اسم آلت از مصدر «رسانیدن» و به معنای وسیله یا ابزار انتقال پیام است. در علوم ارتباطات اجتماعی، رسانه ابزاری برای رساندن پیام از پیام‌دهنده به گیرنده تعریف می‌شود (زورق، ۱۳۶۸: ۱۹۴). نقشی که رسانه در شکل‌دهی به الگوهای ارتباطی و تعاملات اجتماعی ایفا می‌کند، نشان‌دهندهٔ تأثیر گستردهٔ آن در ساختارهای فرهنگی و اجتماعی جوامع مدرن است (سانچز^۱ و همکاران، ۲۰۲۱: ۱۱۳۲).

برای درک بهتر فرایند انتقال پیام و نحوهٔ ارتباط میان اجزای گوناگون آن، شکل ۱ این فرایند را به شکل ساده و گرافیکی نمایش می‌دهد (سلی و پولونیو، ۲۰۱۵: ۸۴).



این الگو که از روی ساده‌ترین و اولین مدل ارتباطی مطرح شده، همان چیزی است که وسیله یا عامل شرایط‌ساز میان فرستندهٔ پیام و گیرندهٔ پیام خواهد بود و پیام از طریق یا به وسیلهٔ آن ارسال می‌شود. بسیاری نیز بر تأثیرگذاری وسیلهٔ انتقال پیام بر فرایند ارتباطی سخن گفته‌اند؛ اما در این

1. Sánchez.

2. Celli & Polonio.

تأثیر، حدی وجود دارد و نباید چندان بر آن تأکید شود که در ورطه ماده‌گرایی گرفتار شویم (ساروخانی، ۱۳۷۹: ۳۹). همچنین رسانه به عنوان یک فرایند اجتماعی، نه تنها پیام‌ها را منتقل می‌کند؛ بلکه باعث شکل‌گیری هویت‌های جمعی، تغییرات اجتماعی و حتی تحولات فرهنگی نیز می‌شود (ساتریسنو، ۲۰۲۳^۱: ۲۳). میزان و چگونگی این تأثیر - وابسته به ویژگی‌های پیام و مخاطب - جای بحث جدی دارد (عمیدی، ۱۳۸۵: ۵۰).

با توجه به آنچه گذشت، رسانه شامل مصادیقی چون تلویزیون، رادیو، فضای مجازی، شبکه‌های ارتباطی و... می‌شود. در عصر دیجیتال، رسانه‌ها به گونه‌ای پیچیده و چندوجهی درآمده‌اند که نقش آنها فراتر از ابزارهای سنتی است و باید به نقش شبکه‌های اجتماعی و بسترهای دیجیتال نیز توجه کرد (لازرتی، ۲۰۲۳^۲: ۱۶۲۰). لذا در این مقاله - متناسب با همین تعریف - سعی می‌شود تمامی نهادهایی که در این حوزه متولی هستند، بررسی شوند.

۳-۱. حکمرانی رسانه‌ای

حکمرانی به کارگیری اقتدار برای مدیریت در همه سطوح است (راجرز و هال، ۲۰۰۳: ۲۰). این مفهوم میان‌رشته‌ای مشخص می‌کند قدرت چگونه اعمال می‌شود، چگونه تصمیم‌گیری‌های تأثیرگذار اتخاذ می‌شود و چگونه منافع مختلف با این تصمیمات هماهنگ می‌شوند (دباغ و نفری، ۱۳۸۸: ۳). اعمال حکمرانی در عرصه کنونی در حوزه رسانه به نظر امر پیچیده‌ای است؛ چراکه با گسترش فناوری‌ها و شکل‌گیری رسانه‌های نوظهور به‌ویژه در حوزه فضای مجازی می‌توان ادعا کرد رسانه‌ها از انحصار دولت‌ها و حکومت‌ها خارج شده و در اختیار طیف وسیعی از گروه‌ها به‌ویژه مردم قرار گرفته‌اند.

در چنین اوضاعی، حکمرانی رسانه به معنای هدایت و اداره عرصه رسانه با هدف بازدارندگی است و شامل پذیرش سلطه و فراگیری در این عرصه نیست؛ بلکه توجه به اهمیت مدیریت رسانه‌ها و تدوین الگوی اقتدار دولتی در این عرصه است.

زمانی که از حکمرانی رسانه‌ای سخن می‌رود، از شاکله اقتدارآمیزی بحث می‌شود که بر بستر رسانه اعمال می‌شود که به‌نوعی آن را در مسیر خط‌مشی‌گذاری و مدیریت قرار می‌دهد تا بتوان در آن، اعمال اقتدار دولت را از مسیر رسانه‌ها و با ابزار آنها با هدف جلب مشارکت مردم، پاسخگویی و نیز سیاست‌گذاری پیش برد. حکمرانی رسانه‌ای نوعی مدیریت و اعمال اقتدار و نیز محدودسازی

1. Sutrisno.

2. Lazzeretti.

عرصه‌های نامحدود رسانه‌ای است که با هدف ایجاد نظم و پیشگیری از آنا‌رشی رسانه‌ای در پیش گرفته می‌شود.

۴-۱. خانواده

تعریف خانواده از مناظر و دیدگاه‌های گوناگونی صورت گرفته است. برخی جامعه‌شناسان خانواده را متشکل از افرادی می‌دانند که از طریق پیوند زناشویی، هم‌خونی یا پذیرش با یکدیگر به عنوان شوهر، زن، مادر، پدر، برادر، خواهر و فرزند در ارتباط متقابل اند و فرهنگ مشترکی پدید آورده و در واحد خاصی زندگی می‌کنند (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۱۰). برخی خانواده را همان شبکه خویشاوندی یا خویشاوندانی می‌داند که فرد به آن تعلق دارد؛ تباری از افراد مشترک، ازدواج یا فرزندخواندگی (اسپنسر، ۱۳۸۳: ۸۰-۸۲). در تعاریفی نیز خانواده صرفاً یک گروه از افرادی نیست که در کنار یکدیگر زندگی می‌کنند؛ بلکه سازمان نگرش‌ها و الگوهایی است که هر خانواده به‌طور مستقل بسط می‌دهد و خانواده یک گروه فرهنگی است (موور، ۱۹۲۷م: ۳). این بازتعریف‌ها تا جایی پیش رفته است که خانواده را شامل هر جمعی می‌داند که با هم زندگی می‌کنند (دمو، ۱۹۹۱م: ۱۰۷).

اما اسلام نه دیدگاهی خنثی به خانواده دارد که آن را صرفاً متشکل از تعدادی از افراد بداند و کارکردهای آن را به عناصر خویشاوندی صرف فروکاهد و نه هر جمعی را خانواده بنامد. در اندیشه اسلامی، خانواده از جایگاه والایی برخوردار است. قرآن کریم خانواده را آیه‌ای از آیات خداوند، پیوندی محکم، دژی در برابر زندگی سراسر فسق و فجور، سنت پیامبران الهی و عامل تکثیر نسل معرفی می‌کند و از همسران به عنوان لباس یکدیگر نام می‌برد (بوجاری و پرچم، ۱۳۹۲: ۲۶). درحقیقت اسلام خانواده را گروهی می‌داند متشکل از دو رکن اصلی زن و مرد که در سایه ضابطه‌ای مشروع و الهی در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند و بر اثر آن پیوند، دارای شخصیت اجتماعی، حقوقی، معنوی و مدنی شده‌اند (قائم‌امیری، ۱۳۹۱: ۸).

۵-۱. خانواده تراز انقلاب اسلامی

دیدگاه خانواده در انقلاب اسلامی بر خلاف تعاریف عمومی جامعه‌شناختی، مفهومی متعالی و مبتنی بر اصول دینی است. در این دیدگاه، خانواده نه تنها به عنوان یک واحد اجتماعی، بلکه به عنوان یک نهاد مقدس با کارکردهای معنوی و اخلاقی مطرح می‌شود. مفهوم «خانواده تراز» به

1. Mover.

2. Demo.

الگوی آرمانی در گفتمان انقلاب اسلامی در ساحت حکمرانی اشاره دارد. این مفهوم در مبانی دینی و اصول فکری بنیان‌گذاران انقلاب ریشه دارد. این مفهوم بر اساس نگاه جامع اسلام به نهاد خانواده شکل گرفته و به عنوان مدلی حداکثری مطرح شده است که باید به ارزش‌های الهی، اخلاقی و فرهنگی جامعه اسلامی پایبند باشد. این مفهوم مفهومی برجسته و متمایزکننده از غیرت‌های خود قلمداد می‌شود که در فضای گفتمان انقلاب اسلامی و از طریق بیانات و رهنمودهای امام خمینی و رهبر معظم انقلاب وارد عرصه حکمرانی شد. امام خمینی خانواده را مهم‌ترین نهاد اجتماعی و محور اصلی تربیت نسل‌های آینده معرفی کردند. ایشان در بیاناتی، خانواده را «محل آرامش انسان» و «نهادی که تربیت اخلاقی، دینی و اجتماعی از آن آغاز می‌شود» دانستند (موسوی خمینی، ۱۳۷۸، ج ۱۸: ۸۹).

پس از ایشان، رهبر معظم انقلاب خانواده را مأمّن تربیت نسل‌های صالح و زمینه‌ساز پیشرفت و تعالی جامعه اسلامی معرفی نمودند. ایشان در سخنرانی‌های مختلف، از جمله دیدار با جمعی از خانواده‌های شهدا و نخبگان، بر ضرورت ایجاد خانواده‌ای با «تعهد اخلاقی»، «ارتباطات صمیمانه» و «پایبندی به ارزش‌های اسلامی» تأکید کردند (خامنه‌ای، ۱۳۸۳/۱۲/۵).

تأکید بر مفهوم خانواده تراز در نسبت با سیاست‌های حکمرانی جمهوری اسلامی ایران و به جهت نگاه بنیادین اسلام به خانواده به عنوان رکن اصلی جامعه است تا بتوان با ارائه تصویری روشن از خانواده و تعیین حدود و ثغور و چگونگی مواجهه با این نهاد در عرصه حکومت و حکمرانی درست عمل کرد. بر اساس همین هدف‌گذاری بود که رهبر معظم انقلاب در سیاست‌های کلی خانواده که در سال ۱۳۹۵ ابلاغ شد، خانواده را «محور تمامی برنامه‌ها، قوانین و نظامات اجتماعی» معرفی کردند.

در گفتمان انقلاب اسلامی، خانواده تراز نه تنها وظیفه پاسخ به نیازهای مادی اعضا را دارد؛ بلکه محیطی برای رشد اخلاقی، دینی و فرهنگی فراهم می‌کند. درواقع حکمرانی مطلوب در دیدگاه انقلاب اسلامی، در صورتی تحقق می‌یابد که خانواده‌ها بتوانند به عنوان کانون‌های تربیتی سالم، وظایف اجتماعی و دینی خود را به خوبی انجام دهند. در نگاه قرآنی، رویکرد حقیقت‌جویانه به خانواده وجود دارد و مجرای آفرینش انسان و درنهایت دستیابی آنها به رحمت از طریق نظام خانواده است (اخوت، ۱۳۹۲: ۲۸) و دو نعمت «مودت» و «رحمت» که مبنای تشکیل امت واحده است و بین رسول و مؤمنان رابطه پدر و فرزندی و بین مؤمنان رابطه برادری برقرار است و در نتیجه امت اسلامی به منزله یک خانواده قلمداد می‌شود و از آنجاکه مبنای رفتار در خانواده، مودت و رحمت است، در خانواده بزرگ اسلام نیز مبنا مودت و رحمت است و این دقیقاً

نمایان‌کننده تراز بودن خانواده در نظام اسلامی در نسبت با نهادهای دیگر است. این خانواده با آموزه‌های دین اسلام در برابر آسیب‌های مدرنیته، نقش مؤثری در حفظ هویت فرهنگی و دینی جامعه ایفا می‌کند و در راستای ایجاد جامعه‌ای معنوی و اخلاقی می‌کوشد (محقق و شریفی، ۱۳۹۹: ۹).

۲. پیشینه پژوهش

با توجه به اینکه این پژوهش به دنبال بررسی جایگاه خانواده در حکمرانی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران است، در پایگاه‌های داده‌های علمی جست‌وجو شد. متأسفانه تاکنون مقاله‌ای در این موضوع نگاشته نشده است و همین مسئله نیز بیانگر جدید و بدیع بودن مقاله است؛ اما تلاش شد در ادامه، بخشی از مقالاتی که قرابت بیشتری در این موضوع داشتند، به عنوان نمونه ارائه شود.

جدول ۱: بررسی پژوهش‌های پیشین

ردیف	عنوان	نویسنده و نشریه	اهداف و سؤالات
۱	«مزایا و معایب رسانه در حکمرانی از نگاه امامین انقلاب»	رضایی، علی اکبر (۱۴۰۰). ماهنامه آفاق علوم انسانی، ۵ (۵۱)، ۱۷-۳۲.	این مقاله به بررسی دیدگاه‌های امام خمینی و امام خامنه‌ای در خصوص استفاده از رسانه‌ها در حکمرانی پرداخته و بر تأثیرات رسانه‌ها بر تقویت هویت ملی و تهدیدات فرهنگی در دنیای امروز تأکید دارد.
۲	«تحول معنایی خانواده در اسناد بالادستی جمهوری اسلامی ایران»	عرب خراسانی، سمیه و حسینی، فضا سادات (۱۴۰۰). مطالعات جامعه‌شناختی، ۵۹ (۵)، ۲۸۷-۳۱۱.	این مقاله به دنبال بررسی دلایل رویه متفاوت کنشگران و رویه حکومتی - دولتی درباره خانواده با تحلیل محتوای کیفی اسناد بالادستی در حوزه خانواده است.
۳	«خانواده، فناوری‌های جدید ارتباطی و رسانه»	منطقی، مرتضی (۱۳۸۹). بازتاب اندیشه، ۱۱۶ (۱)، ۳۵-۶۱.	این مقاله به دنبال بررسی رسانه و فناوری‌های نوین ارتباطی با هدف گسترش فرصت‌های رسانه و فناوری‌ها و کاهش تهدید آنهاست.
۴	«تحولات معنایی خانواده در اسناد بالادستی صادره از جانب رهبر معظم انقلاب اسلامی ایران»	آزاد ارمکی، تقی و همکاران (۱۴۰۰). مطالعات الگوی پیشرفت اسلامی - ایرانی، ۱۷ (۱۷)، ۱۰۱-۱۲۴.	نویسندگان در این پژوهش به دنبال مطالعه سیر تحولات معنایی خانواده در اسنادی هستند که از جانب رهبر معظم انقلاب صادر شده است.
۵	«رسانه و بحران نقش‌های جنسیتی در خانواده»	علا سوند، فریبا (۱۳۹۸). بازتاب اندیشه، ۱۱۶ (۱)، ۸۳-۱۱۰.	در این پژوهش، نویسنده به دنبال اثبات فرضیه خود مبتنی بر عملکرد نادرست رسانه ملی است. او معتقد است رسانه ملی در ایران در انعکاس مسائل خانواده، متناسب با فرهنگ دینی نه تنها کم‌توفیق بوده؛ بلکه در بازتاب الگوهای جنسیتی بیگانگان، موفق‌تر عمل کرده

			است.
۶	«رابطه رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده»	تبریزی، منصوره (۱۳۹۸). مطالعات رسانه‌های نوین، (۱۸)، ۱۶۷-۲۰۲.	نویسنده در این مقاله به دنبال بررسی رابطه رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده و تأثیر میزان مصرف آن بر این رابطه است.
۷	«نقش رسانه‌ها در تغییر ارزش‌ها و هنجارهای خانواده»	ملک‌پور، فاطمه (۱۳۹۰). رسانه و خانواده، (۱)، ۲۱۹-۲۳۴.	در این پژوهش، نویسنده با بررسی داده‌های موجود نظر صاحب‌نظران و اندیشمندان، به تبیین موضوع نقش رسانه در تغییر ارزش‌ها و هنجارهای خانواده در جوامع می‌پردازد.

همان‌گونه که پیش‌تر ذکر شد و در جدول فوق می‌توان مشاهده کرد تاکنون مقاله‌ای به بررسی خانواده و جایگاه آن در کلان حکمرانی (نه فقط اسناد بالادستی) و به‌ویژه حکمرانی رسانه‌ای نپرداخته است.

۳. روش

پژوهش حاضر با هدف دستیابی به پاسخ این پرسش که «جایگاه نهاد خانواده در حکمرانی جمهوری اسلامی ایران و به‌ویژه حکمرانی رسانه‌ای چیست؟» به بررسی نهادهای متکفل حوزه رسانه و فضای مجازی پرداخته است. در این راستا سعی شده با تحلیل مضمون «قوانین اهداف، وظایف و اختیارات» و همچنین «اساسنامه» این نهادها، مأموریت‌ها و اهداف نهادهای یادشده در حوزه خانواده احصا شود.

از نظر کلی تحلیل مضمون (تم) یکی از راهبردهای پژوهش کیفی به شمار می‌رود. این روش نوعی بررسی محتوایی الگوهای موجود در داده‌های کیفی است که اغلب با تحلیل متن سروکار دارد و به شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌ها می‌پردازد. بدین ترتیب در این مقاله از روش تحلیل مضمون برای تحلیل مصاحبه‌ها با خبرگان علم و فناوری، مسئولان بلندپایه آماد و پشتیبانی، وزیران مرتبط در دوران جنگ، فرماندهان رده‌بالای دفاع مقدس و دیگر مقامات مرتبط استفاده شده است. هدف از این تحلیل، استخراج الگوی حاکم بر دیدگاه‌ها و نظرهای این افراد است.

در تشریح روش تحلیل مضمون باید گفت مضمون بیانگر چیز مهمی در داده‌ها در رابطه با پرسش پژوهش است و تا حدی معنا و مفهوم الگوی موجود در مجموعه‌ای از داده‌ها را نشان می‌دهد (براون و کلارک، ۲۰۰۶م: ۷۹). یک مضمون الگویی است که در داده‌ها یافت می‌شود که دست‌کم به توصیف و سازمان‌دهی مشاهدات و حداکثر به تفسیر جنبه‌هایی از پدیده‌های

مورد بررسی کمک می‌کند (بویاتزیس،^۱ ۱۹۹۸م: ۴).

تحلیل مضمون فرایندی برای داده‌های متنی است که داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و پربار تبدیل می‌کند (براون و کلارک، ۲۰۰۶م: ۷۹). به‌طور کلی تحلیل مضمون چند مرحله اصلی دارد:

- تجزیه متن: این مرحله شامل مطالعه و آشنایی با متن، کدگذاری متن، جست‌وجو و شناسایی مضامین و ترسیم شبکه مضامین است. در این بخش، تحقیق با مطالعه دقیق مصاحبه‌ها آغاز شد. سپس پاراگراف‌ها به جملات کلیدی و مستقلی تجزیه شدند تا امکان کدگذاری فراهم شود. پس از کدگذاری، مضامین پایه و مضامین سازمان‌دهنده استخراج شد و در قالب جدول‌ها سازمان‌دهی گردید. در نهایت با توجه به مضامین سازمان‌دهنده و پایه، شبکه مضامین ترسیم شد.
- تشریح متن: در این مرحله، شبکه مضامین ترسیم‌شده با توجه به یافته‌های مطالعاتی و درک و تفهم متن مصاحبه‌ها، تحلیل و تشریح شد.
- ترکیب متن: در نهایت یافته‌های مشروح پژوهشی خلاصه‌سازی و یکپارچه شد و به شکل مقاله تدوین گردید.

۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش، تلاش بر آن است تا میزان توجه سازمان‌ها و نهادهای متولی حوزه رسانه به موضوع خانواده، بررسی شود. این هدف از طریق تحلیل محتوای اسناد بالادستی و مبانی قانونی این نهادها و سازمان‌ها پیگیری شده است. سازمان‌هایی همچون سازمان صداوسیما،^۲ شورای عالی فضای مجازی، مرکز ملی فضای مجازی کشور، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، ساترا و دیگر نهادهای مرتبط به دلیل نقش کلیدی‌شان در سیاست‌گذاری رسانه‌ای و فضای مجازی انتخاب شده‌اند. در این مرحله، متن اساسنامه‌ها، قوانین اهداف، وظایف و اختیارات این نهادها بررسی شد و واژگان و عباراتی که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به موضوع خانواده اشاره دارند، شناسایی شدند. این واژگان شامل مواردی مانند «حفظ کانون خانواده»، «صیانت از ارزش‌های خانوادگی»، «رصد آسیب‌های اجتماعی مرتبط با خانواده» و «ترویج سبک زندگی ایرانی - اسلامی» است.

^۱. Boyatzis.

^۲. ناظر به صداوسیما، افزون بر اساسنامه این سازمان، قانون خط‌مشی کلی و اصول برنامه‌های سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران که هر دو مصوب مجلس شورای اسلامی است، بررسی شدند.

در نخستین گام، متن اسناد به دقت مطالعه شد و تمامی مفاهیمی که به طور مستقیم یا به تلویح به خانواده و ارزش های مرتبط با آن اشاره داشت، استخراج گردید. این مرحله شامل فرایند کدگذاری باز بود که هدف آن، شناسایی تمام مضامین پایه بدون پیش فرض قبلی بود. پس از استخراج مضامین پایه، این مفاهیم با رویکرد تحلیل مضمون سازمان دهی شدند. در این مرحله، مضامین مشابه و مرتبط با یکدیگر، گروه بندی شدند و دسته بندی مضامین اولیه انجام شد. برای تسهیل درک کلی، مضامین پایه به مضامین سازمان دهنده و در نهایت به مضامین فراگیر ارتقا یافتند. این فرایند به پژوهشگران امکان می دهد تا ارتباطات گسترده تر میان داده ها را مشاهده کنند و نتیجه گیری هایی جامع تر ارائه دهند. برای روشن تر کردن فرایند تحلیل، نمونه ای از کدگذاری انجام شده بر روی اسناد نهادهای مورد بررسی ارائه شده است. این نمونه نحوه شناسایی مضامین پایه از متون اسناد و چگونگی تبدیل آنها به مفاهیم قابل تحلیل را نشان می دهد.

جدول ۲: نمونه کدگذاری اسناد

ردیف	متن سند	مضامین پایه
۱	برنامه ریزی و هماهنگی مستمر به منظور صیانت از آسیب های ناشی از فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی (P0101)	صیانت از آسیب های فناوری های نو
۲	انگیزه دادن به مردم برای مقابله با مخاطرات فضای مجازی در زندگی فردی و اجتماعی (P0203)	انگیزه بخشی به منظور مقابله با فضای مجازی
۳	فراهم آوردن شرایط لازم برای دستیابی فضای مجازی کشور به بالاترین سطح از امنیت و سلامت برای آحاد مردم، نظام و کلیه نقش آفرینان در فضای مجازی (P0204)	تأمین امنیت و سلامت
۴	پایش و رصد عالمانه، نظام مند و مستمر فرصت ها و تهدیدهای فضای مجازی برای کشور (P0205)	رصد تهدیدها و فرصت ها
۵	وسایل ارتباط جمعی (رادیو تلویزیون) باید از اشاعه و ترویج خصلت های تخریبی و ضداسلامی جداً پرهیزند. (P0304)	پرهیز از اشاعه خصلت های ضداسلامی
۶	صداوسیما جمهوری اسلامی ایران می باید ... زمینه را برای رشد و شکوفایی استعدادها و باروری خلاقیت های انسان تا مرز خلیفه اللهی آماده کنند. (P0305)	شکوفایی استعدادها و باروری خلاقیت ها
۷	بارور کردن اوقات فراغت عمومی از طریق اجرای برنامه های سالم تفریحی (P0309)	بارور کردن اوقات فراغت عمومی

ردیف	متن سند	مضامین پایه
۸	راهبری و هماهنگی توسعه و تعمیق تولید محتوا و خدمات فرهنگی ایرانی - اسلامی در فضای مجازی (P0501)	تولید محتوای ایرانی - اسلامی

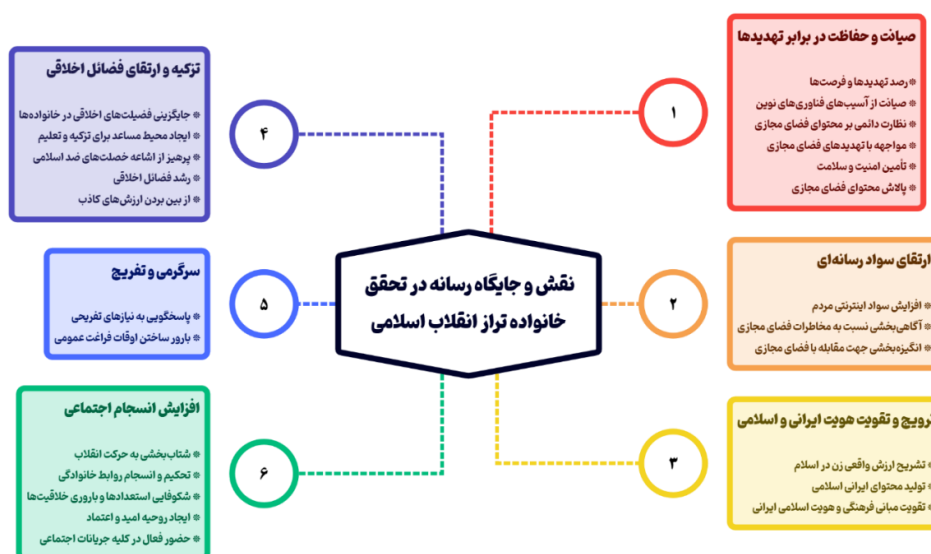
۵. یافته‌ها و نتیجه‌گیری

در ادامه تلاش شد بر اساس کدهای باز استخراج‌شده و با تفسیر و درک متون اسناد، مضامین فراگیر احصا شود که در جدول ذیل می‌توان ملاحظه کرد.

جدول ۳: مضامین فراگیر و پایه حاصل بررسی اسناد

ردیف	مضامین فراگیر	مضامین پایه
۱	صیانت و حفاظت در برابر تهدیدها	رصد تهدیدها و فرصت‌ها
		صیانت از آسیب‌های فناوری‌های نو
		نظارت دائمی بر محتوای فضای مجازی
		مواجهه با تهدیدهای فضای مجازی
		تأمین امنیت و سلامت
		پالایش محتوای فضای مجازی
۲	ارتقای سواد رسانه‌ای	افزایش سواد اینترنتی مردم
		آگاهی‌بخشی درباره مخاطرات فضای مجازی
		انگیزه‌بخشی به منظور مقابله با فضای مجازی
۳	ترویج و تقویت هویت ایرانی و اسلامی	تشریح ارزش واقعی زن در اسلام
		تولید محتوای ایرانی و اسلامی
		تقویت مبانی فرهنگی و هویت اسلامی و ایرانی
۴	تزکیه و ارتقای فضایل اخلاقی	جایگزینی فضیلت‌های اخلاقی در خانواده‌ها
		ایجاد محیط مساعد برای تزکیه و تعلیم
		پرهیز از اشاعه خصلت‌های ضداسلامی
		رشد فضایل اخلاقی
		ازبین بردن ارزش‌های کاذب
۵	سرگرمی و تفریح	پاسخ‌گویی به نیازهای تفریحی
		بارور کردن اوقات فراغت عمومی
		شتاب‌بخشی به حرکت انقلاب
۶	افزایش انسجام اجتماعی	تحکیم و انسجام روابط خانوادگی
		شکوفایی استعدادها و باروری خلاقیت‌ها
		ایجاد روحیه امید و اعتماد
		حضور فعال در کلیه جریان‌های اجتماعی

همان‌گونه که در جدول فوق ذکر شده، در جمهوری اسلامی ایران، رسانه در مواجهه با خانواده، شش نوع مواجهه دارد که عبارت‌اند از: ۱. صیانت و حفاظت در برابر تهدیدها؛ ۲. ارتقای سواد رسانه‌ای؛ ۳. ترویج و تقویت مبانی و هویت ایرانی و- اسلامی؛ ۴. تزکیه و ارتقای فضایل اخلاقی؛ ۵. سرگرمی و تفریح؛ ۶. افزایش انسجام اجتماعی.



۶. نسبت‌سنجی وضع حکمرانی و مسئله خانواده و میزان دوری و نزدیکی به محورهای شش‌گانه

بر اساس یافته‌های پژوهشی حاصل شد در تبیین نسبت میان حکمرانی و خانواده، سه محور مهم و اساسی مطرح است:

۱-۶. وضع لایه‌های کلان در حکمرانی رسانه

- خلا بایسته‌های اولیه حکمرانی و جایگاه ثانوی خانواده

یکی از موارد مهم و برجسته در وضع‌شناسی نهادی و ساختاری به‌عمل‌آمده، توجه به واقعیتی است که هر نوع موضوع تبعی در حکمرانی رسانه را تحت تأثیر خویش قرار می‌دهد و آن بایسته‌های کلان سیاستی در حوزه رسانه است. درحقیقت به جهت «وجود ضعف رویکرد سیستمی و نهادی در عرصه سیاست‌گذاری رسانه»، «نبود فرماندهی واحد در عرصه سیاستی در

لایه‌های میانی سیاست‌گذاری»، «جزیره‌ای عمل کردن سازمان‌های مرتبط» و «وجود رسانه‌های غیرهمسو و نظم‌ناپذیر» مانع از یکپارچگی داده‌پردازی می‌شود (رضایی و محمدی خانقاهی، ۱۴۰۲: ۱۰). در چنین اوضاعی، نسبت سیاست‌های کلان و هدف‌گذاری‌های مربوط به خانواده امری کاملاً ثانوی و تا حدودی غیرعملیاتی و غیرکاربردی در میدان قلمداد می‌شود؛ لذا ما شاهد تبدیل شدن موضوعات کلان و راهبردی مانند خانواده به کلیشه‌های سیاستی هستیم و در سنجش میان وضع عملکرد نهادهای حکمرانی و تحقق اهداف و سیاست‌های موردنظر در ارتباط با خانواده، دچار فاصله‌مندی هستیم؛ برای نمونه در شرح وظایف و اختیارات «کمسیون عالی تنظیم مقررات فضای مجازی کشور» نقش تنظیم‌گری و نظارتی طبق محورهای احصاشده عنوان شده است و این در حالی است که به دلایل ذکرشده در عمل، ردپایی از شاخص‌ها و مؤلفه‌های خانواده تراز وجود ندارد؛ لذا از محورهای شش‌گانه احصاشده می‌توان مدعی بود که براینده تولیدات رسانه‌ای موجود صرفاً با تمرکز بر حوزه تفریحات و سرگرمی، آن هم بر مبنای خوانشی غیرگفتمانی و ناهمسو با نظام ارزشی خانواده در اسلام در سطح جامعه و در میان خانواده‌ها ساری و جاری است و کماکان مسئله چیستی و چگونگی تنظیم‌گری و نظارت، محل چالش و دعوی است.

لذا ارتباط میان ساحت کلان حکمرانی و ساحت میانی حکمرانی به جدل‌های ساختاری و مواجهه‌های قهری تبدیل شده است؛ مانند فضاهای حاصل‌شده در اعمال سیاست‌های نظارتی رسانه‌ای ساترا در برابر سکوهای تولیدات رسانه‌ای موجود که به ایجاد فضای مبهم و پرچالش بین دو بخش از حکمرانی یعنی بخش‌های حکومتی و غیرحکومتی انجامیده است. در این اوضاع که ما شاهد راهبردها و رویه‌های متفاوت بین دو بخش هستیم، اوضاع خانواده نیز از این امر مستثنا نمی‌شود. ازاین‌رو شاهد این هستیم که هدف‌گذاری‌های خانواده‌محوری و اولویت قرار دادن خانواده در حوزه رسانه صرفاً باید‌ها و نبایدهایی است که دقیقاً در سطوح میانی حکمرانی رسانه نقض می‌شود و برای نمونه در بسترهایی مانند وی. او. دی‌ها و سکوهایی مانند فیلیمو و بخش نمایش‌های خانگی، ردپایی از رسالت‌های کلان نیست که در ادامه توضیح داده می‌شود.

۶-۲. وضع لایه‌های میانی در حوزه حکمرانی رسانه

- عاملیت‌های ناهمسو و ناهماهنگ

این بخش به صورت مجزا به چالش مهمی در گستره حکمرانی اشاره دارد. هدف مدل‌های گوناگون حکمرانی دستیابی به هدایت، هماهنگی و کنترل افراد و سازمان‌ها در جهت دستیابی به نتایج مورد انتظار است که در این مسیر از ظرفیت نهادها و کنشگران و منابع گوناگون فراتر از دولت، وابستگی قدرت در روابط بین نهادها، شبکه‌های خودسازمان‌ده اعمال حکمرانی و

بهره‌گیری از روش‌های نوین هدایت به جای فرمان‌دهی و سلسله‌مراتب استفاده می‌کند که البته این مسیر خالی از چالش و مشکلات نیست (شمس، ۱۴۰۲: ۱)؛ چراکه به ایجاد ماهیت متغیر فرایندهای خط‌مشی‌گذاری می‌انجامد و در این شرایط تنوع روزافزون دامنه و کنشگران دخیل در تدوین خط‌مشی‌های عمومی، انسجام موضوعی و یکپارچگی ادراکی از خط‌مشی‌ها را دچار چالش می‌کند. در موضوع خانواده به عنوان یک راهبرد هدفمند و اساسی و یک اصل کلیدی در خط‌مشی‌گذاری و تنظیم سیاست‌های راهبردی در لایه حکمرانی رسانه، این چالش کاملاً محسوس است.

متأسفانه به سبب گستردگی ظرفیت‌های فعال در حوزه حکمرانی‌های غیرنهادی در لایه‌های تولیدی، نه تنها در راهبری، که در تنظیم‌گری و نظارت هم با اختلال‌های جدی روبه‌روست. این اختلال‌ها موجب شده این بخش مهم در حکمرانی که باید همسو و هم‌راستا با بخش‌های دولتی و نهادهای حکومتی باشد، به رقیب گفتمانی تبدیل شود و متأسفانه خانواده‌محوری و تلاش برای تحقق خانواده تراز و استاندارد در فضای رسانه و حفظ جهت و حرکت رسانه همسو با محوریت خانواده به خانواده‌ستیزی در لایه میانی تبدیل شود و متأسفانه به جهت اتصال لایه میانی در حکمرانی به بدنه عمومی جامعه، سرعت تغییر و تحولات در این بخش، بالا رفته و همسویی و همراهی عموم جامعه با لایه میانی آسان‌تر گردد و به تبع آن، تأثیرگذاری از تصویر ارائه‌شده از خانواده نیز در ناخودآگاه مخاطبان افزایش یابد. همان‌گونه که اکنون تصویر ارائه‌شده از خانواده ایرانی توسط رسانه‌های نوگرفتار معضلاتی چون شکاف نسلی، سبک زندگی مصرفی و مدرن، غلبه ارزش‌های سکولار و غیردینی، هسته‌ای شدن خانواده و خروج از مدل خانواده گسترده و تعاملات محدود فامیلی و خانوادگی، کم‌رنگ شدن ارزش‌های سنتی و دینی، ضعف و بی‌تدبیری والدین در تربیت و پرورش فرزندان، فرزندسالاری و بی‌توجهی و احترام نگذاشتن به جایگاه والدین و بزرگ‌ترها، تضعیف جایگاه مرد در ساختار قدرت خانواده و تأکید بر مدیریت دوگانه و در عرض زن و مرد در خانه و مواردی از این قبیل است و این در اوضاعی است که تمامی این موارد به عنوان تهدیدات و ضرورت مقابله با آنها در حکمرانی رسانه‌ای در ساختارهای متولی حوزه سیاست‌گذاری‌های کلان دیده شده است. در ادامه برای نمونه به تحلیل اوضاع یکی از بازیگران اصلی و اثرگذار رسانه‌ای یعنی حوزه تولیدات تلویزیونی و شبکه خانگی اشاره می‌کنیم.

شبکه خانگی به عنوان یکی از پویاترین حوزه‌های رسانه‌ای در ایران، طی سال‌های اخیر و

بازیگران مهم حوزه حکمرانی به منبع اصلی مصرف رسانه‌ای بسیاری از خانواده‌ها تبدیل شده است. توییتر در سال ۱۴۰۲، ۷۵ هزار محتوای مرتبط با تولیدات نمایش خانگی داشته است.^۱ با وجود این ظرفیت بالا، بررسی محتوای این رسانه‌ها نشان می‌دهد به جای تقویت بنیان‌های خانواده و هنجارهای اسلامی، اغلب به بازنمایی الگوهای نامتناسب پرداخته‌اند. در خصوص شبکه خانگی می‌توان به دو روند اصلی اشاره کرد:

- تصویرسازی منفی از خانواده اسلامی: بسیاری از سریال‌ها و برنامه‌ها به جای بازنمایی خانواده‌های پایبند به ارزش‌های اسلامی، آنها را با تصاویری نادرست و منفی نمایش می‌دهند. این خانواده‌ها معمولاً به عنوان شخصیت‌هایی متحجر، ناکارآمد یا دچار مشکلات جدی اجتماعی معرفی می‌شوند.

- ترویج سبک زندگی غربی: تولیدات شبکه خانگی به‌ویژه سریال‌ها و فیلم‌های پر بازدید، به‌طور عمده سبک زندگی غربی را برجسته می‌کنند و از طریق نمایش روابط فردگرایانه، الگوهای غیراسلامی در حوزه‌های گوناگون فرهنگی و اجتماعی را تبلیغ می‌کنند. در این سریال‌ها شاهد فراوانی خیانت زناشویی، خشونت، عشق مثلی، زندگی اشرافی، پنهان‌کاری و دروغ، روش‌های منفی حل مشکلات شخصی و خانوادگی و انتخاب نکردن ملاک‌های مناسب افراد برای ازدواج با یکدیگر هستیم (اکبرپور و علی‌زاده محمدی، ۱۳۹۹: ۳۱۷).

این روندها باعث کاهش اعتماد عمومی به گفتمان خانواده شده و نسل جوان را به سمت ارزش‌های مغایر با هویت ایرانی - اسلامی سوق می‌دهد. در این فضا، بازیگری سکوها تولیدکننده محتوا به جای انطباق با مؤلفه‌های شش‌گانه مورد انتظار در بازنمایی از خانواده تقریباً به ضد آن عمل می‌کنند؛ لذا ما شاهد این هستیم که نقش‌آفرینی لایه‌های میانی حکمرانی رسانه در موضوع موردنظر در مغایرت با لایه‌های کلان حکمرانی است. در اثبات این مسئله، افزون بر یافته‌های پژوهشی می‌توان به بیانیه سالانه مجمع تحلیلگران رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر به عنوان یکی از بازیگران میانی این عرصه، مرکب از جمعی از نهادهای مسئول و اشخاص متخصص درباره وضع سریال‌ها و برنامه‌های شبکه نمایش خانگی در یک سال گذشته اشاره کرد. در بخش آسیب‌شناسی این بیانیه به سرفصل‌های ذیل که دقیقاً مرتبط با حوزه خانواده است، اشاره می‌شود:

ارائه تصویر نامناسب از خانواده در برخی سریال‌ها: درحالی‌که تعدادی از برنامه‌ها و سریال‌های رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر و شبکه نمایش خانگی بر تقویت بنیان‌های خانواده

1. <https://lifewebco.com/about/>

تأکید دارند، همچنان برخی سریال‌های نمایشی و فیلم‌های سینمایی تصویری منفی و نادرست از خانواده ارائه می‌دهند. این آثار اغلب با نمایش ضعف در ارتباطات خانوادگی، ناکارآمدی والدین و ناتوانی آنها در حل مشکلات فرزندان، تصویری منفی از نهاد خانواده ترسیم می‌کنند. چنین محتوایی می‌تواند تأثیرهای منفی بر مخاطبان به‌ویژه کودکان و نوجوانان داشته باشد. مجمع تحلیلگران رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر بر اساس بررسی عملکرد سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی (ساترا) با اطلاع از تلاش آن سازمان برای تحقق فضای مجازی سالم، مفید و ایمن و با توجه به خلأهای قانونی تنظیم‌گری در این حوزه به تولیدکنندگان آثار و سکوها انتشار توصیه می‌کند بر اساس مسئولیت اجتماعی خود از تولید و انتشار چنین آثاری خودداری کنند و همچنین این مجمع از مجلس شورای اسلامی می‌خواهد با طرح و تصویب قوانین لازم یا بازنگری در قانون جرایم رایانه‌ای، جلوی تولید و انتشار چنین آثاری گرفته شود.

عادی‌سازی طلاق در برخی سریال‌ها: هرچند برخی برنامه‌های تلویزیونی و سریال‌های رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر و شبکه نمایش خانگی بر تقویت روابط زناشویی تأکید دارند؛ اما در برخی سریال‌ها و فیلم‌های سینمایی شاهد عادی‌سازی طلاق و جدایی میان زوج‌ها هستیم. این نوع محتوا بدون بیان راه‌حل‌های مناسب برای حل مشکلات زناشویی، فقط به نمایش بحران‌های خانوادگی می‌پردازند و تصویری منفی از زندگی مشترک ارائه می‌دهد. در اوضاع فرهنگی کنونی، این رویکرد می‌تواند به تضعیف پیوندهای خانوادگی منجر شود و نیازمند بازنگری است. بر همین اساس مجمع تحلیلگران رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر از تولیدکنندگان آثار و سکوها انتشار می‌خواهد بر اساس قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت از تولید و انتشار چنین آثاری خودداری کنند. همچنین این مجمع از مجلس شورای اسلامی می‌خواهد با بازنگری در قانون یادشده، مصادیق تولید و انتشار محتوای منجر به عادی‌سازی طلاق به عنوان مصادیق تخلف شناسایی شود و جرایم مؤثری برای متخلفان پیش‌بینی شود.

نمایش برخی صحنه‌های مغایر با سبک زندگی اسلامی - ایرانی: به‌رغم تلاش برخی تولیدکنندگان و سکوها انتشار محتوا برای ترویج فرهنگ اسلامی - ایرانی، متأسفانه در برخی موارد شاهد نمایش برخی صحنه‌های مغایر با سبک زندگی اسلامی - ایرانی در برخی سریال‌ها و فیلم‌های سینمایی هستیم که نمونه‌های بارز آن در برخی شوخی‌های خلاف عفت عمومی، نمایش برخی صحنه‌های خشونت‌آمیز مورد اعتراض خانواده‌ها و... بروز و ظهور یافته است. بررسی عملکرد سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی (ساترا) درباره

این موضوع و چالش‌ها و کاستی‌های دیگر بیانگر دقت نظر آن سازمان و درعین حال این نکته است که در این گونه موارد، شاهد خلأ قانونی هستیم و لازم است مجلس شورای اسلامی به تصویب قوانین لازم یا بازنگری در قانون جرایم رایانه‌ای اقدام کند (متن بیانیه مجمع تحلیلگران رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر، ۱۴۰۳).

همان گونه که تبیین شد، مسئله فاصله‌مندی میان سطوح گوناگون حکمرانی رسانه در کشور در رویارویی با نظام اهداف و ارزش‌ها و همچنین نظام مسائل کشور، مشهود و معنادار است. درحقیقت ناهماهنگی میان سطوح گوناگون حکمرانی و سنگین بودن وزنه بازیگران غیردولتی و زیرساخت‌های تولیدی به این منجر شده که ما در حوزه حکمرانی رسانه، شاهد آسیب زدن به نظام خانواده به جای خانواده‌محوری باشیم و این بدین معناست که اساساً سیاست‌گذاری‌های عام و کلان و نداشتن چرخه فعال و هماهنگ از ورود سیاست تا خروجی محصول و تولیدات رسانه‌ای مشکل را دوچندان کند.

در ادامه با تشریح وضع سیاست‌های کلی خانواده در حکمرانی رسانه به عنوان سومین محور در بخش یافته‌های این پژوهش می‌پردازیم.

۳-۶. ردپای کمرنگ سیاست‌های کلی خانواده در حکمرانی رسانه

به‌طورکلی می‌توان گفت یکی از خلأهای جدی در نظام حکمرانی رسانه‌ای کشور، توجه تخصصی و مستقیم نداشتن به مسئله خانواده است. تقریباً به‌جز «قانون خط‌مشی کلی و اصول برنامه‌های سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران»، در دیگر اسناد بالادستی رسانه‌ای به خانواده به عنوان نهادی کلیدی و محوری پرداخته نشده است. این در حالی است که بر اساس مبانی فکری و نظری امامین انقلاب، خانواده باید محوریت تمامی سیاست‌ها و برنامه‌های کشور قرار گیرد و جایگاه آن به عنوان بنیان جامعه در تمام قوانین و مقررات کشور برجسته شود.

این کاستی‌ها در حالی مشاهده می‌شود که سیاست‌های کلی خانواده در تاریخ ۱۳۹۵/۶/۱۳ از سوی رهبر معظم انقلاب ابلاغ شده است. به‌جرت می‌توان گفت این سند جامع‌ترین و بالادستی‌ترین سند در حوزه خانواده است و کاربرست مفاد آن در سیاست‌ها و خط‌مشی‌های کلان کشور به‌ویژه در حوزه رسانه‌ای ازجمله ضرورت‌هایی است که نباید از آن غفلت شود.

با بررسی اصول مذکور در سیاست‌های کلی خانواده، مشخص می‌شود که بخش قابل‌توجهی از این اصول در نظام حکمرانی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران، یا نادیده گرفته شده‌اند یا به صورت ناقص مورد توجه قرار گرفته‌اند. جدول ذیل به تحلیل وضع کاربرست یا عدم کاربرست این اصول پرداخته است:

جدول ۴: وضع کاربست یا عدم کاربست اصول سیاست‌های کلی ابلاغی در نظام حکمرانی رسانه‌ای

ردیف	اصول مذکور در سیاست‌های کلی خانواده ابلاغی رهبر معظم انقلاب		وضعیت کاربست	
			بله	خیر
۱	ایجاد خانواده‌ای جامعه‌محور			×
۲	تقویت و تحکیم خانواده		✓	
۳	تقویت کارکردهای اصلی خانواده		✓	
۴	محور قرار گرفتن خانواده در قوانین و مقررات، برنامه‌ها، سیاست‌های اجرایی، نظام‌های آموزشی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی			×
۵	حفظ و ارتقای هویت اسلامی و ملی		✓	
۶	صیانت از خانواده و جامعه		✓	
۷	ترویج و تسهیل ازدواج آسان و موفق و تشکیل خانواده			×
۸	نفی تجرد در جامعه			×
۹	فرهنگ‌سازی و ارزش‌گذاری به تشکیل خانواده متعالی بر اساس سنت‌های الهی			×
۱۰	تحکیم خانواده و ارتقای سرمایه اجتماعی		✓	
۱۱	ارائه و ترسیم الگوی اسلامی خانواده و تقویت و ترویج سبک زندگی اسلامی ایران			×
۱۲	ترویج ارزش‌های متعالی و سنت‌های پسندیده در ازدواج و خانواده		✓	
۱۳	پررنگ کردن ارزش‌های اخلاقی و زدودن پیرایه‌های باطل از آن		✓	
۱۴	مبارزه با اشرافیت و تجمل‌گرایی و مظاهر فرهنگ غرب			×
۱۵	ایجاد فضای سالم و رعایت روابط اسلامی زن و مرد در جامعه			×
۱۶	تقویت و تشویق خانواده در راستای جلب مشارکت خانواده برای پیشبرد اهداف و برنامه‌های کشور در همه عرصه‌های فرهنگی، اخلاقی، سیاسی و دفاعی		✓	
۱۷	حمایت از عزت و کرامت همسری، نقش مادری و خانه‌داری زن			×
۱۸	حمایت از نقش پدری و اقتصادی مردان			×
۱۹	حمایت از مسئولیت تربیتی و معنوی زنان و مردان			×
۲۰	توانمندسازی اعضای خانواده در مسئولیت‌پذیری، تعاملات خانوادگی و ایفای نقش و رسالت خود			×
۲۱	پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی و عوامل تزلزل نهاد خانواده به‌ویژه طلاق			×
۲۲	فرهنگ‌سازی کراهت طلاق			×

با نگاهی به جدول بالا به‌وضوح می‌توان مشاهده کرد که بسیاری از اصول کلیدی این سند همچنان در سطح سیاست‌گذاری رسانه‌ای اجرایی نشده‌اند. برخی از مهم‌ترین چالش‌ها در این

زمینه عبارت‌اند از:

- نبود رویکرد جامعه‌محور به خانواده: سیاست‌های رسانه‌ای عمدتاً معطوف به مسائل خرد یا جزئی هستند و در موارد بسیاری از نگاه کل‌نگر به خانواده غفلت شده است.
- نبود سازوکارهای عملیاتی و نظارتی: هیچ شیوه‌نامه مشخصی برای نهادهای رسانه‌ای به منظور تحقق این سیاست‌ها تدوین نشده است.
- ضعف در فرهنگ‌سازی و ترویج سبک زندگی اسلامی - ایرانی: رسانه‌ها تاکنون نتوانسته‌اند به طور جامع و جذاب الگوهایی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی و ایرانی ارائه دهند که با نیازهای نسل جوان سازگار باشد.

جمع‌بندی

بخش مهمی از تحولات شتاب‌زده و گوناگون در ارتباط با نهاد خانواده در دنیای امروز به‌شدت متأثر از سرعت بالای تغییرات و جابه‌جایی مرزهای جدید در حوزه رسانه است. با گسترش دامنه تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی و اجتماعی، اهمیت مدیریت بر این عرصه بیشتر می‌شود. رشد بالای مصارف رسانه‌ای خانواده‌ها در بسترهای جدید ارتباطی مانند شبکه‌های اجتماعی و سکوها ارائه‌دهنده محتوا و تغییر ساعت و میزان استفاده از فضای مجازی و اینترنت در کنار شکل‌گیری چالش‌ها و آسیب‌های موجود در خانواده، ضرورت حکمرانی رسانه با محوریت خانواده را دوچندان کرده است. صیانت از نهاد خانواده در جامعه ایران اسلامی اگرچه به عنوان یک اصل پذیرفته شده در سطوح کلان سیاست‌گذاری مورد وفاق بوده است؛ اما در بررسی کم و کیف عملکرد حکمرانی رسانه در این موضوع، دچار چالش‌های فراوانی هستیم. اولین و مهم‌ترین نکته این است که ما در حوزه حکمرانی رسانه هنوز دارای چارچوب و الگوی سیاستی برای حکمرانی رسانه نیستیم و متأسفانه به لحاظ گفتمانی، درک روشنی از مفهوم حکمرانی رسانه در میان سیاست‌گذاران صورت نگرفته و همین صورت‌بندی نشدن مانع عزم جدی برای تقویت حوزه سیاستی و تدوین یک الگوی پایدار سیاستی در این عرصه شده است. از سوی دیگر سنت سیاست‌گذاری در کشور به‌طور معمول از رویه‌های آرمان‌گرایانه و دور از دسترس پیروی می‌کند و همین امر باعث غلبه روحیه آرمان‌گرایی به جای واقع‌بینی می‌شود.^۱

چالش دیگر به کم و کیف رسانه‌های فعال در کشور به‌ویژه در بخش‌های غیرنهادی و

۱. علوم خبری.

غیردولتی باز می‌گردد؛ یعنی آن بخش از ظرفیت حکمرانی که به عنوان بازیگران جدید در کنار نهادهای حکومتی و دولتی می‌توانند به تحقق حکمرانی مطلوب کمک کنند. منتهی واقعیت این بخش در مسئله رسانه و خانواده، واقعیت تلخی است که به آسیب‌پذیری نهاد خانواده در نسبت با رسانه‌های نو انجامیده است. در این بخش به صورت محسوسی شاهد فاصله‌مندی میان حوزه سیاست‌گذاری و رسانه‌های ناهماهنگ هستیم؛ لذا در این اوضاع، تلاش برای تحقق حکمرانی رسانه خانواده‌محور، مضاعف و تا حدودی فاقد نتیجه‌بخشی مطلوب است. در این شرایط، اوضاع سیاست‌های کلی ابلاغی رهبر معظم انقلاب در موضوع خانواده نمی‌تواند فرایند جاری‌سازی و تحقق‌یافتگی خود را از سطح کلان به سطح خرد و در تعیین‌یافتگی در میدان پیدا کند؛ لذا در سنجش نسبت میان عملکردها در حوزه رسانه و سیاست‌های بالادستی، شکاف عمیقی وجود دارد. در چنین اوضاعی به نظر می‌رسد مهم‌ترین ایده‌پیشران برای کمک به حل مسئله را می‌توان در دو سطح کلان و خرد طرح کرد. در سطح کلان ما نیازمند تدوین الگوی حکمرانی رسانه بر اساس اقتضائات موجود هستیم و در سطح خرد نیز نیازمند شکل‌گیری شبکه منسجم و هماهنگ از سکوهای تولید محتواهای رسانه‌ای در موضوع خانواده هستیم. درحقیقت برای فعال شدن حکمرانی رسانه‌ای خانواده‌محور باید چرخه تولید این حکمرانی با بسط حوزه راهبری و تولید در لایه‌های میانی حکمرانی ورود کند و در ارتباط با بازیگران مردمی به عملیاتی‌سازی اصول سیاست‌های کلی خانواده بپردازد. مادامی که در سطوح میانی و خرد در حکمرانی، سازوکار فعال‌سازی هدفمند طراحی نشود، تدوین اصول و سیاست‌های کلان راه به جایی نمی‌برد. مشکل امروز حوزه رسانه حجم انبوه تولیداتی است که با جذب بالای مخاطب خانواده‌ها، گاهی در تضاد با نظام ارزشی خانواده ایرانی - اسلامی قرار دارد. یکی از دلایل این اتفاق، درک درست و اصولی نداشتن از نظام ارزشی موردنظر ما در حوزه خانواده است؛ بدین معنا که تولیدکنندگان رسانه‌ای بر مبنای اصل سودمحوری به سوژه‌سازی‌هایی می‌پردازند که تقریباً بیشتر آنها به‌نوعی برساخت علیه کانون خانواده است. لذا با ایجاد یک شبکه تولیدی قدرتمند که بتواند نبض میدان را در دست گیرد و با توجه به «چگونگی ترجمه اصول و ارزش‌های خانواده به سوژه‌های تولیدی در رسانه»، «طراحی مدل‌های ذائقه‌سازی برای مخاطبان هدف»، «شناسایی و شبکه‌سازی از خرده‌تولیدکنندگان پراکنده در میدان» و «ایجاد مفاهیم و ارتباط و فهم بین‌الذهانی بین متولیان و تولیدکنندگان» به خلق یک زیست‌بوم رسانه‌ای خانواده‌محور بپردازد، تا حدودی می‌توان در حکمرانی خانواده‌محور به موفقیت رسید.

منابع

- قرآن کریم.
۱. بیانات رهبر معظم انقلاب؛ در:
۲. <https://farsi.khamenei.ir/>
۳. اخوت، احمدرضا (۱۳۹۲). تدبیر در ساحت بیت. تهران: نشر قرآن و اهل بیت علیهم السلام نبوت، ۱۳۹۲.
۴. اسپنسر، متا (مرداد ۱۳۸۳). جایگاه خانواده در غرب. ترجمه مهدی محمدی و حسن یوسفزاده، مجله معرفت، (۸۰)، ۸۲-۹۴.
۵. اکبرپور، سمیرا و علیزاده، محمدی (۱۳۹۹). آسیب‌شناسی اثر درون‌مایه سریال‌های شبکه نمایش خانگی بر خانواده؛ یک تحلیل درون‌مایه مبتنی بر نگاه سیستمی در خانواده. نشریه علمی مشاوره و روان‌درمانی خانواده، ۱۰ (۲)، ۳۰۶-۳۲۰.
۶. آزاد ارمکی، تقی و حسینی، فضا سادات و مهری، بهار و آذری، هاجر (۱۴۰۰). تحولات معنایی خانواده در اسناد بالادستی صادره از جانب رهبر معظم انقلاب اسلامی ایران. مطالعات الگوی پیشرفت اسلامی - ایرانی، (۱۷)، ۱۰۱-۱۲۴.
۷. بوجاری، سهیلا و پرچم، اعظم (۱۳۹۲). بررسی تطبیق جایگاه و اهمیت ازدواج و تشکیل خانواده در اسلام و یهود. معرفت ادیان، (۱۵)، ۱۹-۳۹.
۸. بیات کمیتکی، مهناز و موهبتی، احسان (۲۰۲۳م). حکمرانی خوب به مثابه هدف مشترک حقوق عمومی و توسعه. پژوهش‌های حقوقی، ۲۲ (۵۵)، ۲۴۹-۲۸۱.
۹. تبریزی، منصوره (۱۳۹۸). رابطه رسانه‌ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده. مطالعات رسانه‌های نوین، (۱۸)، ۱۶۷-۲۰۲.
۱۰. دباغ، سروش و نفی، ندا (۱۳۸۸). تبیین مفهوم خوبی در حکمرانی خوب. نشریه مدیریت دولتی، ۱ (۳)، ۳-۱۸.
۱۱. رضایی، صفیه و محمدی خانقاهی، محسن (۱۴۰۲). بررسی چالش‌های ترسیم الگوی سیاستی حکمرانی رسانه‌ای در کشور؛ با رویکرد نظریه داده‌بنیاد. علوم خبری، ۱۲ (۴۸)، ۵۰-۶۰.
۱۲. رضایی، علی‌اکبر (۱۴۰۰). مزایا و معایب رسانه در حکمرانی از نگاه امامین انقلاب. آفاق علوم انسانی، ۵۱ (۵)، ۱۷-۳۲.
۱۳. زورق، محمدحسن (۱۳۶۸). مبانی تبلیغ. تهران: سروش.

۱۴. ساروخانی، باقر (۱۳۷۰). مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی خانواده. تهران: انتشارات سروش.
۱۵. ساروخانی، باقر (۱۳۷۹). جامعه‌شناسی و ارتباطات. تهران: اطلاعات.
۱۶. شمس، لیلا (بهار و تابستان ۱۴۰۲). حکمرانی عمومی: چالش‌ها و مسائل. دوفصلنامه توسعه علوم انسانی، ۴ (۷)، ۱۵۷-۱۷۴.
۱۷. عرب خراسانی، سمیه و حسینی، فضا سادات (۱۴۰۰). تحول معنایی خانواده در اسناد بالادستی جمهوری اسلامی ایران. مطالعات جامعه‌شناختی، (۵۹)، ۲۸۷-۳۱۱.
۱۸. علاسوند، فریبا (۱۳۸۹). رسانه و بحران نقش‌های جنسیتی در خانواده. بازتاب اندیشه، (۱۱۶)، ۸۳-۱۱۰.
۱۹. عمیدی، عبدالله (۱۳۸۵). درآمدی بر نگاه رسانه‌ای به بسیج. مطالعات راهبردی بسیج، (۳۲)، ۴۷-۷۴.
۲۰. قائمی امیری، علی (۱۳۹۱). خانواده در اسلام. تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.
۲۱. کیان‌خواه، احسان (۱۳۹۷). چالش‌های راهبردی حکمرانی با گسترش فضای سایبر. فصلنامه علمی امنیت ملی، ۹ (۳۴)، ۱۵۳-۱۷۴.
۲۲. محقق، صدیقه و شریفی، فاطمه (۱۳۹۹). نقش خانواده تراز انقلاب اسلامی در معنویت‌گرایی جامعه بین‌الملل. مطالعات تربیتی و روان‌شناختی خانواده، ۱ (۲)، ۹-۳۳.
۲۳. مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری (۱۳۹۹). گزارش نشست حکمرانی جهانی فضای مجازی: توصیه‌هایی برای کنشگری فعال.
۲۴. ملک‌پور، فاطمه (۱۳۹۰). نقش رسانه‌ها در تغییر ارزش‌ها و هنجارهای خانواده. رسانه و خانواده، (۱)، ۲۱۹-۲۳۴.
۲۵. منطقی، مرتضی (۱۳۸۹). خانواده، فناوری‌های جدید ارتباطی و رسانه. بازتاب اندیشه، (۱۱۶)، ۳۵-۶۱.
۲۶. موسوی خمینی، سیدروح‌الله (۱۳۸۷). صحیفه امام: بیانات، پیام‌ها، مصاحبه‌ها، احکام، اجازات شرعی و نامه‌ها. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
۲۷. موسوی فرد، سیدمحمد رضا (۱۴۰۲). جستاری آسیب‌شناسانه جرم‌شناختی بر تأثیرات اجتماعی تخلفات حکمرانی نامطلوب با نگاهی به آموزه‌های اسلامی. آموزه‌های فقه و حقوق جزا، ۲ (۳)، ۸۵-۱۰۰.

28. Boyatzis, R. E. (1998). Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development. Sage Publications, Inc.

29. Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2).
30. Brown, I. & Marsden, C. T. (2023). *Regulating Code: Good Governance and Better Regulation in the Information Age*. MIT Press.
31. Celli, F. & Polonio, L. (2015). Facebook and the Real World: Correlations between Online and Offline Conversations. *Second Italian Conference on Computational*, Trento.
32. Lazzeretti, L. (2023). What is the Role of Culture Facing the Digital Revolution Challenge? Some Reflections for a Research Agenda. *Rethinking Culture and Creativity in the Digital Transformation*, 10-30.
33. Limani, B. & Limani, E. (2022). "Let us talk": Incorporating the Coordinated Management of Meaning's Communication Perspective as Part of Public Diplomacy Efforts Between Government, the Private Sector, and the Foreign Public. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9 (1), 1-7.
34. Demo, D. (1991). Coming Apart: Radical Departures Since 1960. In: *Marriage and Family*, (p.107). Allege & Bacon.
35. Erturk, I. & Froud, J. & Johal, S. & Williams, K. (2004). Corporate Governance and Disappointment. *Review of International Political Economy*, 11 (4), 677-713.
36. Mende, J. & Hoff, A. (2022). The Governance Authority of Non-State Actors in the Business and Human Rights Regime. *Journal of Human Rights*, 21 (5), 593-603.
37. Finkelstein, L. (1995). What is Global Governance?. *Global Governance*, 1 (1), 367-372.
38. Mover, E. R. (1927). *Family Disorganization: An Introduction to Sociological Analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
39. Nye, J. S. & Donahue, J. (2010). *Governance in a Globalizing World*. Brookings Institution Press, Washington, D.C., U.S.A.
40. Rogers, P. & Hall, A. W. (2003). *Effective Water Governance*. Global Water Partnership, Technical Committee, TEC Background Papers No. 7.
41. Patrick, S. (2014). The Unruled world: The Case for Good Enough Global Governance. *Foreign Affairs*, 93 (1) 58-73.
42. Sánchez-Fernández, R. & Jiménez-Castillo, D. (2021). How Social Media Influencers Affect Behavioural Intentions Towards Recommended Bbrands: the Role of Emotional Attachment and Information Value. *Journal of Marketing Management*, 37 (11-12), 1123-1147.
43. Sutrisno, S. (2023). Changes in Media Consumption Patterns and their Implications for People's Cultural Identity. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1 (1), 18-25.
44. Weiss, T. (2000). Good Governance and Global Governance. *Third World Quarterly*, (21).