

بررسی نقش رسانه در تربیت کودک با تأکید بر ارائه راهکارهای تعادل بخشی

فریبا شهیدی فر

بتول مفخمی

زهره مقیمی

سپیده اکبری

مجتمع آموزش عالی حوزوی امام حسن مجتبی علیه السلام تهران

چکیده:

در عصر دیجیتال، رسانه‌ها نقش پررنگی در تربیت کودکان ایفا می‌کنند و می‌توانند هم به عنوان ابزاری آموزشی و هم به عنوان عاملی مخرب عمل نمایند. این مقاله با روش توصیفی-تحلیلی به بررسی تأثیرات مثبت و منفی رسانه‌های دیجیتال بر رشد شناختی، عاطفی و اجتماعی کودکان پرداخته و راهکارهای عملی برای ایجاد تعادل در استفاده از رسانه ارائه داده است. از جمله این راهکارها می‌توان به نظارت فعال والدین، تعیین محدودیت‌های زمانی، انتخاب محتوای مناسب سن و تشویق فعالیت‌های غیردیجیتال اشاره کرد. همچنین، اهمیت الگوسازی رفتاری صحیح توسط والدین و تقویت سواد رسانه‌ای در خانواده مورد تأکید قرار گرفته است. در نهایت، این پژوهش نشان داده است که با مدیریت آگاهانه، می‌توان از رسانه به عنوان مکملی مفید در فرآیند تربیت کودک بهره برد.

واژگان کلیدی: رسانه، سواد رسانه‌ای، تربیت کودک، تعادل بخشی، عصر دیجیتال.

مقدمه:

در عصر حاضر، رسانه‌ها به عنوان یکی از مؤثرترین عوامل اجتماعی سازی کودکان، نقش بی بدیلی در شکل دهی به ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای آنان ایفا می‌کنند. گسترش فزاینده فناوری‌های دیجیتال و تنوع محتوای رسانه‌ای، چالش‌های نوظهوری را در حوزه تربیت کودک ایجاد کرده است. از یک سو، رسانه‌ها می‌توانند بستری برای آموزش، رشد خلاقیت و گسترش دانش کودکان فراهم آورند و از سوی دیگر، محتوای نامناسب، استفاده افراطی و عدم نظارت کافی می‌تواند پیامدهای منفی متعددی از جمله کاهش مهارت‌های اجتماعی، اختلال در رشد شناختی و القای ارزش‌های ناسالم را به دنبال داشته باشد. مطالعات متعدد نشان می‌دهد که کودکان امروز ساعات قابل توجهی از وقت خود را صرف تعامل با انواع رسانه‌ها می‌کنند، در حالی که اغلب فاقد مهارت‌های لازم برای تحلیل و ارزیابی انتقادی محتوا هستند. این مسأله لزوم مداخله آگاهانه والدین و مربیان را در مدیریت و هدایت مصرف رسانه‌ای کودکان بیش از پیش آشکار می‌سازد. با این حال، بسیاری از خانواده‌ها و نظام‌های آموزشی فاقد راهکارهای عملی برای ایجاد تعادل میان بهره‌گیری از فرصت‌های آموزشی رسانه و پیشگیری از تهدیدات آن هستند. این پژوهش در پی پاسخ به این پرسش اساسی است که چگونه می‌توان با ارائه راهکارهای تعادل‌بخش، از ظرفیت‌های مثبت رسانه در تربیت کودک بهره برد و همزمان از آثار منفی آن پیشگیری کرد؟ شناسایی الگوهای مؤثر در مدیریت مصرف رسانه، تدوین راهکارهای عملی برای والدین و مربیان و تبیین نقش نهادهای فرهنگی در این زمینه، از جمله اهداف این مطالعه خواهد بود. یافته‌های این تحقیق می‌تواند چارچوبی علمی برای بهره‌گیری بهینه از رسانه در فرآیند تربیت کودک ارائه دهد. در واقع، این مطالعه پاسخی علمی به دغدغه‌های تربیتی خانواده‌ها در عصر دیجیتال محسوب می‌شود. از سوی دیگر، با توجه به سرعت تحولات فناوری و تنوع روزافزون محتوای رسانه‌ای، نیاز به الگوهای تربیتی متناسب با این شرایط بیش از پیش احساس می‌شود. این تحقیق، نه تنها به تقویت سواد رسانه‌ای والدین و مربیان کمک می‌کند، بلکه می‌تواند مبنایی برای سیاست‌گذاری‌های کلان در حوزه کودک و رسانه باشد. یافته‌های این مطالعه می‌تواند در طراحی برنامه‌های آموزشی، تولید محتوای مناسب کودک و حتی تنظیم مقررات رسانه‌ای مورد استفاده قرار گیرد. بنابراین، انجام این تحقیق هم از منظر علمی و هم از جنبه کاربردی دارای اهمیت است؛ چرا که به ارتقای کیفیت تربیت نسل آینده در مواجهه با چالش‌های عصر رسانه کمک می‌کند.

قابل ذکر است که محققان به دنبال کشف چپستی نقش رسانه در تربیت کودک با تأکید بر ارائه راهکارهای تعادل‌بخشی، از رهگذر پاسخ دهی به سوالات زیر است:

1. رسانه‌ها چگونه بر جنبه‌های مختلف تربیت کودک تأثیر می‌گذارند؟
 2. تأثیرات مثبت و منفی استفاده از رسانه‌ها در رفتار و شخصیت کودکان چیست؟
 3. عوامل مؤثر بر بهره‌مندی کودک از رسانه‌های دیجیتال به صورت سالم و مفید کدامند؟
 4. نقش والدین و مربیان در کنترل و مدیریت مواجهه کودکان با رسانه‌ها چگونه است؟
 5. چه راهکارهایی برای تعادل بخشی به استفاده کودکان از رسانه‌ها می‌توان ارائه داد؟
 6. تأثیر محتوای رسانه‌ای آموزشی در تقویت مهارت‌های اجتماعی و فکری کودکان چگونه است؟
 7. رسانه‌های مختلف (تلویزیون، اینترنت، بازی‌های ویدئویی و غیره) چه تفاوت‌هایی در تأثیرگذاری بر تربیت کودک دارند؟
 8. چگونه می‌توان از ظرفیت‌های رسانه برای تربیت مثبت و سازنده کودکان بهره برد؟
- جستجو‌ها در این زمینه جهت پیشینه‌شناسی نشان داد که آثاری چند نگارش یافته است:

کتاب: «تاثیر رسانه در تربیت کودکان»، نوشته: ابراهیم نگرایی که در سال ۱۴۰۱ توسط اثر قلم انتشار یافته است.

مقاله: «بررسی تاثیر رسانه بر تربیت و رشد کودکان و نوجوانان»، نویسندگان: زهره سعیدی و محسن فراهانی که در سال ۱۳۹۱ در پژوهش نامه تربیت منتشر شده است.

به رغم نگارش آثار یاد شده، باید اذعان داشت که مطالعات بومی در این زمینه به ویژه در بستر فرهنگ جامعه ایرانی اسلامی اندک و پراکنده است و این مطالعه از این جهت ارزشمند است که ضمن توجه به واقعیت های زندگی دیجیتال از موضوعی منصفانه و علمی، با هدف ارتقای کیفیت تربیت فرزندان طراحی شده است. لذا شاید بتوان ادعا کرد این مقاله با زاویه ای نوآورانه به مساله یاد شده می پردازد.

۲- مفهوم شناسی:

پیش از ورود به متن اصلی مقاله، لازم است واژگان کلیدی مطرح و بررسی شوند:

۲-۱- رسانه:

«رسانه» به معنای وسیله رساندن، آنچه چیزی را از جایی به جایی برساند، واسطه انتقال پیام و خبر آمده است. همچنین در فرهنگ معین، واژه «رسانه» گاهی به معنی «حسرت و افسوس» هم آمده که البته کاربرد اصلی آن در زمینه ارتباطات است (معین، ۱۳۸۷، ج ۳، ص ۲۵۶۷). واژه نزدیک به رسانه، «وسیله» و «واسطه» آمده است که به معنای ابزاری برای پیوند و انتقال است (فراهیدی، ۱۴۰۹، ج ۸، ص ۱۶۲).

در علوم ارتباطات، «رسانه» به کلیه ابزارها و نهادهایی اطلاق می شود که برای انتقال پیام، اندیشه و اطلاعات از فرستنده به گیرنده به کار می روند، مانند تلویزیون، روزنامه، رادیو، اینترنت و مواردی از این دست (معتمد نژاد، ۱۳۸۰، ص ۴۵).

۲-۲- سواد رسانه ای:

«سواد» به معنای دانایی، توانایی خواندن و نوشتن و فهمیدن مطلب (معین، ۱۳۸۷، ج ۲، ص ۱۴۵۰) یا دانش درک نوشته ها و علوم آمده است (فراهیدی، ۱۴۰۹، ج ۴، ص ۳۵۸). با توجه به ذکر تعریف رسانه که قبلاً بیان شد، باید گفت که ترکیب «سواد رسانه ای»، در لغت به معنای توانایی خواندن و فهمیدن رسانه هاست. اما «سواد رسانه ای»، در اصطلاح به معنای مجموعه ای از مهارت ها و توانایی ها برای دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تولید پیام های رسانه ای به شیوه ای انتقادی و آگاهانه است (شکرخواه، ۱۳۹۳، ص ۲۱).

۲-۳- تربیت کودک:

«تربیت» به معنای «پرورتن، پرورش دادن، آموختن ادب و اخلاق» آمده است (معین، ۱۳۸۷، ج ۱، ص ۱۰۴۸). «کودک» نیز به معنای «فرزند خردسال و بچه ای است که هنوز به حد بلوغ نرسیده» وارد شده است (همان، ج ۲، ص ۲۳۴۵). در زبان عربی، «رَبّ» و «تربیه» با ریشه (ربو) به معنای «انشاء شیء حالاً فحلاً إلى حدّ التمام»؛ یعنی پرورش دادن و رساندن تدریجی موجود به کمال آمده است (فراهیدی، ۱۴۰۹، ج ۴، ص ۲۴۲). همچنین برای «طفل» (معادل کودک) معنای «الولد الصغیر»، یعنی فرزند خردسال ذکر شده است (همان، ج ۵، ص ۳۳۱). بنابراین، «تربیت کودک» به معنای پرورش و هدایت فرزند خردسال در مسیر رشد و کمال است. در علوم تربیتی، «تربیت کودک» عبارت است از «فرآیندی آگاهانه و هدفمند که طی آن والدین، مربیان و جامعه در ابعاد گوناگون جسمی، ذهنی، اخلاقی، عاطفی و اجتماعی، کودک را پرورش داده و او را برای زندگی فردی و

اجتماعی آماده می‌کنند» (شکوهی یکتا، ۱۳۸۱، ص ۲۹). همچنین، برخی متخصصان تعلیم و تربیت، تربیت کودک را «هدایت و جهت‌دهی نظام‌مند تجارب و رفتارهای کودک در جهت دستیابی به ارزش‌های مطلوب و رشد همه جانبه شخصیت» می‌دانند (سیف، ۱۳۹۰، ص ۷۵).

۲-۴- تعادل بخشی:

واژه «تعادل» هم سنگ شدن، برابر شدن در وزن یا مقدار، برابری و همسانی در نیروها (معین، ۱۳۸۷، ص ۱۹۲۶) و کلمه «بخشیدن» (در ترکیب تعادل بخشی) دادن، عطا کردن، فراهم ساختن و ایجاد نمودن است (همان، ج ۱، ص ۴۸۵). بنابراین، «تعادل بخشی» در لغت به معنای ایجاد برابری و همسنگی در نیروها یا شرایط است. این اصطلاح، به معنای فرآیندی است که در آن فرد یا جامعه می‌کوشد میان نیازها، ارزش‌ها، خواسته‌ها و محدودیت‌های محیطی هماهنگی ایجاد کند (ساعی، ۱۳۹۴، ص ۱۴۳).

۲-۵- عصر دیجیتال:

«عصر»، به معنای «زمان، دوره‌ای از تاریخ یا زندگی و دوران» است (معین، ۱۳۸۷، ج ۵، ص ۲۸۴۵) و دیجیتال، واژه‌ای دخیل از زبان انگلیسی (Digital) و در فرهنگ‌های قدیمی فارسی نیامده است، اما در فرهنگ‌های معاصر «دیجیتال = وابسته به اعداد، داده‌ها و سیگنال‌های عددی، مقابل آنالوگ» است (آریان پور کاشانی، ۱۳۸۵، ص ۵۶۴). در علوم ارتباطات، «عصر دیجیتال» به دوره‌ای اطلاق می‌شود که ویژگی اصلی آن گسترش فناوری‌های مبتنی بر داده‌های دیجیتال، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و رایانه‌ها است (فاضلی، ۱۳۹۵، ص ۲۴۱).

۳- یافته های تحقیق:

در این قسمت، یافته های تحقیق منعکس می گردد:

۳-۱- تاثیر رسانه بر جنبه های مختلف تربیت کودک:

رسانه‌ها نقش بسیار مهمی در تربیت کودکان ایفا می‌کنند و می‌توانند بر جنبه‌های مختلف رشد شناختی، عاطفی، اجتماعی و اخلاقی آنها تأثیر بگذارند.

۳-۱-۱- تاثیر رسانه بر رشد شناختی:

رسانه‌های آموزشی و برنامه‌ریزی شده، در صورت استفاده صحیح، می‌توانند ابزاری قدرتمند برای تقویت رشد شناختی و تسهیل یادگیری در کودکان باشند. این محتواها با به کارگیری عناصری مانند قصه‌گویی، موسیقی، تصاویر جذاب و تکرار، به توسعه دایره لغات، مهارت‌های حل مسئله، خلاقیت و آمادگی تحصیلی کودک کمک شایانی می‌کنند (سیف، ۱۳۹۹، ص ۲۴۵). برنامه‌هایی که به آموزش مفاهیم پایه به شیوه‌ای تعاملی می‌پردازند، انگیزه یادگیری را در کودک افزایش داده و پایه‌های شناختی او را تقویت می‌نمایند. این رویکرد مثبت از رسانه، همسو با تأکید اسلام بر اهمیت یادگیری و تعقل است که در آیه شریفه «قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ؟ بگو: آیا کسانی که معرفت و دانش دارند و کسانی که بی بهره از معرفت و دانش اند، یکسانند؟ فقط خردمندان متذکر می‌شوند» (زمر: ۹)، به زیبایی به آن اشاره شده است.

در نقطه مقابل، مصرف بی‌رویه و بدون نظارت محتوای رسانه‌ای، به ویژه برنامه‌های سریع، خشن یا غیرآموزشی، می‌تواند اثراتی مخرب بر توانایی‌های شناختی کودک بگذارد. پژوهش‌ها نشان می‌دهند تماشای طولانی‌مدت این قبیل برنامه‌ها با کاهش تمرکز و ضعف در پردازش اطلاعات عمیق مرتبط است (شکوهی، ۱۳۹۸، ص ۱۸۷). این مسأله باعث می‌شود کودک در محیط‌های آموزشی برای دنبال کردن درس و تمرکز با مشکل مواجه شود. از منظر دینی، اسلام همواره بر حفظ عقل و پرهیز از هر

آنچه آن را تضعیف می‌کند، تأکید دارد. پیامبر اکرم صلوات الله علیه، در حدیثی عقل را غریزه‌ای می‌دانند که با دانش و تجربه افزایش می‌یابد (ابن شعبه حرانی، ۱۳۸۷، ص ۴۴). بنابراین، رسانه‌ای که به جای افزایش علم، باعث پراکندگی ذهن شود، در تضاد با این توصیه ارزشمند است.

۳-۱-۲- تأثیر رسانه بر رشد عاطفی:

رسانه‌ها به عنوان یک مربی نامرئی، نقش بسزایی در شکل‌گیری هیجانات کودکان ایفا می‌کنند. برنامه‌های سازنده و مثبت‌نگر که بر پایه اصول روانشناسی رشد طراحی شده‌اند، می‌توانند به کودکان در شناسایی، بیان و مدیریت احساسات خود کمک کنند (کدیور، ۱۴۰۰، ج ۱، ص ۱۵۸). در نقطه مقابل، مواجهه مداوم با محتوای نامناسب رسانه‌ای می‌تواند تأثیرات ویرانگری بر سلامت عاطفی کودک داشته باشد. قرار گرفتن در معرض محتوای خشن، ترسناک یا غم‌انگیز می‌تواند باعث بروز اضطراب، هراس‌های شبانه و کابوس‌های مداوم شود (شکوهی، ۱۳۹۸، ص ۱۹۱). همچنین، تبلیغات گسترده و القای سبک زندگی مصرف‌گرا می‌تواند به تقویت احساس فقدان، حقارت و کاهش عزت نفس در کودکانی که به آن امکانات دسترسی ندارند، بینجامد. اسلام همواره بر حفظ آرامش روان و پرهیز از هر عاملی که موجب اضطراب و اختلال در سلامت عاطفی می‌شود، تأکید دارد. قرآن کریم آرامش نهایی قلب‌ها را تنها در یاد خدا می‌داند: «الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ» همان کسانی که ایمان آورده‌اند و دل‌هایشان به یاد خدا آرام می‌گیرد. آگاه باش که با یاد خدا دل‌ها آرامش می‌یابد (رعد: ۲۸). رسانه‌ای که به جای ایجاد امنیت خاطر، عامل ترس و اضطراب و حسرت شود، در تضاد کامل با این آرامش بخشی است و واضح است که اضطراب و هیجانات منفی کنترل نشده، بزرگترین مانع برای تعقل و آرامش درونی هستند.

۳-۱-۳- تأثیر رسانه بر رشد اجتماعی:

رسانه‌ها به عنوان یک عامل اجتماعی سازی قدرتمند، نقش تعیین کننده‌ای در شکل‌گیری مهارت‌ها و رفتارهای اجتماعی کودکان ایفا می‌کنند. برنامه‌های آموزشی و ارزش‌محور که بر پایه اصول روانشناسی رشد طراحی شده‌اند، می‌توانند مهارت‌های ارتباطی، همکاری گروهی، همدلی و حل تعارض را به کودکان بیاموزند (سیف، ۱۳۹۹، ص ۳۱۲). این نقش آموزشی رسانه، در راستای توصیه‌های قرآن کریم درباره اهمیت تعاون و همکاری‌های اجتماعی است: «وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى؛ و در راه نیکی و پرهیزگاری با یکدیگر همکاری کنید (مائده: ۲)». چنین برنامه‌هایی می‌توانند مبنای یادگیری فضایل اجتماعی قرار گیرند.

در مقابل، مواجهه مداوم با محتوای نامناسب رسانه‌ای می‌تواند تأثیرات مخربی بر رشد اجتماعی کودک داشته باشد. قرار گرفتن در معرض محتوای خشن، پرخاشگرانه یا حاوی کلیشه‌های اجتماعی نادرست، می‌تواند منجر به تقلید رفتارهای پرخاشگرانه، کاهش مهارت‌های حل مسالمت‌آمیز تعارض و ایجاد حس بی‌اعتمادی در کودک شود (شکوهی، ۱۳۹۸، ص ۱۷۵). اسلام به شدت بر پرهیز از عوامل تفرقه و خشونت تأکید دارد.

۳-۱-۳- تأثیر رسانه بر رشد اخلاقی:

رسانه‌ها به عنوان یک عامل اجتماعی سازی قوی، نقش بنیادی در شکل‌گیری نظام ارزشی و اخلاقی کودکان ایفا می‌کنند. برنامه‌های آموزشی و ارزش‌محور که منطبق با اصول روانشناسی رشد طراحی شده‌اند، می‌توانند فضیلت‌های اخلاقی همچون صداقت، ایثار، عدالت‌خواهی و احترام به دیگران را در کودکان نهادینه کنند (شکوهی، ۱۳۹۸، ص ۲۰۳).

در مقابل، مواجهه مداوم با محتوای غیراخلاقی می‌تواند تأثیرات مخربی بر رشد اخلاقی کودک داشته باشد. قرار گرفتن در معرض محتوای حاوی خشونت، فریب، بی‌حرمتی و نقض هنجارهای اجتماعی می‌تواند به کاهش حساسیت اخلاقی، تضعیف وجدان اخلاقی و القای ارزش‌های کاذب بینجامد.

۳-۷- تفاوت‌های تأثیرگذاری بر تربیت کودک در رسانه های مختلف:

رسانه‌های مختلف مانند تلویزیون، اینترنت، بازی‌های ویدئویی و... هرکدام به دلیل ماهیت و کارکرد متفاوت، اثرهای خاصی بر شخصیت و تربیت کودک بر جای می‌گذارند. شناخت این تفاوت‌ها برای والدین و مربیان بسیار ضروری است تا بتوانند از ظرفیت‌های مثبت رسانه بهره‌گیرند و آثار منفی آن را کاهش دهند:

۳-۷-۱- تلویزیون:

تلویزیون، یکی از پرنفوذترین رسانه‌ها در زندگی کودکان است. تصویر، صدا و حرکت همزمان باعث جذابیت و تأثیر عاطفی شدید آن می‌شود. کودکان به ویژه در سنین پایین، قدرت تمایز کامل بین واقعیت و خیال را ندارند و ممکن است رفتارهای شخصیت‌های کارتون‌ی یا سریال‌ها را تقلید کنند. از سوی دیگر، اگر محتوای مناسب انتخاب شود، تلویزیون می‌تواند ابزاری برای آموزش مهارت‌های اجتماعی، دینی و اخلاقی باشد (حیدری، ۱۳۹۵، ص ۹۸).

۳-۷-۲- اینترنت:

اینترنت، فرصت‌های گسترده‌ای برای یادگیری، جستجو و تعامل فراهم می‌آورد. کودکان می‌توانند با دنیای دانش و فرهنگ‌های مختلف آشنا شوند. اما در کنار این ظرفیت‌ها، چالش‌هایی همچون دسترسی به محتوای نامناسب، اعتیاد اینترنتی و انزوای اجتماعی نیز مطرح است. آنچه اهمیت دارد، مدیریت زمان و نوع استفاده است (مظفری، ۱۳۹۴، ص ۱۵۵).

۳-۷-۳- بازی‌های ویدئویی:

بازی‌های ویدئویی یکی از جذاب‌ترین رسانه‌ها برای کودکان هستند. این بازی‌ها می‌توانند باعث رشد هوش بصری-فضایی، سرعت عمل و تصمیم‌گیری شوند. با این حال، برخی بازی‌های خشن موجب پرخاشگری، کاهش همدلی و حتی اعتیاد رفتاری می‌گردند. انتخاب درست بازی و محدودسازی زمان، نقش تعیین‌کننده‌ای در اثر مثبت یا منفی آن‌ها دارد (شریفی، ۱۳۹۷، ص ۲۰۳).

تفاوت‌های کلیدی، در تأثیرگذاری رسانه‌های مختلف بر کودکان را می‌توان در سه محور اصلی خلاصه کرد: اول در سطح تعامل، که در آن تلویزیون یک رسانه منفعلانه است، در حالی که اینترنت و بازی‌های ویدئویی، تعامل فعال و مداخله مستقیم کودک را طلب می‌کنند. دوم در میزان تأثیرگذاری عاطفی، که تلویزیون با بهره‌گیری از تصاویر و اصوات پویا، اثری سریع و سطحی بر هیجانات می‌گذارد؛ اما بازی‌های ویدئویی از طریق درگیر کردن بازیکن در رخدادهای و نتایج بازی، تأثیر عمیق‌تر و ماندگارتری بر رفتار و حالات عاطفی او بر جای می‌گذارند و سوم در عمق یادگیری، که اینترنت با فراهم آوردن امکان جستجو و کشف، بستری برای یادگیری عمیق و پژوهش محور ایجاد می‌کند؛ البته تحقق این امر مستلزم وجود سواد رسانه‌ای در کودک و نظارت هوشمندانه والدین است (حیدری، ۱۳۹۵، ص ۱۰۲). خداوند متعال در قرآن کریم می‌فرماید:

«فَبَشِّرْ عِبَادَ الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ؛ پس بندگان مرا بشارت ده؛ همان کسانی که سخن را می‌شنوند و از بهترین آن پیروی می‌کنند» (زمر: ۱۷-۱۸).

انسان در مواجهه با سخنان و پیام‌های گوناگون باید قدرت گزینش داشته باشد و بهترین را انتخاب کند (طباطبایی، بی تا، ج ۱۷، ص ۴۴۲). این آیه را می‌توان مبنای تربیت رسانه‌ای دانست؛ یعنی کودکان باید بیاموزند از میان پیام‌های تلویزیون، اینترنت یا بازی‌ها، محتوای سالم و مفید را برگزینند. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای حفظه الله، در دیدار با مسئولان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان در زمینه هدایت معنوی می‌فرماید: «بچه شما در آغوش شما، در مدرسه شما، در کتابخانه کانون و جلوی شماست... لیکن او بیگانه و بی‌علاقه به سرنوشت این بچه است [از رسانه‌ها بیشتر خبر دارد تا شما]...»

ما باید گردش کار را تندتر کنیم... سعی کنید بچه‌ها را با ایمان کنید... اگر شما توانستید بذر ایمان را در دل شان بکارید، در آینده می‌شود از آن‌ها هر شخصیت عظیمی ساخت» (سایت خامنه‌ای، بیانات در دیدار با مسئولان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، ۱۳۷۷/۰۲/۲۳).

مقام عظمای ولایت، با تاکید بر کاشتن بذر ایمان، نشان می‌دهند که رسانه باید در خدمت تربیت معنوی قرار گیرد، نه این که خلا حضور معنوی بزرگترها را پر کند. ایشان به ضرورت «تندتر کردن گردش کار» اشاره می‌کنند؛ یعنی باید اقدامات تربیتی با سرعت و دقت بیشتری دنبال شود تا بتوان از تأثیرات رسانه کنترل شده بهره‌مند شد.

۳-۸-۸- استفاده از ظرفیت‌های رسانه برای تربیت مثبت و سازنده کودکان:

رسانه‌ها اگر به شکل صحیح و هدفمند مورد استفاده قرار گیرند، می‌توانند نقش بسیار مهمی در تربیت مثبت و سازنده کودکان ایفا کنند. این بهره‌برداری صحیح نیازمند مدیریت محتوا، انتخاب آگاهانه و ایجاد زمینه‌های تربیتی در خانه و مدرسه است. در ادامه به چند راهکار کلیدی اشاره می‌شود:

۳-۸-۱- استفاده از رسانه برای آموزش ارزش‌های اخلاقی و دینی:

محتوای رسانه‌ای می‌تواند بستری برای آموزش مفاهیم اخلاقی همچون صداقت، احترام، تعاون و ایمان باشد. تولید و یا انتخاب برنامه‌های آموزشی و داستانی با محوریت ارزش‌ها به کودکان کمک می‌کند تا این اصول را در زندگی روزمره خود درونی سازند (حیدری، ۱۳۹۵، ص ۱۴۵). در قرآن کریم آمده است: «وَذَكِّرْ فَإِنَّ الذِّكْرَ تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ» و پند ده، که پند برای مؤمنان سودمند است» (ذاریات: ۵۵).

علامه طباطبایی در تفسیر المیزان توضیح می‌دهد که یادآوری مداوم ارزش‌ها و اصول اخلاقی سبب تثبیت آن‌ها در جان انسان می‌شود؛ رسانه می‌تواند ابزاری برای همین یادآوری و تقویت اخلاقیات باشد (طباطبایی، بی تا، ج ۱۸، ص ۳۹۱).

۳-۸-۲- تقویت مهارت‌های شناختی و خلاقیت کودکان:

برنامه‌های علمی، مستندها و بازی‌های آموزشی می‌توانند موجب افزایش خلاقیت، تقویت تفکر انتقادی و رشد مهارت‌های حل مسئله در کودکان شوند. رسانه، اگر به صورت کنترل شده مورد استفاده قرار گیرد، به ابزار یادگیری و ارتقای سطح آگاهی کودک تبدیل می‌شود (مظفری، ۱۳۹۴، ص ۱۸۰). در حدیثی از پیامبر اکرم رحمت صلوات الله علیه وارد شده: «مَنْ عَلَّمَ وَلَدًا قُرْآنًا صَغِيرًا غُفِرَ لَهُ وَلِوَالِدَيْهِ» هر کس به کودکی قرآن بیاموزد، برای او و والدینش آمرزش خواهد بود» (مجلسی، بی تا، ج ۹۲، ص ۱۹۰).

۳-۸-۳- بهره‌گیری از رسانه در تقویت هویت ملی و دینی:

رسانه‌ها نقش مهمی در انتقال فرهنگ، زبان و هویت دارند. انتخاب و ترویج برنامه‌هایی که بر عناصر بومی، فرهنگ اسلامی-ایرانی و زبان فارسی تاکید می‌کنند، به کودک کمک می‌کند تا ریشه‌های هویتی خود را بهتر بشناسد و از تأثیرات منفی فرهنگ‌های بیگانه در امان بماند (حیدری، ۱۳۹۵، ص ۱۵۸). در این مورد خداوند می‌فرماید: «وَكَذَلِكَ أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لِتُنْذِرَ أُمَّ الْقُرَى وَمَنْ حَوْلَهَا» و بدین‌گونه قرآن عربی را بر تو وحی کردیم تا مردم مکه و پیرامون آن را هشدار دهی» (شوری: ۷).

علامه طباطبایی رحمه الله علیه ذیل آیه یاد شده، می‌نویسد نزول قرآن به زبان مادری (عربی) نشان دهنده اهمیت زبان و فرهنگ بومی در انتقال پیام و هویت است (طباطبایی، بی تا، ج ۱۸، ص ۴۴۲). به همین صورت، رسانه باید زبان و فرهنگ بومی را تقویت کند.

نتیجه گیری:

در دنیای دیجیتال امروز، رسانه‌ها به جزء جدایی‌ناپذیری از زندگی کودکان تبدیل شده‌اند و نقش دوگانه‌ای در تربیت آن‌ها ایفا می‌کنند؛ هم می‌توانند فرصت‌های بی‌نظیری برای یادگیری، خلاقیت و رشد فراهم آورند و هم اگر به درستی مدیریت نشوند، تهدیدات جدی را متوجه رشد شناختی، عاطفی و اجتماعی کودکان سازند. این پژوهش به خوبی نشان می‌دهد که دستیابی به تعادل در مواجهه کودکان با رسانه، یک مسئولیت چند وجهی است که همکاری و هوشیاری خانواده، محیط‌های آموزشی و حتی خود رسانه‌ها را می‌طلبد. یافته‌ها حاکی از آن است که خانواده، به عنوان اولین و مهم‌ترین نهاد اجتماعی، نقشی محوری در شکل‌دهی به سواد رسانه‌ای کودکان و هدایت آن‌ها به سمت استفاده‌ای سالم و مفید از رسانه دارد. نظارت آگاهانه والدین، تعیین محدودیت‌های زمانی و محتوایی، تشویق به فعالیت‌های غیررسانه‌ای و از همه مهم‌تر، الگوبرداری صحیح رفتاری توسط خود والدین، از جمله راهکارهای کلیدی در این زمینه است. محیط‌های آموزشی نیز با آموزش سواد رسانه‌ای، معرفی محتوای مفید و ایجاد فضایی برای تفکر انتقادی، می‌توانند نقش مکملی در این فرآیند ایفا کنند. از سوی دیگر، خود رسانه‌ها نیز مسئولیت خطیری در تولید محتوای آموزشی، تربیتی و متناسب با سن کودکان بر عهده دارند تا بتوانند از پتانسیل بالای خود در جهت مثبت بهره ببرند. در نهایت، این مقاله تاکید می‌کند که مدیریت هوشمندانه و هدفمند رسانه، نه تنها آسیب‌های احتمالی را به حداقل می‌رساند، بلکه می‌تواند رسانه را به ابزاری قدرتمند برای افزایش دانش، مهارت‌های اجتماعی و فکری کودکان تبدیل کند. با تقویت تفکر انتقادی، هوش هیجانی و فضای گفتگوی آزاد در خانواده، می‌توان کودکان را در اقیانوس پر تلاطم رسانه‌ها به سلامت هدایت کرده و آن‌ها را برای رویارویی با چالش‌های عصر دیجیتال آماده ساخت.

فهرست منابع:

*قرآن کریم

(الف) کتاب‌های فارسی:

1. آریان‌پور کاشانی، منوچهر (۱۳۸۵)، *فرهنگ پیشرو آریان‌پور انگلیسی - فارسی*، تهران: امیرکبیر.
2. تیمی آمدی (1361)، *غررالحکم و درر الکلم*، تهران: میقات.
3. حیدری، ابراهیم (۱۳۹۵)، *رسانه و تربیت کودک*، تهران: سمت.
4. زارعی، مهناز (۱۳۹۷)، *چالش‌های فرهنگی رسانه در هویت کودکان*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
5. ساعی، احمد (۱۳۹۴)، *مبانی علم سیاست*، تهران: سمت.
6. سیف، علی‌اکبر (۱۳۹۹)، *روانشناسی پرورشی: روانشناسی یادگیری و آموزش*، تهران: نشر دوران.
7. شکرخواه، یونس (۱۳۹۳)، *سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی*، تهران: سمت.
8. شکوهی، غلامحسین (۱۳۹۸)، *مبانی و اصول آموزش و پرورش*، تهران: به نشر.
9. شکوهی یکتا، محمد (۱۳۸۱)، *مبانی و اصول تعلیم و تربیت*، تهران: انتشارات سمت.
10. فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۵)، *جامعه‌شناسی فرهنگ معاصر ایران*، تهران: نشر نی.
11. کدیور، پروین (۱۴۰۰)، *روانشناسی رشد*، تهران: انتشارات سمت.

12. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۰)، *ارتباطات انسانی و وسایل ارتباط جمعی*، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
13. معین، محمد (۱۳۸۷)، *فرهنگ فارسی*، تهران: امیرکبیر، چاپ پنجم.
14. مظفری، مریم (۱۳۹۴)، *رسانه و جامعه پذیری کودک*، تهران: نشر دانا.
- (ب) کتاب‌های عربی:
15. ابن شعبه حرانی، حسن (1387)، *تحف العقول*، قم: آل علی علیهم السلام.
16. طباطبائی، سید محمدحسین (بی‌تا)، *المیزان فی تفسیر القرآن*، قم: انتشارات جامعه مدرسین.
17. فراهیدی، خلیل بن احمد (۱۴۰۹ق)، *العین*، قم: هجرت.
18. مجلسی، محمدباقر (بی‌تا)، *بحار الأنوار*، بیروت: دارالتعارف.
- (ج) مقالات:
19. اصغری نکاح، سید محسن (۱۳۹۲)، *نشریه تعلیم و تربیت استثنایی*.
20. ابراهیمی، زهرا (۱۳۸۶)، *پنج حوزه مطرح در فناوری اطلاعات و ارتباطات و تأثیر آن بر فرآیند یاددهی-یادگیری*، فصلنامه فناوری آموزش.
21. اسدی، حسین (۱۳۹۶)، *نقش رسانه‌ها در انتقال ارزش‌های دینی به کودکان*، فصلنامه مطالعات فرهنگی، ۱۲، ۴۵-۵۰.
22. بوسلیکی، حسین (۱۳۹۹)، *نشریه مطالعات اخلاق کاربردی*، ۱۱-۴۰.
23. حسینی بامیانی، سید محمد (۱۴۰۳)، *پژوهشنامه تبلیغ و ارتباطات دینی*، ۱۲۱-۱۵۰.
24. حسینی، مریم (۱۳۸۴)، *نظرسنجی از والدین دارای فرزند ۷ تا ۱۷ ساله درباره رسانه‌ها*، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات.
25. خادمی زارع، حسن (۱۴۰۱)، *نشریه تصمیم‌گیری و تحقیق در عملیات*.
26. خوانچه سپهر، شیوا (۱۳۹۱)، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*.
27. ساعی، منوچهر (۱۴۰۲)، *نشریه مطالعات راهبردی ارتباطات*، ۷-۲۸.
28. سعدی‌پور، اسماعیل (۱۳۸۶)، *رسانه‌های جمعی و تأثیر آن بر نگرش‌ها و سبک زندگی*، مجله جامعه‌شناسی ایران.
29. سلیمانی، علی (۱۳۹۷)، *پژوهشنامه فرهنگ و رسانه*، ۹۱-۱۲۰.
30. سلطانی، فاطمه (۱۳۹۶)، *مجله مطالعات پیش‌دبستانی و دبستان*، ۳۳-۶۷.
31. عصام، مرتضی (۱۳۸۱)، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، ۱۳۳.
32. فاطمی، سعید (۱۳۹۷)، *مجله پویش در آموزش علوم انسانی*، ۱۸-۳۶.
33. فرامرزیانی، پویا (۱۴۰۰)، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، ۹-۳۰.

34. قنبری، ناهید (۱۳۹۳)، بررسی رابطه تماشای برنامه‌های خشونت‌آمیز تلویزیون با پرخاشگری کودکان، مجله روان‌شناسی تربیتی، ۸۷-۹۲.
35. مرادی عباس‌آبادی، فریبا (۱۳۸۶)، روش‌های تشویق و تنبیه کودکان و نوجوانان در سریال‌های خانوادگی تلویزیون، فصلنامه پژوهش و سنجش.
36. محمدی، لیلا (۱۳۹۲)، رسانه‌ها و تأثیر آن بر خانواده، مجله تحقیقات تربیتی، ۶۵-۷۰.
37. موحدی، محمد (۱۳۸۸)، نشریه مطالعات قرآن و حدیث، ۲۹-۶۴.
38. نقدی، علی (۱۳۹۴)، پژوهشنامه تربیت تبلیغی.
- د) نرم افزارها:
39. سایت خامنه ای.