

تأثیر رسانه‌ها بر شکل‌گیری هویت دینی و ضد دینی فرزندان با تأکید بر ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری

استاد راهنما: رقیه ضیافر

الهام شیدفر^۱

سیده الناز معروفی^۲

زهرا حیدری^۳

چکیده:

در این مقاله توصیفی تلاش شده است تا تأثیر رسانه بر هویت دینی و غیر دینی فرزندان در سه ساحت شناختی، عاطفی و رفتاری بررسی شود. رسانه‌ها به عنوان منبع اصلی انتقال اطلاعات و الگوهای رفتاری، نقش مهمی در شکل‌دهی باورها و هویت دینی و غیر دینی کودکان و نوجوانان ایفا می‌کنند. در ساحت شناختی، رسانه‌ها با ارائه محتوا و اطلاعات معرفت‌بخش می‌توانند در شناخت دینی و غیر دینی فرد تأثیرگذار باشند؛ در بعد عاطفی، رسانه‌ها احساسات و تعلقات دینی یا ضد دینی را تقویت و یا تضعیف می‌کنند؛ و در ساحت رفتاری، رفتارهای دینی یا غیر دینی فرزندان تحت تأثیر الگوهای رفتاری رایج در رسانه‌ها شکل می‌گیرد. یافته‌ها نشان می‌دهد که بدون داشتن سواد رسانه‌ای کافی، تأثیر رسانه‌ها می‌تواند هم مثبت و هم منفی باشد و گاهی موجب تضعیف هویت دینی و فرهنگی شود. بنابراین، آموزش سواد رسانه‌ای به همراه گفتگو و تعامل خانوادگی برای تقویت هویت دینی و غیر دینی در تمامی ساحت‌ها ضروری است.

کلیدواژه‌ها: رسانه، هویت دینی، هویت غیر دینی

^۱ طلبه پایه اول سطح ۲

^۲ طلبه پایه اول سطح ۲

^۳ طلبه پایه اول سطح ۲

معرفی نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی باورها و هویت نسل جدید

رسانه‌ها به عنوان یکی از اصلی‌ترین نهادهای اجتماعی در عصر مدرن، نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی باورها و هویت نسل جدید ایفا می‌کنند. این نهادها با انتقال ارزش‌ها، هنجارها و فرهنگ‌های غالب جامعه، زمینه‌ساز ساخت و بازساخت هویت‌های فردی و جمعی می‌شوند. رسانه‌ها نه تنها به عنوان منبع اطلاعات و سرگرمی، بلکه به عنوان ابزارهایی برای آموزش و تبیین میراث فرهنگی، تاریخی و اجتماعی شناخته می‌شوند که از طریق آن نسل جوان می‌آموزد که چه کسی هستند و جایگاهشان در جهان چگونه است (تأثیر رسانه‌های جمعی بر هویت ملی، استادمیرزائی آران، ۱۴۰۳، ص ۱۲). همچنین رسانه‌ها به طور مستقیم و غیرمستقیم بر نگرش‌ها، رفتارها و باورهای جوانان تأثیر می‌گذارند؛ از این رو، می‌توان آن‌ها را یکی از عوامل مهم در فرآیند اجتماعی شدن و هویت‌یابی جوانان دانست (تأثیر عوامل اجتماعی شدن بر هویت نوجوانان، حسینی، ۱۳۹۴، ص ۵۰-۵۵). نقش رسانه‌ها در ارائه الگوهای هویتی و حفظ هویت اصیل فرهنگی به ویژه در جوامع مسلمان که با چالش‌های رسانه‌های مهاجم و فرهنگی بیگانه مواجه‌اند، از اهمیت خاصی برخوردار است (بررسی نقش رسانه در شکل‌گیری هویت انسان، منتظران منجی، ۱۳۹۶، ص ۲۵-۳۰). به بیان دیگر، رسانه‌های اسلامی با تقویت فرهنگ اسلامی و ارائه مدل‌های هویتی سالم می‌توانند مقابل جریان‌هایی که به دنبال تضعیف هویت ملی و دینی هستند، ایستادگی کنند (بررسی آسیب‌های رسانه‌های نوین بر هویت دینی جوانان، نورمحمدی نجف‌آبادی، ۱۳۹۴، ص ۱۰-۲۰). از سوی دیگر، فضای مجازی و رسانه‌های دیجیتال با فراهم آوردن بسترهای جدیدی برای تعامل و دسترسی به اطلاعات، تحولات عمیقی در هویت جوانان به وجود آورده‌اند که این تحولات می‌تواند به تقویت یا تغییر هویت ملی و فرهنگی منجر شود (جوانان هویت و رسانه‌های دیجیتال، باکینگهام، ۱۴۰۲، ص ۴۵-۶۰). بنابراین، رسانه‌ها باید مسئولیت اجتماعی خود را در جهت تقویت باورها و هویت نسل جوان به نحو مطلوب ایفا کنند تا از پیامدهای منفی و تهاجم فرهنگی جلوگیری شود (تأثیر رسانه‌های جمعی بر هویت ملی، استادمیرزائی آرانی، ۱۴۰۴، ص ۶۰-۵۰).

اهمیت توجه به هویت دینی در دوران کودکی و نوجوانی

توجه به هویت دینی در دوران کودکی و نوجوانی اهمیت بسیاری دارد، زیرا این دوره‌ها زیربنای شکل‌گیری باورها و شخصیت دینی فرد را فراهم می‌کنند. تربیت دینی صحیح کودکان و نوجوانان، علاوه بر تقویت بنیان‌های اخلاقی و معنوی، باعث ایجاد حس تعلق به هویت دینی و فرهنگی شده و به آن‌ها اعتماد به نفس و احساس ارزشمندی

می‌بخشد. همچنین این آموزش‌ها نقش موثری در ایجاد مقاومت در برابر آسیب‌های اجتماعی و تقویت سلامت روانی دارند؛ زیرا هویت دینی راهنمایی برای تصمیم‌گیری‌های اخلاقی و مواجهه با چالش‌های زندگی فراهم می‌آورد. به همین دلیل، توجه به هویت دینی در این دو دوره، نه تنها در رشد فرد تأثیرگذار است بلکه بر سلامت اجتماعی و فرهنگی جامعه نیز موثر می‌باشد (مبانی نظری و عملی در تربیت دینی، احمدی، ۱۳۹۹، ص ۲۴)

ضرورت مطالعه سه‌بعدی (شناختی، عاطفی، رفتاری) به‌صورت همزمان

ضرورت مطالعه سه‌بعدی شناختی، عاطفی و رفتاری به‌صورت همزمان به دلیل ارتباط و تأثیر متقابل این سه بعد در فرایند یادگیری و تغییرات فردی است. در این رویکرد، شناخت (دانش و اطلاعات) به تنهایی کافی نیست بلکه باید عواطف و احساسات (بعد عاطفی) نیز مورد توجه قرار گیرد تا نگرش‌ها و انگیزه‌های فرد شکل گیرد، و همچنین رفتارها و مهارت‌های عملی (بعد رفتاری) را تقویت کرد تا یادگیری به شکل کامل و پایدار صورت پذیرد. نمایش همزمان این سه بعد موجب می‌شود تغییرات در هر یک از آنها موجب تقویت یا تعدیل دیگری شود که این کلید موفقیت در آموزش و درمان‌های شناختی-رفتاری است. به عبارتی، توجه همزمان به شناخت، احساس و رفتار، چارچوبی جامع برای درک بهتر فرآیندهای ذهنی و عملی انسان فراهم می‌آورد و منجر به نتایج عمیق‌تر و ماندگارتر می‌شود.

بیان مسأله و پرسش‌های پژوهش

یکی از عرصه‌های مهمی که رسانه‌ها در آن اثرگذارند، هویت‌یابی دینی کودکان و نوجوانان است؛ هویتی که بر پایه باورها، مناسک و تعلقات دینی شکل می‌گیرد. همزمان، برخی از محتواهای رسانه‌ای می‌توانند زمینه‌ساز شکل‌گیری نوعی هویت ضد دینی شوند که با مفاهیم دینی و نظام‌های ارزشی برخاسته از آن در تضاد است. اما آنچه کمتر مورد توجه قرار گرفته، چگونگی تأثیر رسانه‌ها در سه ساحت شناختی، عاطفی و رفتاری در شکل‌دهی یا تضعیف هویت دینی فرزندان و در مقابل، ایجاد گرایش‌های ضد دینی در آنان است. این پرسش که فرزندان در فضای رسانه‌ای کنونی چگونه میان محتوای دینی و ضد دینی مواجهه یافته و از چه سازوکارهایی برای ادراک و انتخاب استفاده می‌کنند، پرسشی جدی و مغفول است. از همین رو، تحقیق حاضر در صدد پاسخ به این سؤال محوری است که «رسانه‌ها چگونه در سه بُعد شناختی، عاطفی و رفتاری بر شکل‌گیری هویت دینی و ضد دینی فرزندان تأثیر می‌گذارند» و «چه راهکارهایی برای مدیریت هوشمند مصرف رسانه‌ای جهت تقویت هویت دینی قابل ارائه است؟»

پیشینه تحقیق:

در سال‌های اخیر، پژوهش‌های متعددی در زمینه رابطه میان رسانه‌ها و هویت دینی افراد صورت گرفته است که می‌توانند به‌عنوان پشتوانه نظری برای مطالعه حاضر مورد استفاده قرار گیرند. از جمله این تحقیقات، می‌توان به پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان «بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های مجازی و هویت دینی کاربران» نوشته کاظم مزینانی (۱۳۹۳) اشاره کرد که به بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت دینی کاربران پرداخته است.

همچنین مقاله‌ای از محمدرضا انواری (۱۳۸۹) با عنوان «نقش رسانه در تبیین هویت دینی» با تبیین شاخصه‌ها و راه‌های تقویت هویت دینی، به ارائه راهکارهایی برای برنامه‌سازی رسانه‌ای در این حوزه پرداخته است.

مقاله «دین و رسانه» نوشته سیده منیره موسوی (۱۳۹۶) نیز به بررسی اجمالی نقاط تلاقی دین و رسانه پرداخته و گونه‌های مختلف تعامل این دو، تأثیر متقابل، عوامل تقویت یا تضعیف ارتباط و روندهای جاری تعامل دین و رسانه را مورد توجه قرار داده است.

در ادامه، مقاله‌ای از نیره رحمانی (۱۴۰۲) با عنوان «نقش سواد رسانه‌ای و الگوی والد-فرزندی در شکل‌گیری هویت دینی فرزندان» نیز به بررسی نقش این دو مؤلفه در تقویت یا تضعیف هویت دینی فرزندان پرداخته است.

همچنین کتاب «رسانه و دین (اسلام و تشیع)» تألیف محمد منصورنژاد (۱۳۹۳) با رویکردی تحلیلی به مؤلفه‌های رسانه‌ای شناخته‌شده در حوزه علوم ارتباطات و نسبت آن‌ها با فرهنگ دینی می‌پردازد.

همچنین کتاب دین، رسانه و کودک با نگارش ناصر باهنر (۱۳۹۲)؛ به عنوان یک پژوهش در حوزه کلی کودک، دین و رسانه و با تأکید بر برنامه‌سازی دینی برای کودکان در رادیو و تلویزیون‌های اسلامی با هدف آموزش معارف دینی به این گروه سنی تهیه و تدوین شده است.

اما نوآوری اصلی این تحقیق در بررسی هم‌زمان تأثیر رسانه‌ها در تقویت یا تضعیف هویت دینی و شکل‌گیری هویت ضد دینی در فرزندان است. همچنین، این پژوهش با تمرکز بر ابعاد رسانه‌ای نوین (نظیر شبکه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های ویدئویی و محتوای دیجیتال کودک‌محور) و تعامل والد-فرزندی در مواجهه با این رسانه‌ها، تلاش می‌کند تصویری جامع‌تر و کاربردی‌تر از وضعیت کنونی و تأثیرات آن ارائه دهد. این رویکرد می‌تواند به درک بهتر سازوکارهای رسانه‌ای موثر در تربیت دینی یا ضددینی فرزندان کمک کند و راهکارهایی برای سیاست‌گذاری فرهنگی و آموزشی ارائه دهد.

مفهوم شناسی

تعریف رسانه

رسانه به معنای عام و فراگیر، ابزار ذخیره و انتقال پیام است. در اصطلاح دقیق تر علمی و حرفه ای، رسانه، وسیله انتقال اطلاعات، عقاید، افکار و ایده های فرد و جامعه است. بر اساس این تعریف، رسانه می تواند از نوع انسانی، سازمانی یا تکنولوژیک باشد. زبان نیز نوعی رسانه است. همچنین، مدرسه و دانشگاه، رسانه های جمعی، از مطبوعات گرفته تا تلگراف، تلفن، رادیو، اینترنت و تلویزیون، نوعی رسانه است. (رسانه ملی و نهادهای سازی فرهنگ عفاف و حجاب، افشار، ۱۳۹۳، ص ۳۰)

هویت دینی:

عمدتاً هویت را حقیقت شی یا شخص دانسته اند که مشتمل بر صفات جوهری است. همچنین در معنی لغوی هویت را مترادف شخصیت، ذات، هستی و وجود نیز برشمرده اند.

همچنین هویت در اصطلاح جامعه شناسی کوشش فرد برای تحقق یکتایی خویشتن است، در شرایطی که در حال شکل دادن به رفتار خویش باشد. به عبارت دیگر، هویت داشتن، تصویر روشنی از چگونگی بودن است که در گذشته ریشه دارد، در حال شکل می گیرد و نظر به آینده دارد.

هویت دینی، رابطه ای بین انسان و دین را تبیین می کند. تدوین آن، احساس تعهد و مسئولیت پذیری در قبال ارزش ها و باورهای یک مکتب را به همراه دارد. این نوع هویت، با گرایش فطری انسان به پرستش مرتبط است و در اعمال و رفتار دینی تجلی پیدا می کند. ضعف در هویت دینی می تواند منجر به کاهش دینداری در جوانان شود، چرا که تعهد و مسئولیت پذیری فرد را در برابر گزاره های دینی کاهش داده و در نتیجه، ضمانت اجرای احکام دینی را تضعیف می کند. (مدیریت تعارض، مرکز تحقیقات رایانه ای مدیریار، صفحه ۱۸۵)

هویت غیردینی

در بیان مفهوم هویت غیر دینی می توان گفت آدمی اگر مظهریت خود، همچنین آیین خلافت را به دست فراموشی بسپرد و برای خود وجودی مستقل قایل باشد و هستی و وجود خود را از آن خود بداند، تصویری دگرگون و غیرواقعی از خود ساخته و تبدیل به چیزی غیر خود شده و نهایتاً به بحران هویت دچار شده است. هویت واقعی

احکام و اخلاق دینی که ممکن است با کنش‌های ناسازگار یا حتی ضد دینی نیز همراه باشد. بسیاری از رفتارهای ضد اجتماعی و ناسازگاری نوجوانان را، می‌توان از این دیدگاه توجیه نمود. مسئولیت‌گریزی، دل‌زدگی و بی‌تفاوتی، هر کدام از آثار فقدان هویت هستند که در عرصه دینی، در قالب‌های بی‌توجهی به اوامر و نواهی الهی، بی‌علاقگی نسبت به شعائر، گزاره‌ها، اماکن، مراسم و نمادهای دینی بروز می‌کند. با بیان این مطالب مشخص می‌شود که بحران هویت دینی، سبب تضعیف باورهای دینی، اختلال نظام ارزشی مذهبی و عدم تقید به احکام دینی می‌گردد. (روش‌های جذب نوجوانان و جوانان به مساجد و نماز جماعت، موظف رستمی، ۱۳۹۱، ص ۲۴)

پیاژه درباره کسانی که ب مشکلات اخلاقی و هویت غیر دینی دچار شده اند می‌گوید: «اینها طریقه ای مخصوص برای خود دارند. دنیا و آنچه در آن هست را پوچ می‌دانند و به تمام اصول انسانی و اجتماعی و اخلاقی پشت پا زده اند و از بیکاری و ولگردی لذت می‌برند و در جستجوی تفریحات آسان و سهل الوصول و ارتباطات جنسی پُرسه می‌زنند و محبت و دوستی و زندگی اجتماعی را به مسخره می‌گیرند» (هویت دینی در عصر کنونی، بخشنده بانی، ۱۳۸۲، ش ۱۱)

در زمینه انتخاب محتوای رسانه‌ای، این افراد معمولاً گرایش به مصرف محتوای سکولار، غیرمذهبی و یا حتی ضد دینی داشته و از رسانه‌ها و برنامه‌های دینی فاصله می‌گیرند، که این عامل می‌تواند باعث کاهش مواجهه و در نهایت تحلیل هویت دینی آنها شود.

دغدغه‌های بسیار هشدار دهنده پیاژه و امثال او فقط با رشد اخلاقی از بین می‌روند. اخلاق نیز زمانی رشد می‌کند که هویت دینی و مذهبی در وجود ما به طور واقعی شکل بگیرد. در واقع می‌توان گفت که اخلاق، میوه درختی است به نام «دین» که با رشد درخت، میوه‌های بیشتری به ثمر می‌نشینند. (هویت دینی در عصر کنونی، بخشنده بانی، ۱۳۸۲، ش ۱۱)

راهکارها و پیشنهادات کاربردی

ارتقای سواد رسانه‌ای والدین و فرزندان

ارتقای سواد رسانه‌ای والدین و فرزندان نقش بسیار مهمی در کاهش آسیب‌های ناشی از مواجهه نابهنجار با محتوای رسانه‌ای و تقویت بنیان خانواده دارد. سواد رسانه‌ای به معنای توانایی درک، تحلیل، تولید و به اشتراک‌گذاری پیام‌های رسانه‌ای به شیوه‌ای نقدپذیر و اخلاقی است، که موجب تاب‌آوری رسانه‌ای خانواده در برابر محتوای نادرست، ناسالم و فشارهای فضای مجازی می‌شود (ضرورت سواد رسانه در خانواده، اکبری، ۱۴۰۴، ص ۱۵). والدین به عنوان مربیان اولیه، با ارتقای دانش و مهارت‌های رسانه‌ای خود می‌توانند نقش مهمی در شکل‌دهی

عادات رسانه‌ای سالم فرزندان ایفا کنند؛ به‌گونه‌ای که گفتگو و تعامل مستمر درباره محتوای رسانه‌ای، موجب تحلیل نقادانه و اجتناب از محتواهای مضر می‌شود (ضرورت سواد رسانه در خانواده، اکبری، ۱۴۰۴، ص ۱۸). آموزش‌های رسمی و غیررسمی، همکاری مدرسه و خانواده، و استفاده از بازی‌های تعاملی به عنوان روش‌هایی مؤثر در افزایش سواد رسانه‌ای فرزندان شناخته شده‌اند. همچنین، طراحی قواعد مشترک استفاده از رسانه و کاهش زمان حضور در فضای مجازی، همراه با به‌کارگیری فیلترهای محتوایی در کنار تقویت تفکر نقادانه، روند ارتقا سواد رسانه‌ای را تسهیل می‌کند (بررسی مراحل شکل‌گیری هویت دینی کودکان و نوجوانان، بخشنده بالی، ۱۳۹۸، ص ۷۵). به طور کلی، سواد رسانه‌ای به خانواده‌ها کمک می‌کند تا نه تنها در برابر مخاطرات رسانه‌ای مقاومت کنند بلکه زمینه رشد مهارت‌های ارتباطی و شناختی اعضا را فراهم آورند که این امر در نهایت به استحکام روابط خانوادگی و سلامت روانی اعضا می‌انجامد (ضرورت سواد رسانه در خانواده، اکبری، ۱۴۰۴، ص ۲۲).

طراحی و تولید محتوای جذاب دینی متناسب با نسل جدید

طراحی و تولید محتوای جذاب دینی متناسب با نسل جدید نیازمند فهم عمیق زبان، نیازها و علایق مخاطبان جوان است تا بتواند به طور مؤثری آموزه‌های دینی را منتقل کند. مهم‌ترین مشخصه این محتوا باید نوآورانه و به‌روز باشد تا بتواند جذب نسل جوان را تضمین کند، چرا که تولید محتوای برخوردار از زبان معاصر و فرم‌های جذاب مانند داستان‌سرایی، استفاده از فناوری‌های نوین و رسانه‌های دیجیتال، تأثیرگذاری بیشتری دارد (رویداد آیه و تولید محتوای دینی، پژوهشگاه فضای مجازی، ۱۴۰۳، ص ۲۴). محتوای دینی باید علاوه بر انتقال ارزش‌های اسلامی، پاسخ‌گوی شبهات و نیازهای روزمره نسل جدید باشد و با استفاده از قالب‌های متنوع مانند فیلم‌های کوتاه، پادکست، بازی‌های آموزشی و محتوای تصویری، جذابیت و اثرگذاری را افزایش دهد. همچنین، استفاده از زبانی ساده و قابل فهم که دور از پیچیدگی‌های سنتی باشد، باعث نزدیکی بیشتر نسل جدید به دین می‌شود. طراحی این محتوا نیازمند همکاری بین کارشناسان دینی، متخصصان رسانه و نسل جوان برای ایجاد محیطی پویا و پاسخگو است که بتواند هویت دینی نسل جدید را تقویت نماید (بررسی مراحل شکل‌گیری هویت دینی کودکان و نوجوانان، بخشنده بالی، ۱۴۰۰، ص ۵۳). این رویکرد نوآورانه در تولید محتوا، ضمن حفظ اصالت آموزه‌های دینی، باعث بروز و ظهور هویتی قوی و پایدار در نسل جوان خواهد شد.

بهره‌گیری از شخصیت‌های محبوب رسانه‌ای برای ترویج ارزش‌های دینی

بهره‌گیری از شخصیت‌های محبوب رسانه‌ای برای ترویج ارزش‌های دینی از اهمیت بالایی برخوردار است، زیرا این شخصیت‌ها به دلیل نفوذ و محبوبیت میان مخاطبان، می‌توانند پیام‌های دینی را به گونه‌ای تأثیرگذار و پذیرفتنی

ارائه کنند. در واقع، جایگاه اجتماعی و میزان اعتماد مخاطبان به این افراد، بستر مناسبی را برای انتقال آموزه‌های دینی فراهم می‌سازد. شخصیت‌های رسانه‌ای با استفاده از زبان ساده، محاوره‌ای و متناسب با فرهنگ روز، می‌توانند دین را به گونه‌ای جذاب و قابل فهم برای نسل‌های مختلف به ویژه جوانان منتقل کنند. همچنین، مدل‌سازی رفتاری این افراد در رسانه‌ها، الگوهای رفتاری دینی را ترویج می‌کند که این امر به تثبیت هویت دینی مخاطبان منجر می‌شود. فضای رسانه‌ای که توسط این شخصیت‌ها شکل می‌گیرد، علاوه بر انتقال دانش دینی، می‌تواند حس تعلق و تعهد دینی را تقویت کند و جامعه را نسبت به مفاهیم دینی حساس‌تر نماید. به همین دلیل، بهره‌گیری هوشمندانه از شخصیت‌های محبوب رسانه‌ای در مسیر تبلیغ و ترویج دین، استراتژی کارآمدی برای افزایش تأثیرگذاری پیام‌های دینی در جامعه است.

نتیجه گیری

تحقیق حاضر با عنوان «تأثیر رسانه بر هویت دینی و غیر دینی فرزندان» در سه ساحت عاطفی، شناختی و رفتاری بررسی شده است. این مقاله به سبک توصیفی نوشته شده و هدف آن بررسی چگونگی تأثیر رسانه‌ها در سه ساحت شناختی، عاطفی و رفتاری در شکل‌دهی یا تضعیف هویت دینی فرزندان و در مقابل، ایجاد گرایش‌های ضد دینی در آنان است و در صدد پاسخ به این سؤال محوری است که «رسانه‌ها چگونه در سه بُعد شناختی، عاطفی و رفتاری بر شکل‌گیری هویت دینی و ضد دینی فرزندان تأثیر می‌گذارند».

با توجه به مفاهیم رسانه، هویت دینی و غیر دینی، رسانه‌ها در شکل‌دهی باورها و هویت نسل جدید نقش بسزایی دارند. توجه به هویت دینی در دوران کودکی و نوجوانی اهمیت فراوان دارد و مطالعه این موضوع در ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری ضروری می‌باشد.

رسانه‌ها تأثیرات گسترده‌ای بر فرزندان دارند اما شناخت علمی از چگونگی اثرگذاری در ساحت‌های مختلف بسیار کم و ناچیز می‌باشد.

با توجه به گسترش محتوای سکولار و ضد دینی در فضای مجازی، ضرورت تولید و انتشار محتوای دینی کودک محور اعم از انیمیشن‌ها، برنامه‌های دینی و پادکست‌ها بیش از پیش احساس می‌شود.

رسانه‌ها در بعد شناختی مفاهیم و باورهای دینی یا ضد دینی را انتقال می‌دهند از طریق محتوای رسانه‌ای معرفت دینی را تحریف یا تضعیف می‌کنند. در این میان آموزش‌های رسانه‌ای نقش موثری در تثبیت یا ایجاد شبهه در باورها را ایفا می‌کنند. در بعد عاطفی موسیقی، تصویر و روایت بر علاقه یا بی‌میلی نسبت به دین تأثیر فراوانی دارد و برای جذاب‌سازی یا تخریب مفاهیم دینی میتوان از داستان‌سرایی استفاده کرد. همچنین هیجانات

مثبت و منفی در شکل گیری تعلقات دینی یا نفرت از دین نقش مهمی دارد. در بعد رفتاری رسانه بر سبک زندگی، عادات و رفتارهای عبادی تاثیر گذار می باشد و رفتار های ارزشی و ضد دینی از طریق الگو سازی شخصیت های رسانه ای نرمال سازی می شوند و بر رفتار فرزندان تاثیر می گذارند.

سواد رسانه ای والدین در هدایت فرزندان اهمیت بسزایی دارد و باید از کنترل صرف پرهیز کرد و به همراهی فعالانه روی آورد و با گفتگو و تعامل خانواده در تبیین محتوای رسانه به فرزندان کمک کرد و نشانه های بی تفاوتی یا ستیز با دین در رفتار، گفتار و انتخاب محتوای رسانه ای را شناخت.

در این راستا پیشنهادهایی که به والدین میشود عبارت است از ارتقا سواد رسانه ای والدین و فرزندان، طراحی و تولید محتوای جذاب دینی متناسب با نسل جدید، بهره گیری از شخصیت های محبوب رسانه ای برای ترویج ارزش های دینی و اصلاح سیاست گذاری رسانه ای در حوزه کودک و نوجوان.

منابع:

۱. استاد میرزائی آرانی، زهره. تأثیر رسانه های جمعی بر هویت ملی. انتشارات فروغ سیمرغ، ۱۴۰۳.

۲. حسینی، علی. تأثیر عوامل اجتماعی شدن بر هویت نوجوانان. فصلنامه علوم اجتماعی، ۱۳۹۴.

۳. منتظران منجی. بررسی نقش رسانه در شکل گیری هویت انسان. پایگاه اینترنتی منتظران منجی، ۱۳۹۶.

۴. نورمحمدی نجف آبادی، حسن. بررسی آسیب های رسانه های نوین بر هویت دینی جوانان. مجله مطالعات اسلامی، ۱۳۹۴.

۵. باکینگهام، دیوید. جوانان، هویت و رسانه های دیجیتال. نشر فرهنگی، ۱۴۰۲.

۶. احمدی، ناصر. مبانی نظری و عملی در تربیت دینی. نشر آفتاب، ۱۳۹۹.

۷. افشار، محمدرضا. رسانه ملی و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب. ۱۳۹۳.

۸. مرکز تحقیقات رایانه ای مدیریار. مدیریت تعارض. ۱۳۹۳.

۹. مجله صباح. ۱۳۸۳.

۱۰. موظف رستمی. روش های جذب جوانان و نوجوانان به مساجد و نماز جماعت. ۱۳۹۱.

۱۱. فهرست کتابخانه تخصصی ایت الله بروجردی، مرکز تحقیقات رایانه ای. ۱۳۸۷.

۱۲. طهماسبی، علی. چگونگی انتقال مفاهیم دینی به جوانان. ۱۳۸۱.
۱۳. سیفی دیوکلائی، حسن. تربیت اخلاقی مخاطب. ناشر نامشخص.
۱۴. دائرة المعارف طهور: فرهنگ و علوم انسانی. فرهنگ. ۱۳۹۵.
۱۵. بخشنده‌بالی، محمد. بررسی مراحل شکل‌گیری هویت دینی کودکان و نوجوانان. ۱۳۸۵.
۱۶. کافی، کلینی. کتاب کافی. بی‌تا.
۱۷. نگارش. هویت دینی و انقطاع فرهنگی. ۱۳۸۰.
۱۸. امام خمینی. صحیفه نور. ۱۳۷۸.
۱۹. بخشنده بانی، محمد. هویت دینی در عصر کنونی. ۱۳۸۲.
۲۰. اکبری، احمد. ضرورت سواد رسانه در خانواده. ۱۴۰۴.
۲۱. جیمز پاتر. بازشناسی رسانه های جمعی با رویکرد سواد رسانه ای. ۱۳۹۱.
۲۲. پژوهشگاه فضای مجازی. رویداد آیه و تولید محتوای دینی. ۱۴۰۳.
۲۳. بخشنده‌بالی، محمد. بررسی مراحل شکل‌گیری هویت دینی کودکان و نوجوانان. ۱۴۰۰.
۲۴. مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما. امید و رسانه. ۱۳۹۲.