

بسم الله الرحمن الرحيم

رویکردهای نوین تربیتی فرزندان در عصر اقتصاد توجه و فرهنگ مصرف سریع محتوا

استاد راهنما: الناز جهان پور

الهام قاسمی^۱

خدیجه هاشم زاده^۲

چکیده

در عصر اقتصاد توجه و فرهنگ مصرف سریع محتوا، کودکان و نوجوانان با انبوهی از اطلاعات و محتوای متنوع و غالباً سطحی مواجه هستند که می‌تواند تمرکز، مسئولیت‌پذیری و هویت اخلاقی و دینی آنان را تضعیف کند. این تحقیق با هدف بررسی چالش‌های تربیتی نسل جدید و ارائه رویکردهای نوین تربیتی انجام شد تا نشان دهد چگونه می‌توان فرزندان را در فضای دیجیتال توانمند ساخت و مهارت‌های لازم برای زندگی متعادل و سالم را به آنان آموخت. سؤال اصلی پژوهش این بود که چه رویکردهایی می‌تواند در مواجهه با اقتصاد توجه و مصرف سریع محتوا، اثرگذار و ماندگار باشد. یافته‌ها نشان داد که مهم‌ترین چالش‌ها شامل پراکندگی توجه، کاهش همدلی اجتماعی، ضعف مهارت‌های ارتباطی، انزوا و افزایش آسیب‌های روانی است. رویکردهای تربیتی مؤثر شامل انتخاب محتوای مناسب و متناسب با ظرفیت و نیازهای فرزندان، تشویق به تولید محتوای بومی و تربیتی، آموزش مهارت‌های ارتباطی و مدیریت فضای مجازی، پرورش جنبه‌های روانی، اجتماعی و اخلاقی، تشویق به فعالیت‌های فیزیکی و حضور در فضای واقعی و ایجاد فضای خانوادگی حمایتی و الگو محور توسط والدین است. این رویکردها می‌توانند ضمن تقویت مهارت‌های سواد رسانه‌ای، تفکر انتقادی، هوش هیجانی و مدیریت توجه، زمینه رشد و تعالی فرزندان را در مواجهه با چالش‌های فضای دیجیتال فراهم کنند.

واژگان کلیدی: تربیت فرزند، اقتصاد، فرهنگ مصرف، محتوا.

^۱ . الهام، قاسمی، طلبه سطح دوم حوزه علمیه زینب کبری سلام الله علیها ارومیه.

^۲ خدیجه، هاشم زاده، فارغ التحصیل سطح دو حوزه علمیه حضرت زینب کبری سلام الله علیها ارومیه

مقدمه

پیشرفت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، تحولات گسترده‌ای در سبک زندگی، یادگیری و تعاملات اجتماعی انسان‌ها ایجاد کرده است. در این میان، مفاهیمی مانند «اقتصاد توجه» و «فرهنگ مصرف سریع محتوا» به‌عنوان چالش‌های اساسی در تربیت فرزندان مطرح شده‌اند. اقتصاد توجه به رقابت برای جلب و حفظ تمرکز محدود انسان‌ها اشاره دارد و فرهنگ مصرف سریع محتوا به روند دریافت اطلاعات فوری و سطحی توسط کودکان و نوجوانان مربوط می‌شود. این دو پدیده که ریشه در تحولات رسانه‌ای از قرن نوزدهم دارند، امروز با ظهور فضای دیجیتال، اثرات عمیقی بر سبک زندگی، یادگیری، تفکر و هویت نسل جدید گذاشته‌اند و موجب بروز آسیب‌های روانی و رفتاری مانند اضطراب، افسردگی، انزوای اجتماعی، کاهش تمرکز و گرایش به سطحی‌نگری شده‌اند. نظام‌های تربیتی سنتی هنوز ابزارهای مقابله با این چالش‌ها را نیاموخته‌اند و بنابراین ضرورت دارد خانواده‌ها و مدارس رویکردهای نوینی را اتخاذ کنند تا فرزندان در فضای دیجیتال، به‌صورت متعادل، هوشمند و مقاوم تربیت شوند. در این راستا، دو رویکرد اصلی اهمیت ویژه‌ای دارند: نخست، تقویت مهارت‌های مدیریت توجه و تفکر عمیق برای مقابله با پیامدهای مصرف سریع محتوا، و دوم، بهره‌گیری از هوش هیجانی برای ارتقای سلامت روان و تعادل رفتاری. پژوهش حاضر با روش توصیفی و بررسی منابع علمی، به شناسایی چالش‌های تربیتی و ارائه راهکارهای عملی در زمینه مدیریت زمان استفاده از فناوری، نظارت هوشمندانه والدین و مقاوم‌سازی فرزندان می‌پردازد و می‌کوشد راهکارهایی ارائه دهد که فرزندان را آگاه، اخلاق‌مدار و توانمند در مواجهه با اقتصاد توجه و فرهنگ مصرف سریع محتوا تربیت کند. از این رو علاوه بر سوال مقابل، رویکردهای نوین تربیتی فرزندان در عصر اقتصاد توجه و فرهنگ سریع محتوا چیست؟ سوالات زیر نیز مطرح می‌شود: چگونه مدیریت زمان استفاده از فناوری می‌تواند بر تربیت فرزندان تأثیر بگذارد؟ چه تأثیری نظارت هوشمندانه والدین بر سلامت روانی و خود نظارتی فرزندان دارد؟ برای پاسخ به این سوال‌ها، چند فرضیه اصلی مطرح می‌شود. ۱. مدیریت زمان استفاده از فناوری به کاهش تأثیرات منفی فضای مجازی بر تربیت ارزشی فرزندان کمک می‌کند. ۲. کنترل مصرف رسانه‌ای توسط والدین مانع از ترویج ارزش‌های غربی و تضعیف هویت دینی کودکان می‌شود. پژوهش حاضر با تمرکز بر دو رویکرد اصلی، یعنی تقویت مهارت‌های مدیریت توجه و تفکر عمیق و

بهره‌گیری از هوش هیجانی، تلاش دارد راهکارهای عملی و کاربردی برای مقاوم‌سازی فرزندان در برابر آسیب‌های اقتصاد توجه و فرهنگ مصرف سریع محتوا ارائه دهد.

پیرامون اقتصاد توجه و فرهنگ مصرف سریع محتوا، پژوهش‌های متعددی در قالب پایان‌نامه، کتاب و مقاله انجام شده است. برای مثال، پایان‌نامه قاسم زراعی با عنوان «ارائه الگویی برای هوشمندسازی گردشگری استان بابل در کشور عراق با تأکید بر الگوهای رفتاری مصرف‌کنندگان نسل Z» با تحلیل ویژگی‌ها و رفتارهای این نسل، الگویی مبتنی بر فناوری‌های نوین برای بهبود تجربه گردشگری ارائه می‌دهد که خدمات شخصی‌سازی‌شده و متناسب با شرایط فرهنگی و اقتصادی منطقه را پیشنهاد می‌کند.

کتاب «تربیت اقتصادی کودک» اثر فاطمه حسین‌زاده سرشکی (۱۳۹۵) با هدف تحقق اقتصاد مقاومتی و جهاد اقتصادی، بر اهمیت آموزش سواد مالی به کودکان تأکید دارد و مهارت‌هایی مانند مدیریت اموال، مصرف کالای داخلی، خرید براساس نیاز، درک ارزش پول، کسب درآمد حلال و مالکیت را به صورت ساده و کاربردی به آنان آموزش می‌دهد. همچنین، کتاب «مصرف و فرهنگ» نوشته بهار مهری (۱۳۹۰) با تحلیل نمونه‌های مصرف در زندگی روزمره نشان می‌دهد که فرهنگ مصرف در ایران تحت تأثیر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه اینستاگرام، شکل گرفته و مصرف‌گرایی به‌عنوان معیاری برای هویت فردی مطرح است.

پژوهش‌های مقاله‌ای مانند مقاله مریم عیسائی نیز نشان می‌دهد که شرایط اقتصادی خانواده بر تربیت فرزندان اثرگذار است و فقر می‌تواند نقش دین و ارزش‌های اخلاقی در زندگی فرد را کاهش دهد، و مقاله سپیده محمدی و همکاران (۱۳۹۹) تحلیل می‌کند که شبکه‌های اجتماعی با ارائه محتوای بصری جذاب، ذائقه مصرفی افراد را شکل داده و فرهنگ مصرف سریع و مصرف‌گرایی را افزایش می‌دهند. افزون بر این، مقاله نگار ارشدی با عنوان «رویکردهای نوین تربیتی در مدارس مقطع ابتدایی: از نظریه تا پیاده‌سازی» به بررسی آموزش مهارت‌های زندگی مانند مهارت‌های ارتباطی، مدیریت زمان، تفکر انتقادی و همکاری پرداخته و نقش آن‌ها را در بهبود کیفیت آموزش و تربیت فرزندان مورد تأکید قرار داده است.

مقاله سپیده محمدی و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان اینستاگرام ذائقه می‌سازد و فرهنگ مصرفی را افزایش می‌دهد تحلیل می‌کند که چگونه شبکه‌های اجتماعی، به ویژه اینستاگرام، با ارائه محتوای بصری جذاب، ذائقه مصرفی افراد را شکل داده و فرهنگ مصرف سریع و مصرف‌گرایی را افزایش می‌دهند.

مقاله حاضر در مقایسه با آثار پیشین، می‌تواند با تمرکز بر تربیت فرزندان در عصر اقتصاد توجه و فرهنگ مصرف سریع محتوا، ابعاد روان‌شناختی، اجتماعی و فناورانه را به‌صورت همزمان بررسی کند. برخلاف پژوهش‌هایی که تنها به جنبه‌هایی مانند سواد مالی یا فرهنگ مصرف با تأثیر رسانه‌ها پرداخته‌اند، این مقاله با رویکرد توصیفی تلاش دارد دیدگاهی جامع و چندبعدی ارائه دهد.

مفهوم شناسی

در این قسمت به بررسی آن قبیل از مفاهیمی می‌پردازیم، که در عنوان به چشم می‌خورد و نیازمند توضیحات بیشتری است.

الف. اقتصاد توجه

واژه «اقتصاد» در لغت به معنای رعایت حد و اندازه، پرهیز از افراط و تفریط و میانه‌روی است. این واژه از ریشه عربی «قصد» گرفته شده که به معنای هدف و مقصود است. برخی از معانی مرتبط با اقتصاد عبارت‌اند از: فرسدن، دست برداشتن، پرهیز کردن، میانه‌روی نمودن، حلم و بردباری، دستگیر نشدن و نگه داشتن (محمد، معین، ج ۱۵، ص ۲۷۷۷). واژه «توجه» نیز از ریشه عربی «وجه» به معنای برگردانیدن چهره یا دل به سوی چیزی است. توجه شامل مفاهیمی مانند نظر کردن، چشمان را به چیزی گردانیدن، دقت کردن، فکر را معطوف چیزی نمودن، میل ورزیدن و پیروی کردن است (علی‌اکبر، دهخدا، ۱۳۸۲، ج ۲۵، ص ۱۴۸۳۸).

ب. فرهنگ

واژه «فرهنگ» در لغت به معنای خرد، تدبیر، تعلیم و تربیت، ادب، علم و آثار ادبی یک قوم و ملت به کار رفته است (محمد، معین، ج ۲، ص ۱۷۶). اما در اصطلاح، این واژه همانند بسیاری از مفاهیم علوم انسانی، به ویژه در جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی، تعریف جامعی ندارد. تعاریف ارائه شده تاکنون بیش از ۲۵۰ معنا را در بر می‌گیرند. این امر نشان می‌دهد که هر اندیشمند یا جامعه‌شناسی واژه «فرهنگ» را بر اساس دیدگاه خود تبیین و بررسی کرده است؛ بنابراین نمی‌توان گفت کدام تعریف از بقیه دقیق‌تر است. بهتر است از تمامی تعاریف موجود، در جایگاه مناسب خود، بهره‌برداری کنیم. زیبایی این موضوع در آن است که واژه مورد نظر را می‌توان از منظرهای مختلف و با دیدگاه‌های متنوع بررسی نمود (نکوهی، ۱۳۹۴).

۱- رویکرد اول: آگاهی و آموزش پایه‌ای

در عصر اقتصاد توجه و فرهنگ مصرف سریع محتوا، رویکردهای آگاهی‌بخشی و آموزش پایه‌ای تربیتی فرزندان با چالش‌های متعددی روبه‌رو شده‌اند. نخست آن که تمرکز کوتاه‌مدت کودکان و نوجوانان در نتیجه‌ی غلبه رسانه‌های دیجیتال، مانع از تعمیق آموزش‌های تربیتی می‌شود و مفاهیم کلیدی به سرعت فراموش می‌گردند. دوم، رقابت شدید محتوای سرگرم‌کننده و زودگذر با محتوای آموزشی و تربیتی، باعث می‌شود جذابیت پیام‌های تربیتی برای نسل جدید کاهش یابد. سوم، شکاف نسلی درک و استفاده از فناوری میان والدین و فرزندان، کارآمدی فرآیند آگاهی‌بخشی والدین را محدود می‌سازد. چهارم، غلبه الگوریتم‌های تجاری و تبلیغاتی بر فضای مجازی، ارزش‌های مصرف‌گرایانه را تقویت کرده و انتقال ارزش‌های اخلاقی و فرهنگی را دشوار می‌کند. پنجم، نبود سیاست‌های حمایتی و برنامه‌های آموزشی نظام‌مند در سطح مدرسه و خانواده، موجب پراکندگی و ضعف در اثربخشی آموزش‌های پایه‌ای می‌شود. از این‌رو، پرداختن به این چالش‌ها مستلزم ارائه مجموعه‌ای از راهکارهای تربیتی، فرهنگی و رسانه‌ای است که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود.

۱-۱- آشنایی با فضای دیجیتال

یکی از مهم‌ترین آسیب‌های فضای دیجیتال غربی، به ویژه در بازی‌های رایانه‌ای، قبح‌زدایی از گناهان و ارزش‌های اخلاقی است. در این بازی‌ها اعمالی مانند دزدی، ارتباط نامشروع، شراب‌خواری و روابط نامشروع نه تنها مذموم و ممنوع نیستند، بلکه به عنوان رفتارهایی قابل قبول و حتی ارزشمند معرفی می‌شوند. این نگرش کاملاً در تضاد با آموزه‌های دینی و فرهنگی ما است که چنین رفتارهایی را حرام و زشت می‌داند. این تضاد باعث سردرگمی و تناقض در ذهن نسل جوان می‌شود، چرا که در فضای واقعی این رفتارها محکوم و ممنوع هستند، اما در فضای دیجیتال به شکل سرگرم‌کننده و جذاب نمایش داده شده و ترویج می‌شوند.

در کنار این موضوع، ترویج مسائل جنسی و شهوانی یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های فضای دیجیتال و بازی‌های غربی به شمار می‌رود. شخصیت‌های زن در این بازی‌ها اغلب با پوشش‌های تحریک‌آمیز و تصاویر مبتذل طراحی شده‌اند که قوای جنسی کاربران را تحریک می‌کند و ذهن آن‌ها را با مفاهیم نابهنجار پر می‌سازد. چنین فضایی باعث بلوغ زودرس، شکل‌گیری انحرافات اخلاقی و حتی بروز رفتارهای ناهنجار مانند خودارضایی یا دیگر آسیب‌های اجتماعی می‌شود. این مسأله با ارزش‌ها و حساسیت‌های فرهنگی و مذهبی ما ناسازگار است و نیازمند مراقبت و آموزش ویژه خانواده‌ها و نهادهای تربیتی است تا فرزندان بتوانند با آگاهی و شناخت صحیح وارد این فضاها شوند و از آسیب‌های آن در امان بمانند (صادقی، ۱۳۹۴، ص ۵۴ تا ۵۷). عصر اقتصاد توجه، محیطی است که در آن مصرف محتوا به سرعت و بدون تفکر انجام می‌گیرد و این امر می‌تواند به نهادینه شدن رفتارهای

فوری، کودکان را به سوی نوعی بی‌توجهی مزمّن به احساسات دیگران و سطحی‌نگری نسبت به مسائل اخلاقی سوق می‌دهد (احمدزاده، نقش رسانه ملی، ۱۳۹۳، ص ۸۰). در این فضا، خانواده‌ها وظیفه دارند تا با تکیه بر ساختار الهی و کارکرد عاطفی و تربیتی خود، سنگ بنای شخصیت اجتماعی و اخلاقی فرزندان را استوار کنند. در متون اسلامی، ازدواج و تشکیل خانواده، پاسخی به ندای فطرت انسان برای انس، محبت، همدلی و آرامش است (طباطبایی، المیزان، ج ۲، ص ۴۹۳). این همدلی و محبت، وقتی در فضای خانه نهادینه شد، به فرزندان منتقل می‌شود و آنان می‌آموزند که چگونه به احساسات دیگران پاسخ دهند، دیدگاه‌های متنوع را درک کنند و واکنش عاطفی مناسبی نشان دهند. نمایش‌های کودک‌محور در رسانه‌ها نیز می‌توانند این فرآیند را تقویت یا تضعیف کنند. وقتی تلویزیون به جای تأکید صرف بر هیجان و کنش، به بازنمایی احساسات، انگیزه‌ها و تعارض‌های درونی شخصیت‌ها بپردازد، کودک فرصتی می‌یابد که همدلی را به صورت «جانشینانه» تجربه کند. این تجربه، اگر در خانه نیز تقویت شود، ریشه‌دار و مؤثر خواهد بود (رجائی، ۱۳۹۵، ص ۷۵-۷۶).

رسانه در جامعه مدرن، منبعی موازی با خانواده برای آموزش و تأثیرگذاری تربیتی شده است. در این فضا، همان‌طور که در متن نیز آمده است، باید با «بسیج عمومی» و مشارکت خانواده‌ها، مدارس، مساجد و نهادهای رسانه‌ای، پیام‌های اخلاقی و تربیتی به شیوه‌ای غیرمستقیم و مؤثر به کودکان منتقل شود. اگر رسانه صرفاً به سرگرمی بدون ارزش‌های اخلاقی بسنده کند و خانواده نیز نظارتی نداشته باشد، کودکان یاد خواهند گرفت که قتل، خشونت، دروغ و فریب بخشی از «تفریح» است و دیگر جدی گرفته نمی‌شود (احمدزاده، همان، ص ۷۶-۸۰).

۴- درگیری والدین و فضای خانواده

در عصر اقتصاد توجه و فرهنگ مصرف سریع محتوا، والدین با چالش‌های متعددی در تربیت فرزندان روبه‌رو هستند. این چالش‌ها شامل دشواری در هدایت فرزندان برای استفاده هوشمندانه از رسانه‌ها، کاهش کنترل درونی و خودنظارتی فرزندان، پراکندگی توجه و تمرکز پایین، ضعف در شکل‌گیری ارزش‌های اخلاقی و دینی و کاهش هماهنگی میان رفتار و گفتار والدین است. همچنین نبود محیط خانواده‌ای منظم و ساختارمند، بر شدت این مشکلات می‌افزاید و زمینه بروز رفتارهای سطحی، سردرگمی و فشار روانی در کودکان و نوجوانان را فراهم می‌کند. برای مقابله با این چالش‌ها، ضروری است راهکارهایی زیر اتخاذ شود.

۴-۱- الگو بودن والدین

در دنیای امروز که با عنوان عصر اقتصاد توجه شناخته میشود، اهمیت رفتار والدین و نقش آنها در الگو بودن برای فرزندان بیش از پیش مطرح است. سرعت بالای انتقال اطلاعات و تعدد محتواهای دیجیتال باعث شده تا کودکان و نوجوانان همواره با حجمی از محرکهای متنوع و بعضاً سطحی مواجه باشند. در این شرایط، والدین با آگاهی و رفتار خود میتوانند هویت و سبک مصرف فرزندان را شکل دهند. پژوهشها نشان داده است که الگوهای رفتاری والدین، اعم از نوع استفاده از رسانهها، میزان گفتگوهای خانوادگی و نظارت بر مصرف محتوا، به طور مستقیم بر عادات مصرفی و سواد رسانه‌ای فرزندان تأثیرگذار است. هرچقدر والدین نسبت به محتوای رسانه‌ای و ابزارهای نوین شناخت بیشتری داشته باشند، در هدایت فرزندان و محافظت آنها در برابر آسیبهای فرهنگ مصرف سریع موفقتر خواهند بود (عبداللهی آرپناه، ۱۴۰۳).

۴-۲- قانون مندی والدین

یکی از عوامل اساسی در شکل‌گیری شخصیت و آینده کودک، محیط خانواده است. این محیط میتواند در رشد جسمی و روانی او تأثیر مثبت یا منفی داشته باشد. میزان نفوذ والدین علاوه بر جنبه‌های ارثی، در تعیین ساختار شخصیتی کودک نقشی تعیین‌کننده دارد. اگر خانواده دارای امنیت، قانون‌مندی، احترام، محبت و ارزش‌های صحیح باشد، کودک در سلامت روانی و جسمی رشد می‌کند؛ اما در صورت نبود این اصول و حاکمیت ضد ارزش‌ها، اختلالات رفتاری و مشکلات روانی بروز خواهد کرد. در عصر اقتصاد توجه و فرهنگ مصرف سریع محتوا، اهمیت قانون‌مندی خانواده بیشتر نمایان می‌شود؛ زیرا بدون وجود قوانین روشن برای مدیریت زمان استفاده از رسانه، انتخاب محتوای مناسب و نظارت آگاهانه، فرزندان در معرض آشفتگی روانی و ضعف مهارت‌های شناختی قرار می‌گیرند. فرآیند تربیت در خانواده بیشتر از طریق الگوسازی عملی والدین انجام می‌شود تا گفتار؛ بنابراین، رفتار هماهنگ والدین و پرهیز از خشونت، برای شکل‌گیری شخصیت سالم ضروری است. محبت نیز از نیازهای اساسی کودک است که موجب تقویت اعتماد به نفس و روابط اجتماعی سالم می‌شود. افراط یا تفریط در محبت، هر دو آسیب‌زاست و والدین باید با شناخت مراحل رشد، رفتار متعادل داشته باشند (محمود، بهشتی، بی‌تا، ص ۵۹-۶۰). انتظارات والدین باید واقع‌بینانه و متناسب با توانایی‌های کودک باشد؛ زیرا توقعات بی‌جا، عامل بروز فشار روانی و اختلالات رفتاری است. بر اساس دیدگاه‌های انسان‌شناسی فرهنگی، خانواده دارای کارکردهایی چون انتقال فرهنگ، کنترل اجتماعی، جامعه‌پذیری و تأمین نیازهای عاطفی است. تخطی از این هنجارها، ناهنجاری‌های فردی و اجتماعی را به دنبال دارد و حتی می‌تواند نظام اجتماعی را در معرض بحران قرار دهد (آقائی، ۱۳۹۳، ص ۱۲۹-۱۳۰).

نتیجه‌گیری

مقاله حاضر با عنوان «رویکردهای نوین تربیتی فرزندان در عصر اقتصاد توجه و فرهنگ مصرف سریع محتوا» به روش توصیفی، با هدف بررسی چالش‌های تربیتی ناشی از فضای دیجیتال و ارائه راهکارهای مؤثر برای مقاوم‌سازی فرزندان انجام شد. ضرورت این تحقیق از آنجا ناشی شد که هجوم گسترده اطلاعات، سرعت بالای انتقال محتوا و فرهنگ مصرف سریع، موجب کاهش تمرکز، ضعف مدیریت هیجانات، سطحی‌نگری، تضعیف هویت اخلاقی و دینی و افزایش آسیب‌های روانی در کودکان و نوجوانان شده است. سؤال اصلی پژوهش این بود که چگونه می‌توان با بهره‌گیری از رویکردهای نوین تربیتی، فرزندان را در مواجهه با این تهدیدات توانمند ساخت و مهارت‌های لازم برای زندگی در فضای دیجیتال را به آنان آموخت. یافته‌ها نشان داد که چالش‌های اصلی شامل پراکندگی توجه، کاهش مسئولیت‌پذیری، ضعف تعاملات میان‌نسلی، انزوا و کاهش همدلی اجتماعی است. در مقابل، رویکردهای مهم و مؤثر برای مقابله با این چالش‌ها عبارتند از: انتخاب محتوای مناسب با توجه به ظرفیت و نیازهای فردی و اجتماعی، تشویق به تولید محتوای تربیتی و بومی، کنترل هوشمند و آموزش‌محور مصرف رسانه‌ای، نظارت والدین به صورت هوشمندانه و غیرمستبدانه، تقویت جنبه‌های روانی، اجتماعی و اخلاقی فرزندان، پرورش مهارت‌های ارتباطی سالم و مدیریت حضور در فضای مجازی، تشویق به فعالیت‌های فیزیکی و تفریح در فضای واقعی، و ایجاد فضایی خانوادگی آگاهانه، حمایتی و مبتنی بر الگو بودن و قانون‌مندی والدین. دستاورد اصلی تحقیق ارائه یک رویکرد جامع تربیتی است که تلفیقی از آموزه‌های اسلامی و مهارت‌های زندگی دیجیتال را در جهت تقویت هویت اخلاقی، اجتماعی و دینی فرزندان فراهم می‌آورد و خانواده، مدارس و نهادهای فرهنگی را در مسیر تربیت نسل مقاوم و آگاه هدایت می‌کند.

فهرست منابع

*قرآن

*نهج‌البلاغه

کتب فارسی

۱- ابوالفضل، هادی منش، تبلیغ در رمضان، انتشارات مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه، چاپ: اول،

۱۳۹۱.

- ۲- احمدی، مهدی، احمد اسفندیار، مهدی عالمیان، محمدرضا فاضلی، «خلاصه مقالات دومین همایش بین‌المللی دین و رسانه: خانه هنر و اندیشه»، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۸.
- ۳- استوت، دانیال، برگزیده دانش نامه، دین، ارتباط، رسانه، مرکز پژوهش‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۸.
- ۴- امیدعلی، میثم، رسانه و حقوق شهروندی، قم: مرکز پژوهش‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۳.
- ۵- بنی‌هاشم، محمد، تربیت آرمانی: گذری بر اهداف، راهبردها و شیوه‌های تربیتی با الهام از سیره‌ی استاد علامه‌ی کرباسچیان و استاد روزبه، قم: انتشارات منیر، ۱۳۸۹.
- ۶- حاجی‌اکبری، فاطمه، روش پژوهش، اراک: جهاد دانشگاهی، ۱۴۰۰.
- ۷- حاجی محمدی، علی، بیچرانلو، عبدالله، رسانه‌های نوین و تحولات بین‌المللی، قم: مرکز پژوهش‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۳.
- ۸- حسینی شیرازی، محمد، مدیریت اسلامی، دارالعلم، ۱۳۸۳.
- ۹- حسینی‌نژاد، مجتبی، نقش مادران در عفت دختران، تبریز: عاصم، ۱۳۹۸.
- ۱۰- خامنه‌ای، علی، بانک جامع بیانات مقام معظم رهبری، اصفهان: مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه، ۱۳۹۰.
- ۱۱- دهخدا، علی‌اکبر، لغت‌نامه دهخدا، ج ۱۵، تهران: دانشگاه تهران، ۱۳۷۷.
- ۱۲- _____، ۱۳۸۲.
- ۱۳- سقلاطونی، مریم، رنگ زندگی زیرنویس‌ها و پیام‌های کوتاه ویژه زن و خانواده، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۱.
- ۱۴- صادقی، محمود، احکام بازی‌های رایانه‌ای، قم: نشر معروف، ۱۳۹۴.
- ۱۵- صالحی، نجمه، زمزمه قلب من، تهران: مؤسسه آموزشی تالیفی ارشدان، ۱۴۰۰.
- ۱۶- طالقانی، سید محمود. پرتویی از قرآن، ج ۲، موسسه مطالعات تاریخ معاصر ایران، چاپ: اول، ۱۳۹۰.
- ۱۷- رجائی، محمد رضایی، راز خوشبختی دختران و پسران، اصفهان: یاقوت سپاهیان، ۱۳۹۵.
- ۱۸- مصطفی، احمدزاده، نقش رسانه ملی در ترویج ارزش‌های انقلاب اسلامی برای کودکان، مرکز پژوهش‌های صدا و سیما، ۱۳۹۳.
- ۱۹- معین، محمد فرهنگ معین، ج ۱ تهران تا من ۱۳۸۴.

۲۰- موسوی گیلانی، رضی، رسانه و هنر اسلامی، قم: مرکز پژوهش‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۳.

۲۱- علی محمدی، کاظم نظام جامع تهذیبی حوزه علمیه حوزه قم مرکز مدیریت ۱۳۹۹.

۲۲- محمدرضا آقائی، انسان‌شناسی فرهنگی با رویکرد تبلیغ بین‌الملل، قم: مرکز بین‌المللی ترجمه و نشر جامعه المصطفی، ۱۳۹۳.

۲۳- محمود، بهشتی، سلامتی تن و روان، بی‌جا، بی‌تا.

۲۴- مرزبان، کریمی، بهداشت روانی در نگاه اسلام، تهران؛ اسوه، سازمان اوقاف و امور خیریه جمهوری اسلامی ایران، ۱۴۰۰.

۲۵- معتمدنژاد، کاظم، «روش تحقیق در محتوای مطبوعات»، ۱۳۸۷.

۲۶- موسوی، طاهره، فصلنامه پژوهش: اداره کل پژوهش‌های رسانه، شماره ۱۶، صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۳.

۲۷- وطنی، منصوره، «نقش تربیت والدین و رسانه‌های گروهی در الگوپذیری نوجوانان و جوانان»، قم، ۱۳۸۹.

۲۸- نیسانی، محمد رضا، امام وردی، داود، اصفهان: مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه، ۱۳۹۱.

سایت‌ها و سایر مقالات

۲۹- امام‌پوردی، مینا، اقتصاد توجه در عصر دیجیتال؛ از جامعه نمایشی تا مصرف نمایشی، کدخبر: ۱۶۵۹۸۵۰، ۱۴۰۳/۱۲/۰۲، ۱۶:۵۷:۴۳.

۳۰- عبداللهی آرپناهی، معصومه، رحمانی فر، کیانوش، بخشی خیای، محسن، رضانی واودره، سحر، نقش والدین در تربیت رسانه‌ای کودکان و نوجوانان، اولین همایش علوم انسانی با رویکرد نوین، ۱۴۰۳.

۳۱- میرحسینی، مجید، اقتصاد دیجیتال چیست؟ مزایا و معایب اقتصاد دیجیتال، ۱۴۰۳، ۰۸:۵۹.

۳۲- نکوهی مرجان وبلاگ درسی دانشجویان مدیریت فرهنگی (نظریه فرهنگی فرهنگ و تعاریف فرهنگ و تمدن اشاعه فرهنگی تبادل و تهاجم فرهنگی چهارشنبه سیزدهم آبان ۱۳۹۴، ۱:۲۸.