

بسمه تعالی

یازدهمین دوره مسابقات علمی، گروهی رشد

حوزه علمیه بانو امین(ه)

موضوع

اثرات مثبت و منفی محتوای رسانه بر سلامت روانی افراد به ویژه فرزندان

نویسندگان

نیّره السادات قافله باشی، سپیده روز بهانی

استاد راهنما: سرکار خانم دکتر مهتدی راد

شهریور ۱۴۰۴

چکیده

این پژوهش با رویکردی توصیفی - تحلیلی به بررسی اثرات مثبت و منفی محتوای رسانه بر سلامت روانی افراد، به‌ویژه فرزندان، می‌پردازد. در این مطالعه، منابع اصیل اسلامی شامل قرآن کریم، نهج‌البلاغه، صحیفه سجادیه و آثار اندیشمندان شیعی، در کنار یافته‌های روان‌شناسی معاصر مورد تحلیل تطبیقی قرار گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهد اثرات مثبت رسانه، در صورت هدایت صحیح، می‌تواند عاملی برای رشد شناختی، اخلاقی و اجتماعی، تقویت ایمان و ارتقای مهارت‌های ارتباطی باشد. در مقابل اثرات منفی مصرف بی‌رویه و مواجهه با محتوای نامناسب، زمینه‌ساز بروز اضطراب، افسردگی، پرخاشگری و اختلالات روانی می‌شود. نتیجه‌گیری پژوهش حاضر بر ضرورت مدیریت آگاهانه رسانه با تکیه بر تعالیم اسلامی و اصول روان‌شناسی تأکید دارد و راهکارهایی چون غربالگری محتوا، ارتقای سواد رسانه‌ای و الگوسازی والدین را برای حفظ سلامت روان و تقویت هویت دینی پیشنهاد می‌کند.

کلیدواژه: سلامت روانی، محتوای رسانه، فرزندان، اثرات مثبت و منفی

۱. مقدمه

امروزه استفاده از رسانه‌ها به بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره افراد، به‌ویژه کودکان و نوجوانان تبدیل شده است. فرزندان در سنین مختلف، روزانه ساعت‌های زیادی را در معرض انواع محتواهای رسانه‌ای قرار می‌گیرند که می‌تواند تأثیرات گوناگونی بر ذهن و روان آنان برجای بگذارد. محتواهای رسانه‌ای دارای دو سویه هستند؛ برخی از آنها می‌توانند موجب ارتقاء مهارت‌های شناختی، تقویت خلاقیت، افزایش آگاهی اجتماعی و بهبود روابط فردی شوند. در مقابل، گروهی از محتواها به دلیل داشتن پیام‌های خشونت‌آمیز، غیرواقعی، اضطراب‌آور یا ترویج سبک زندگی ناسالم، می‌توانند باعث بروز مشکلاتی مانند کاهش تمرکز، اضطراب، پرخاشگری، افت تحصیلی و احساس ناامنی روانی در کودکان و نوجوانان شوند. با توجه به رشد فزاینده حضور رسانه‌ها در زندگی خانوادگی و نبود نظارت کافی بر کیفیت محتوای منتشرشده، سلامت روانی فرزندان در معرض

تهدیدهای پنهان و گاه نادیده‌انگاشته‌شده قرار گرفته است. شناخت دقیق اثرات مثبت و منفی محتوای رسانه‌ای بر سلامت روان افراد به ویژه فرزندان، زمینه‌ساز ارائه راهکارهایی برای بهره‌برداری درست از رسانه‌ها و پیشگیری از آسیب‌های احتمالی در سطح فردی و اجتماعی خواهد بود.

رسانه‌ها در دنیای امروز به یکی از مهم‌ترین عوامل اجتماعی و فرهنگی اثرگذار بر زندگی انسان بدل شده‌اند. این پدیده نه تنها در انتقال اطلاعات و شکل‌دهی به افکار عمومی نقش‌آفرین است، بلکه به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر سلامت روانی افراد، به‌ویژه کودکان و نوجوانان، اثر می‌گذارد. اهمیت این موضوع زمانی آشکارتر می‌شود که بدانیم سلامت روانی، اساس شکوفایی توانایی‌های فردی و اجتماعی است و هرگونه اختلال در آن می‌تواند زندگی فرد و جامعه را دچار آسیب سازد.

محتوای رسانه‌ای چه اثرات مثبت و منفی بر سلامت روانی افراد - به‌ویژه فرزندان - دارد؟

۱. مهم‌ترین کارکردهای مثبت رسانه در ارتقای سلامت روان کدام‌اند؟

۲. چه تهدیدهایی از سوی رسانه‌ها سلامت روانی فرزندان را در معرض آسیب قرار می‌دهد؟

۳. آموزه‌های قرآن کریم، نهج‌البلاغه و صحیفه سجادیه چه راهبردهایی برای مدیریت مصرف رسانه و سلامت روانی ارائه می‌دهند؟

۴. چه راهکارهای کاربردی می‌تواند به خانواده‌ها و نظام آموزشی در بهره‌گیری بهینه از رسانه کمک کند؟

مطالعات بین‌المللی نشان داده‌اند که رسانه‌ها می‌توانند دو اثر متفاوت داشته باشند. شبکه‌های اجتماعی می‌توانند هم به تقویت حمایت اجتماعی و افزایش احساس تعلق منجر شوند، و هم زمینه‌ساز اضطراب، افسردگی و مقایسه اجتماعی ناسالم باشند و همچنین ارتباط مصرف بیش از حد رسانه‌های دیجیتال با اختلالات خواب و افزایش افسردگی در نوجوانان گزارش شده است. در ایران نیز برخی پژوهش‌ها به جنبه‌های دوگانه رسانه اشاره کرده‌اند؛ از جمله استفاده آموزشی و دینی از تلویزیون و اینترنت، در برابر تأثیرات منفی سریال‌ها و بازی‌های خشونت‌آمیز بر رفتار و هیجانات نوجوانان.

اینگونه بررسی محتوای رسانه‌ای پایه آیات و روایات ذکر شده در کتب قدما و منابع دست اول که موثر بر سلامت روان افراد باشد نوآوری این تحقیق است

اهمیت تأثیر پیام و محتوا بر روح و روان انسان در متون دینی ما به روشنی آمده است. چنانکه در سوره فرقان آیه ۷۲ می‌فرماید: (وَإِذَا مَرُّوا بِاللَّغْوِ مَرُّوا كِرَامًا)؛ مؤمنان در برابر محتوای لغو و بیهوده بی‌اعتنا می‌گذرند. این آیه نشان می‌دهد که پرهیز از محتوای بی‌فایده و آسیب‌زا یکی از راه‌های حفظ سلامت روان و اخلاق است. همچنین در آیه ۲۸ سوره رعد آمده است: (أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ)؛ یاد خدا موجب آرامش دل‌هاست. این آیه بیانگر آن است که در برابر انبوه محتوای پراکنده رسانه‌ای، تنها محتوای الهی و معنوی است که می‌تواند تعادل روانی پایدار ایجاد کند.

در این تحقیق بر آن است، که ضمن بررسی آثار مثبت و منفی رسانه راهکارهای ذیل را پیشنهاد نماید:

۱. غربالگری محتوا: خانواده‌ها و مراکز آموزشی باید رسانه‌ها را بر اساس معیارهای اسلامی و علمی طبقه‌بندی کنند.

۲. ارتقای سواد رسانه‌ای: آموزش مهارت‌های تفکر انتقادی به فرزندان در مواجهه با محتوای رسانه‌ای.
۳. جایگزینی مثبت: ارائه رسانه‌های دینی، فرهنگی و هنری سالم به عنوان جایگزین برای محتوای مخرب.
۴. مدیریت زمان استفاده: محدودسازی زمان استفاده از رسانه برای کودکان بر اساس توصیه‌های روان‌شناسان و تعالیم اسلامی.

۵. الگوسازی والدین: والدین باید با رفتار رسانه‌ای صحیح، الگوی مناسبی برای فرزندان باشند.
۶. پژوهش و تولید محتوای سالم: حوزه‌های علمیه و مراکز علمی موظف‌اند به تولید رسانه‌های متناسب با نیازهای نسل جدید بپردازند.

۲. مفهوم‌شناسی

۲.۱. رسانه

در لغت به معنای «وسیله» است. (فرهنگ فارسی معین. ر.ک، برهان؛ شعوری، ج ۲، ص ۱۰) و در اصطلاح به هر وسیله‌ای که اخبار و اطلاعات را به مردم می‌رساند رسانه می‌گویند خواه صوتی باشد یا صوتی و تصویری و یا مکتوب و یا شبکه‌ای. علوم ارتباطات به هر ابزار یا نهادی گفته می‌شود که پیام را از فرستنده به گیرنده

منتقل کند. رسانه‌ها شامل رسانه‌های سنتی (کتاب، روزنامه، رادیو، تلویزیون) و رسانه‌های نوین (اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، بازی‌های دیجیتال) هستند. رسانه در زبان فارسی واژه‌ی نسبتاً جدیدی محسوب می‌شود. این واژه معادلی برای کلمات Medium رسانه و Media است. همان‌طور که خود واژه «رسانه» نشان می‌دهد، مأموریت رسانه، رساندن است: رساندن حرف‌ها، پیام‌ها و دیدگاه‌های یک فرد یا یک مجموعه به افراد، گروه و مجموعه‌های دیگر. به همین علت، یکی از کارکردهای اصلی رسانه را ایجاد ارتباط می‌دانند. با توجه به این توضیحات، در معنایی گسترده می‌توان از «علامت دادن با دود» و «پرتاب سنگ به شیشه همسایه» تا «استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای» و «حضور در شبکه‌های اجتماعی» را مصداق استفاده از ابزار رسانه‌ای دانست. معمولاً آنچه به عنوان رسانه در گفتگوها و مقالات و نوشته‌های مورد استفاده قرار می‌گیرد، به رسانه‌های ارتباطی Communication Media اشاره دارد. به تلویزیون، فیلم، رادیو، روزنامه و اینترنت رسانه اطلاق می‌شود اما، تکنولوژی‌هایی که پیام‌ها را به مخاطبانی در نقاط مختلف منطقه، کشور و حتی جهان منتقل می‌کنند به عنوان رسانه مورد بررسی قرار می‌گیرند. در تعریف رسانه، سه مولفه وجود دارد: اطلاعات و محتوا (پیام)، مخاطب و بستر ارتباطی. معمولاً در مکالمه‌ها و نوشته‌ها، دو اصطلاح رسانه و ابزار رسانه‌ای به صورت مترادف به کار می‌روند. روزنامه، میکروفن، شبکه‌های اجتماعی، رادیو و تلویزیون، همگی ابزارهای رسانه‌ای هستند و می‌توانند نقش بستر ارتباطی را ایفا کنند، اما رسانه، زمانی شکل می‌گیرد که پیام (محتوا) نیز وجود داشته باشد و مخاطبانی هم در انتظار دریافت آن پیام باشند.. (هاشمی شاهرودی، ۱۳۸۲، ج ۴، ص ۹۶)

۲.۲. محتوا

در لغت به معنای دربرگیرنده یا چیزی که چیز دیگری را در بر دارد معنا شده است. (دهخدا، ۱۳۹۰، ج ۲، ص ۲۶۱۹) محتوا هر آن چیزی است که تولید و منتشر می‌شود که به کمک آن پیام به گوش مخاطب رسانده شده و ضرورتی برای بقای زندگی حرفه‌ای و توانایی ادامه دادن به مسیر توسعه فردی و شغلی است. و در واقع همان بخش معنایی پیام است که می‌تواند در قالب متن، تصویر، صوت، فیلم یا داده‌های دیجیتال ارائه شود. ارزش و کارکرد محتوا به گونه‌ای است که می‌تواند آموزنده، سرگرم‌کننده، فرهنگی، دینی یا مضر باشد. (مدرسه نویسندگی)

۵.۱. دیدگاه اسلامی

الف. قرآن کریم

قرآن همواره بر ضرورت گزینش محتوای سالم و پرهیز از لهُو و لغو تأکید دارد: «وَ اجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ. و از گفتارهای باطل دوری کنید. (حج / ۳۰) یعنی اجتناب از سخنان بیهوده و نادرست. در حوزه رسانه، این اصل به معنای غربالگری محتوا و اجتناب از رسانه‌هایی است که پیام‌های انحرافی و مضر به سلامت روان انتقال می‌دهند.

ب. نهج البلاغه

امیرالمؤمنین (ع) می‌فرماید: «العقلُ حفظُ التجارب. عقل، نتیجه پاسداری از تجربه‌هاست (حکمت / ۱۴۷) بر اساس این اصل، تجربه‌های مثبت و منفی رسانه‌ای باید مورد بررسی قرار گرفته و از آن برای مدیریت محتوای سالم استفاده شود.

ج. صحیفه سجادیه

امام سجاد (ع) در دعاها بارها به حفظ نفس و قوای روحی در برابر وسوسه‌ها و انحرافات اشاره کرده است (دعای ۲۰). این رویکرد نشان‌دهنده اهمیت کنترل محیط‌های ذهنی و اجتماعی برای سلامت روان است.

د. اندیشمندان شیعی

شیخ کلینی در کافی بر اهمیت تربیت فرزندان در محیط سالم و پرهیز از عوامل مفسده‌انگیز تأکید کرده است (کلینی، ۱۳۶۳، ج ۶، ص ۴۹). این اصل امروزه به معنای هدایت کودکان در انتخاب رسانه‌های مناسب است.

شیخ مفید و شیخ طوسی در مباحث اخلاقی و تربیتی، بر مسئولیت والدین در کنترل ورودی‌های فکری و فرهنگی فرزندان تأکید کرده‌اند. شیخ مفید در آداب‌الولد، هدایت فکری فرزندان و مراقبت از تأثیرپذیری آنان از منابع ناصحیح را از وظایف اصلی والدین دانسته است (شیخ مفید، ۱۴۱۳ق، ص ۴۲). شیخ طوسی نیز در النهایه بر اهمیت نظارت والدین بر تربیت ایمانی و رفتاری فرزندان و پرهیز از معاشرت‌های مضر فکری تأکید دارد (شیخ طوسی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۲۷۱). شهید ثانی در منیه‌المیرید ضرورت پالایش منابع فرهنگی و فکری را برای حفظ سلامت معنوی انسان از آسیب‌های فکری یادآور می‌شود و به نقش محیط و آموزه‌های بیرونی در

شکل‌دهی شخصیت اشاره می‌کند (شهید ثانی، ۱۴۱۳ق، ص ۷۵). ابن‌سینا نیز در الشفاء و النجاء به مسئله «تخیل» و «توهم» پرداخته و این دو قوه را از مهم‌ترین ابزارهای شکل‌گیری باورها و رفتارهای انسان می‌داند. او بیان می‌کند که اگر قوه‌ی تخیل به‌درستی هدایت نشود، می‌تواند انسان را از واقعیت دور کند (ابن‌سینا، ۱۴۰۴ق، ج ۲، ص ۳۴۵؛ ۱۹۸۵، ص ۲۱۱). این موضوع در عصر حاضر به‌ویژه در کارکرد رسانه‌ها مصداق می‌یابد؛ زیرا رسانه از طریق تحریک قوه‌ی تخیل می‌تواند مخاطب را به سوی واقعیت‌های کاذب سوق دهد یا در مسیر رشد شناختی و اخلاقی او مؤثر باشد.

۵.۲. دیدگاه روان‌شناسی معاصر

نظریه یادگیری اجتماعی باندورا → رسانه‌ها از طریق الگوسازی، تأثیر مستقیم بر رفتار و هیجانات کودکان دارند. بنابراین، ارائه محتوای مثبت می‌تواند موجب تقویت رفتارهای اجتماعی و اخلاقی شود.

نظریه استفاده و رضامندی → افراد رسانه را برای برآوردن نیازهای روانی-اجتماعی خود انتخاب می‌کنند. این امر نشان می‌دهد که ارتقای سواد رسانه‌ای خانواده‌ها می‌تواند مصرف آگاهانه و انتخابی رسانه را تقویت کند.

رویکرد روان‌شناسی مثبت‌نگر → استفاده از رسانه‌های آموزشی، هنری و معنوی می‌تواند منجر به شکوفایی هیجانی و تقویت تاب‌آوری روانی شود

۶. نتیجه‌گیری

رسانه‌ها در دنیای امروز نقشی انکارناپذیر در شکل‌دهی به هویت فردی و اجتماعی ایفا می‌کنند. یافته‌های اسلامی و روان‌شناسی هر دو بر ضرورت مدیریت محتوای رسانه‌ای تأکید دارند. اسلام با ارائه چارچوب‌های اخلاقی و تربیتی و روان‌شناسی معاصر با تحلیل علمی اثرات رسانه، هر دو مسیر مشترکی را پیشنهاد می‌دهند: پالایش محتوا، ارتقای سواد رسانه‌ای، و هدایت رسانه به سمت رشد روانی و معنوی. این مقاله نشان داد که بهره‌گیری درست از رسانه می‌تواند ابزاری برای تعالی فردی و اجتماعی باشد، در حالی‌که رهاسازی آن، تهدیدی برای سلامت روانی و بنیان خانواده‌ها خواهد بود.

فهرست منابع

الف) منابع اسلامی

قرآن کریم

۱. طبرسی، فضل بن حسن. مجمع البیان فی تفسیر القرآن. تهران: انتشارات ناصر خسرو، ۱۳۷۲.
۲. طوسی، محمد بن حسن. التبیان فی تفسیر القرآن. قم: مکتبه آیه الله المرعشی، ۱۴۰۹ق.
۳. نهج البلاغه، گردآوری سید رضی، ترجمه محمد دشتی. قم: مؤسسه تحقیقاتی امیرالمؤمنین، ۱۳۸۶.
۴. صحیفه سجادیه، ترجمه و شرح محمدباقر محقق. قم: بوستان کتاب، ۱۳۹۰.
۵. کلینی، محمد بن یعقوب. الکافی. تهران: دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۶۳.
۶. شیخ مفید، محمد بن محمد. تصحیح اعتقادات الامامیه. قم: کنگره شیخ مفید، ۱۴۱۳ق.
۷. شیخ طوسی، محمد بن حسن. النهایه فی مجرد الفقه و الفتاوی. قم: دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۰۰ق.
۸. شهید ثانی، زین الدین بن علی. الروضه البهیة فی شرح اللمعة الدمشقیة. قم: دارالفکر، ۱۴۱۰ق.
۹. ابن سینا، حسین بن عبدالله. الشفاء (بخش نفس). تحقیق ابراهیم مدکور. قاهره: المکتبه المصریة، ۱۹۵۲.
۱۰. مجلسی، محمد باقر، بحارالانوار، انتشارات دار احیاء، بیروت، ۱۳۶۲.
۱۱. هاشمی شاهرودی، محمود، فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل بیت علیهم السلام، انتشارات موسسه دائره المعارف فقه اسلامی، قم، ۱۳۸۲.
۱۲. ابن سینا، ح. (۱۴۰۴ق). الشفاء (قسمت النفس). قم: منشورات المکتبه المرعشیة.
۱۳. شهید ثانی، ز. (۱۴۱۳ق). منیه المريد فی آداب المفید و المستفید. قم: انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی.
۱۴. شیخ طوسی، م. (۱۴۰۷ق). النهایه فی مجرد الفقه و الفتاوی. قم: مؤسسه النشر الاسلامی.
۱۵. شیخ مفید، م. (۱۴۱۳ق). آداب الولد. قم: کنگره شیخ مفید.

۱. Twenge, J. M. (۲۰۱۹). More time on technology, less happiness? Associations between digital media use and psychological well-being in adolescence. *Journal of Adolescence*, ۷۷, ۴۱-۵۳.
۲. Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (۲۰۲۰). A systematic review: The influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *Journal of Affective Disorders*, ۲۶۳, ۳۳۶-۳۴۲.
۳. Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (۲۰۱۷). Media violence and the general aggression model. *Psychological Science*, ۲۸(۱), ۲۰-۳۰.
۴. Coyne, S. M., Padilla-Walker, L. M., Holmgren, H. G. (۲۰۱۸). Media time = family time? The impact of video games and TV on family functioning. *Journal of Family Psychology*, ۳۲(۳), ۳۹۴-۴۰۴.
۵. Lam, L. T. (۲۰۱۴). Internet gaming addiction, problematic use of the internet, and sleep problems: A systematic review. *Sleep Medicine Reviews*, ۱۸(۴), ۲۸۵-۲۹۷.
۶. Seligman, M. E. P. (۲۰۰۲). *Authentic Happiness: Using the New Positive Psychology to Realize Your Potential for Lasting Fulfillment*. New York: Free Press.

V. Bandura, A. (۲۰۰۱). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, ۳(۳), ۲۶۵–۲۹۹.

A. Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (۱۹۷۴). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, ۳۷(۴), ۵۰۹–۵۲۳.

۹. Recent Study:

BMC Psychology (۲۰۲۳). Social media use and psychological outcomes among adolescents: A longitudinal study.

Journal of Affective Disorders (۲۰۲۴). Digital media overuse and sleep disturbance in adolescents.

ج)سایت

madresenevisandegi.com