

شاخصه های تربیت رسانه ای در اندیشه مقام معظم رهبری مدظله العالی

۱. سعادت فتاحی
۲. زهرا صبوری
۳. مهدیه آقائی

چکیده

شاخص های تربیت رسانه ای در اندیشه مقام معظم رهبری، ابزاری بنیادین برای هدایت افکار، رفتارها و ارزش های جامعه اسلامی به سوی اهداف نظام و تحقق هویت ملی و دینی محسوب می شوند. مسئله اصلی پژوهش، شناسایی شاخص های تربیت رسانه ای و بررسی نقش رسانه ها در تقویت هویت فرهنگی، باورها و ارزش های اسلامی، ارتقای سواد رسانه ای، مقابله با آسیب های اجتماعی، ترویج وحدت ملی و پرورش روحیه مطالبه گری عقلانی است. هدف تحقیق ارائه چارچوبی علمی و عملی برای توانمند سازی رسانه ها در تربیت مخاطب و ارتقای سطح آگاهی عمومی است. روش تحقیق توصیفی — تحلیلی و کتابخانه ای بوده و منابع دینی، بیانات رهبری و پژوهش های علمی معتبر مورد مطالعه قرار گرفته اند. یافته ها نشان می دهد رسانه های تربیت یافته با تولید محتوای هدفمند، آموزش مخاطب، الگوسازی مثبت و پیگیری مطالبات عقلانی، می توانند همبستگی ملی را تحکیم کنند، باورها و ارزش های اسلامی را تثبیت سازند، سواد رسانه ای را ارتقا دهند و جامعه را در برابر آسیب های اجتماعی و پیام های مخرب مقاوم کنند. نتیجه گیری پژوهش حاکی است که تربیت رسانه ای در چارچوب ارزش های اسلامی نه تنها به عنوان سپری دفاعی در برابر تهدیدات فرهنگی عمل می کند، بلکه نقش راهبردی در شکل دهی جامعه ای آگاه، مقاوم، منسجم، متعهد و امیدوار دارد و زمینه پیشرفت، عدالت و تعالی نظام اسلامی را فراهم می آورد.

کلیدواژه: شاخصه، تربیت رسانه ای، مقام معظم رهبری

طلبه سطح دو مدرسه کریمه اهل بیت (سلام الله علیها)

در عصر حاضر، رسانه‌ها به عنوان یکی از مؤثرترین ابزارهای تأثیرگذاری بر جوامع، نقشی تعیین‌کننده در شکل‌دهی افکار، ارزش‌ها، رفتارها و هویت فرهنگی افراد ایفا می‌کنند. این تأثیرگذاری نه تنها بر سطح فردی بلکه بر فرآیندهای جمعی، فرهنگی و سیاسی جامعه نیز گسترده است و می‌تواند مسیر توسعه، پیشرفت و انسجام ملی را تحت تأثیر قرار دهد. با توجه به نفوذ گسترده رسانه‌ها و تنوع ابزارهای ارتباطی، تربیت صحیح و هدفمند مخاطب از طریق رسانه‌ها به یک ضرورت ملی و دینی تبدیل شده است. در جوامع اسلامی، این ضرورت دوچندان است؛ زیرا رسانه‌ها می‌توانند علاوه بر اطلاع‌رسانی، در تحکیم باورها و ارزش‌های اسلامی، حفظ هویت فرهنگی، ارتقای سواد رسانه‌ای، کاهش آسیب‌های اجتماعی و تقویت وحدت ملی نقش آفرین باشند. فقدان برنامه‌ریزی دقیق و راهبردی در این حوزه ممکن است موجب از دست رفتن فرصت‌های تربیتی و فرهنگی و تضعیف بنیان‌های اخلاقی، فرهنگی و اجتماعی جامعه شود. این امر ضرورت پژوهش‌های علمی و نظام‌مند در زمینه شاخص‌های تربیت رسانه‌ای را برجسته می‌سازد تا چارچوبی روشن برای بهره‌گیری از رسانه‌ها در مسیر تربیت آگاهانه، عقلانی و اخلاق‌مدار فراهم شود.

رشد رسانه‌های نوین، شبکه‌های اجتماعی و ابزارهای دیجیتال، فرصت‌ها و تهدیدهای تازه‌ای را برای جوامع به همراه آورده است. از یک سو، رسانه‌ها بستری گسترده برای آموزش، ارتقای آگاهی و ایجاد فرهنگ عمومی فراهم می‌کنند و از سوی دیگر، در صورت بهره‌برداری نادرست، می‌توانند موجب گسترش اطلاعات نادرست، اشاعه ارزش‌های ناسازگار با فرهنگ و دین، تضعیف اعتماد اجتماعی و بروز آسیب‌های روانی، اخلاقی و اجتماعی شوند. این وضعیت ضرورت توجه ویژه به تربیت رسانه‌ای را دوچندان می‌سازد و اهمیت پژوهش در حوزه شناسایی شاخص‌ها، اصول و راهکارهای کاربردی تربیت رسانه‌ای را آشکار می‌کند. بدون وجود شاخص‌های روشن و عملی، فعالیت‌های رسانه‌ای ممکن است اثرگذاری محدود یا معکوس داشته باشند و به جای تقویت ارزش‌ها و هویت اسلامی، موجب تضعیف انسجام فرهنگی و اجتماعی شوند.

با وجود تأکیدات مکرر مقام معظم رهبری بر نقش تربیتی رسانه‌ها در هدایت جامعه، ارتقای سواد رسانه‌ای، تقویت مطالبه‌گری عقلانی و تحکیم وحدت ملی، هنوز چارچوب علمی و عملیاتی جامعی برای این حوزه در دسترس نیست که بتواند مسیر فعالیت رسانه‌ای را به صورت هدفمند و هماهنگ با ارزش‌ها و اصول اسلامی هدایت کند. این خلأ پژوهشی موجب شده است که فعالیت‌های رسانه‌ای غالباً واکنشی و پراکنده باشد و نتواند به شکل مؤثر در تربیت نسل جوان، ارتقای آگاهی عمومی و تقویت فرهنگ اسلامی نقش آفرینی کند. از این منظر، پژوهش حاضر ضمن تأکید بر ضرورت و اهمیت تربیت رسانه‌ای تلاش دارد به بررسی، شناسایی و تبیین شاخص‌های کلیدی تربیت رسانه‌ای که شامل نقش رسانه ترویج وحدت ملی و تقویت روحیه مطالبه‌گری عقلانی، تقویت هویت

فرهنگی، ارتقای باورها و ارزش‌های اسلامی، افزایش سواد رسانه‌ای، کاهش آسیب‌های اجتماعی در جامعه است، پردازد. همچنین در پی پاسخ به سؤال اصلی است که شاخص‌های تربیت رسانه‌ای در اندیشه مقام معظم رهبری چیست و این شاخص‌ها چگونه می‌توانند در عمل به تقویت جامعه اسلامی کمک کنند بگونه‌ای که بتواند مسیر تربیت مخاطب را در سطوح فردی و اجتماعی مشخص نماید و در پی ارائه نقشه راهی علمی و کاربردی برای رسانه‌ها و نهادهای مرتبط است تا بتوانند در چارچوب ارزش‌ها و اصول اسلامی به تربیت آگاهانه و مؤثر مخاطب پردازند تا زمینه‌ساز توسعه فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی جامعه اسلامی و تقویت انسجام، هویت و پایداری ملی شود.

مفهوم شناسی

۱. شاخصه

شاخص در لغت به معنای «علامت، هدف، اصول و شاخصه‌های تمدن نبوی، نشانه و هر چیز بلند و آشکار است» [المعجم عربی، ترجمه سید محمد طیبیان، ج ۱، ص ۲۱۶] در اصطلاح نیز به معنای وجه امتیازی است که یک شیء نسبت به اشیای دیگر دارد. در حقیقت، ویژگی برجسته‌ای که به جدایی و تمایز یک شیء از دیگر اشیاء می‌انجامد، همان شاخص و مرز میان اشیاء و موضوع هاست و از پیوستگی و اختلاط آنها جلوگیری می‌کند بنابراین، شاخص یا شاخصه موجب تمیز اشیاء و اصل یا اصول، موجب تشخیص آنها می‌شود. [رشیدی، ۱۳۸۷]

۲. تربیت

معنای لغوی: تربیت از ریشه «ربو» به معنای زیادت و فزونی، پروراندن است [فرهنگ معین ۱۳۴۲، ۱۰۶۳] معنای اصطلاحی:

- به فعلیت در آوردن استعدادهای درونی که در یک شیء است.
- روشی که به وسیله آن، عقل، عقل می‌شود و قلب، قلب می‌گردد.
- به فعلیت رساندن قوا و استعدادهای انسان.
- آماده کردن فرد برای زندگی در اجتماع معین.
- انتخاب گفتار و رفتار مناسب و ایجاد شرایط لازم و کمک به شخص مورد تربیت تا بتواند استعدادهای نهفته اش را در تمام ابعاد وجود به طور هماهنگ پرورش داده و شکوفا سازد و به سوی هدف و کمال مطلوب تدریجاً حرکت کند.

تعریف جامع و فراگیر که در تعالیم اسلامی مد نظر است این است که تربیت عبارت است از فراهم کردن زمینه‌ها و عوامل برای شکوفا کردن استعدادهای بالقوه‌ی انسان در جهت مطلوب [المنجد، ص ۱۴]

۳. رسانه

در لغت به معنای وسیله و نوعی واسطه یا مجاری انتقال پیام است. رسانه معادل واژه‌ی medium است که عمل رسانش و انتقال محتوا اساس این واژه را شکل می‌دهد.

رسانه‌ها بدلیل کارکرد آن در انتقال افکار و ایده‌ها از فرستنده به گیرنده، نقش موثری در تربیت انسان‌ها و اصلاح رفتاری و فردی و جمعی دارد. امروزه وسایل ارتباط جمعی مصادیق گسترده‌ای دارند و مانند گذشته فقط به تلویزیون، رادیو، مجله، کتاب مختصر نمی‌شود. ماهواره، اینترنت، سینما، تئاتر، گوشی موبایل و... نیز از جمله وسایل ارتباط جمعی هستند [بابایی، ۱۳۹۱]

۴. تربیت رسانه‌ای

فرآیند هدفمند است که به فرد کمک میکند تا با شناخت صحیح رسانه‌ها و پیام‌های آن‌ها بتواند از محتوای رسانه‌ای بصورت آگاهانه و انتقادی استفاده کنند و مهارت‌های لازم برای انتخاب و برخورد صحیح با رسانه‌ها را بیاموزد. این نوع تربیت نقش مهمی در حفظ هویت دینی و فرهنگی، کسب ارزش‌ها و نگرش‌ها و الگوهای رفتاری دارد که از آن به «آثار تربیت اجتماعی رسانه» تعبیر میکنند. تربیت رسانه‌ای همان منطقه‌هویی غیر متعهد در حوزه تربیت انسان تراز تمدن اسلامی است و در پی تربیت نسل‌های جدید انسان‌های جامعه اسلامی متناسب با شرایط عصر رسانه‌ها و توانمندسازی آن‌ها برای چیره شدن بر رسانه‌هاست. [ورده نور، ۱۳۹۸] تربیت رسانه‌ای می‌کوشد یعنوان راهی اصولی و چارچوب‌مند خانواده‌های جامعه اسلامی را برای تربیت انسان‌هایی مومن‌یاری کند. [صالحی، ۱۳۹۵]

۱. تقویت روحیه مطالبه‌گری

مطالبه‌گری به معنای پیگیری حقوق و خواسته‌های مشروع مردم از مسئولان، یکی از شاخصه‌های اساسی تربیت رسانه‌ای است که به عنوان موتور محرک توسعه نظارت عمومی و رکن بنیادین نظارت مردمی، نقشی کلیدی در پیشرفت کشور و تحقق اهداف نظام اسلامی ایفا می‌کند. در هر جامعه‌ای که شهروندان نسبت به مسائل عمومی بی‌تفاوت باشند، بستر فساد، بی‌عدالتی و ناکارآمدی فراهم می‌شود. در این میان رسانه‌ها به عنوان بستر اصلی تربیت اجتماعی، نقشی بی‌بدیل در شکل‌دهی به گفتمان، ارزش‌ها و رفتارهای جامعه داشته و پل ارتباطی میان مردم و حاکمیت محسوب می‌شوند (خامنه‌ای، دردیدار با نمایندگان دانشجویی، ۱۳۹۰).

الف) جایگاه رسانه در تقویت مطالبه‌گری

شود» (مک کوایل، ۱۳۹۰: ۲۱۰). در اندیشه اسلامی نیز این اصل مورد تأکید است که انسان باید «بصیرت» داشته باشد تا در برابر فتنه‌ها و هجمه‌ها مصون بماند (سوره آل عمران: ۱۰۴).

د) نقش رسانه در گسترش یا کاهش آسیب‌های اجتماعی
رسانه‌ها می‌توانند در دو مسیر حرکت کنند:

مسیر مخرب: ترویج خشونت، بی‌بندوباری، اعتیاد، قمار، انحرافات جنسی و عادی‌سازی طلاق.
مسیر سازنده: آموزش سبک زندگی سالم، تقویت بنیان خانواده، معرفی الگوهای موفق، افزایش آگاهی جوانان درباره خطرات اجتماعی، و ترویج مسئولیت‌پذیری اجتماعی.
امام خمینی (ره) با نگاهی آینده‌نگرانه فرمودند: «رسانه‌ها باید دانشگاه عمومی باشند؛ اگر رسانه در خدمت فساد قرار گیرد، جامعه را فاسد می‌کند» (صحیفه نور، ج ۸: ۲۴۵). بنابراین رسانه‌ها مسئولیتی خطیر در زمینه پیشگیری و مقابله با آسیب‌های اجتماعی دارند.

۵. راهکارهای عملی برای مقابله با آسیب‌های اجتماعی از طریق رسانه

۱. آموزش سواد رسانه‌ای: آموزش مهارت‌های نقد و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای به جوانان و خانواده‌ها (یوسفی، ۱۳۹۴: ۱۳۳).

۲. تولید محتوای سالم: تقویت تولیدات فرهنگی - رسانه‌ای متناسب با ارزش‌های اسلامی و ملی.

۳. بازنمایی مثبت خانواده: حمایت از نهاد خانواده به عنوان محور اصلی جامعه.

۴. تقویت امید اجتماعی: رسانه‌ها باید به جای تمرکز بر سیاهی‌ها، با نشان دادن ظرفیت‌ها و موفقیت‌ها، امید و نشاط اجتماعی را تقویت کنند (حسینی، ۱۳۹۲: ۱۰۵).

۵. نقد اجتماعی هوشمندانه: طرح مسائل و آسیب‌ها به شیوه علمی و اصلاح‌گرانه، نه سیاه‌نمایی.

۶. همکاری میان نهادهای دینی، فرهنگی و رسانه‌ای: استفاده از ظرفیت حوزه‌های علمی، دانشگاه‌ها و

سازمان تبلیغات اسلامی.

۷. مدیریت فضای مجازی: توسعه پلتفرم‌های بومی برای کنترل آسیب‌های ناشی از فضای بی‌در و پیکر

اینترنت.

مقابله با آسیب‌های اجتماعی، ضرورتی راهبردی برای بقای فرهنگی و اجتماعی کشور است. در این مسیر، رسانه‌ها هم می‌توانند تهدید باشند و هم فرصت. اگر رسانه‌ها در چارچوب تربیت رسانه‌ای و با هدایت نظام اسلامی فعالیت کنند، می‌توانند به یکی از مؤثرترین ابزارهای پیشگیری و درمان آسیب‌های اجتماعی تبدیل شوند. رهبر انقلاب اسلامی می‌فرمایند: «باید با عزم ملی و مدیریتی جهادی، رسانه‌ها را در خدمت سلامت جامعه قرار دهیم» (خامنه‌ای، ۱۳۹۴، بیانات در دیدار اعضای مجلس خبرگان رهبری).

از این رو، تربیت رسانه‌ای با تأکید بر مقابله با آسیب‌های اجتماعی، می‌تواند آینده‌ای روشن‌تر و سالم‌تر برای جامعه اسلامی رقم بزند.

رهبر انقلاب رسانه را نهادی دو لبه می‌دانند و می‌فرمایند: «امروز رسانه‌ها می‌توانند کشور را از درون تقویت کنند یا از درون متلاشی نمایند؛ رسانه‌ها شمشیر دو لبه‌اند» (خامنه‌ای، ۱۳۹۰/۰۴/۰۶). اگر رسانه‌ها در ایفای مسئولیت خود نسبت به وحدت کوتاهی کنند، آثار مخربی معادل جنگ‌افزارهای دشمن به بار خواهند آورد. بنابراین لازم است رسانه‌ها با تمرکز بر فرهنگ و ارزش‌های اسلامی، هویت دینی و ملی را تقویت کرده و در برابر نفوذ فرهنگ‌های بیگانه و جریان‌های تفرقه‌افکن، نقش ایجابی ایفا کنند (قرآن، آل‌عمران: ۱۰۳).

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تحلیل شاخص‌های تربیت رسانه‌ای در اندیشه مقام معظم رهبری، ضمن بهره‌گیری از روش توصیفی تحلیلی و گردآوری داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای، نشان داد که تربیت رسانه‌ای از چند شاخص کلیدی تشکیل شده است که هر یک نقش بنیادین در هدایت جامعه اسلامی و ارتقای کیفیت تعاملات رسانه‌ای دارند. یافته‌ها نشان می‌دهد رسانه‌ها نه تنها ابزار اطلاع‌رسانی، بلکه نهادی تربیتی، فرهنگی و تمدنی‌اند که می‌توانند با راهبردهای هدفمند، مخاطب را از یک مصرف‌کننده منفعل به شهروندی آگاه، متعهد و مطالبه‌گر تبدیل کنند. شاخص‌هایی مانند تقویت روحیه مطالبه‌گری، وحدت ملی، هویت فرهنگی، باورها و ارزش‌های اسلامی، مقابله با آسیب‌های اجتماعی و ارتقای سواد رسانه‌ای، با یکدیگر تعامل دارند و مجموعه‌ای هماهنگ از اصول و معیارهای تربیت رسانه‌ای را شکل می‌دهند که می‌تواند جوامع اسلامی را در مسیر رشد، پایداری و مقاومت در برابر تهدیدهای فرهنگی و اخلاقی هدایت کند.

فسیر معنادار نتایج و پیامدهای علمی و کاربردی این پژوهش در حوزه رسانه حاکی از آن است که تربیت رسانه‌ای موفق مستلزم ترکیبی از آموزش مخاطب، تولید محتوای آموزشی متناسب با مخاطب، ارزش‌ها و دنبال ایجاد بسترهای تعامل اجتماعی، سازوکارهای ارزیابی و نظارت مستمر بر پیام‌هاست. رسانه‌هایی که این شاخص‌ها را رعایت کنند، می‌توانند به ارتقای هویت جمعی، تقویت انسجام ملی و افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی کمک کنند و همچنین می‌توانند به صورت عملی و هدفمند برای تربیت مخاطب و تقویت بنیان‌های اخلاقی و اجتماعی به کار گرفته شوند.

پیشنهادهات

پژوهش‌های آتی می‌توانند با استفاده از روش‌های تجربی و میدانی، اثرگذاری عملی این شاخص‌ها بر رفتار و نگرش مخاطبان را بررسی کنند و با تمرکز بر رسانه‌های نوین دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و ابزارهای تعاملی، چارچوب‌های عملیاتی جدید و به‌روزتری برای تربیت رسانه‌ای ارائه دهند. همچنین مطالعات آینده می‌توانند بر سنجش تفاوت‌های فرهنگی و منطقه‌ای در تأثیرگذاری شاخص‌های تربیت رسانه‌ای تمرکز کرده و راهکارهایی برای بهینه‌سازی آن‌ها در سطح ملی و فراملی ارائه کنند.

منابع

*قرآن کریم.

کتاب:

۱. خزائلی، عذرا، نویسندگی برای رادیو و تلویزیون، تهران مرکز تحقیقات صدا و سیما، ۱۳۸۵
۲. صمیمی، رشید، اصول و شاخصه‌های تمدن نبوی قم، ۱۳۸۷
۳. طباطبایی، صادق، طلوع ماهواره و افول فرهنگ، تهران انتشارات اطلاعات، ۱۳۸۷
۴. کریم پور، فاطمه، وحدت ملی در اندیشه رهبری، پرتال خامنه ای، ش ۶۳، ۱۳۸۶
۵. گمار، پویا، مجتبی، علیرضا، راهکارهای ترویج سواد رسانه‌ای از طریق رسانه ملی، مطالعات دینی رسانه، ۱۳۹۹، ۷
۶. مظاهری، سهراب، اهمیت فرهنگ مردم و رسالت‌مندی رسانه‌ها، فرهنگ مردم ایران، ۱۳، ۱۳۸۷
۷. مک کوایل، دنیس. نظریه ارتباطات جمعی. ترجمه پرویز اجلالی. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۹۰
۸. اوری وثاق، مهدیه، نقش رسانه در آگاهی بخشی، قم، ۱۳۹۱
۹. یوسفی، محمد. «نقش آموزش سواد رسانه‌ای در پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی». ایرانداک، ۱۳۹۴

مقالات:

۱. افروغ، عماد. آسیب‌شناسی فرهنگی و اجتماعی ایران. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، ۱۳۸۸
۲. اسحاقی، سید حسین، نسیم همبستگی، قم، ۱۳۸۶
۳. اسمعیلی درجوزی، حسینی، محمدحسین، سید مهناز، نقش هوش مصنوعی در رسانه‌های نوین در زمینه دین باوری، ۲۵، ۱۴۰۴
۴. آذربخش، علی محمد، درآمدی بر نقش رسانه‌ها در جریان سازی، قم، ۱۳۹۲
۵. حاجی‌زاده، مهدی. «رسانه و بازتولید آسیب‌های اجتماعی». فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، سال ۱۸، ش ۴، ۱۳۹۰.
۶. حسینی، سیدمهدی. «امید اجتماعی و نقش رسانه‌ها در کاهش آسیب‌های اجتماعی». پرتال جامع علوم انسانی، ۱۳۹۲.
۷. خامنه‌ای، سیدعلی. بیانات در دیدار اصحاب رسانه. پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبر معظم انقلاب اسلامی، ۱۳۸۱.
۸. شاه‌آبادی، محمدحسین، تبیینی از نیاز تمدنی جامعه اسلامی به تربیت اسلامی، نشریه مطالعات میان رشته‌های تمدنی انقلاب اسلامی، ۱۴۰۴
۹. همان، بیانات در دیدار اعضای مجلس خبرگان رهبری. پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبر معظم انقلاب اسلامی، ۱۳۹۴.
۱۰. همان، بیانات در دیدار مسئولان کشور. پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبر معظم انقلاب اسلامی، ۱۳۹۵
۱۱. خدمتیان، نجفی، مویدی، برات دستجردی، محمد، محمد، محمد، نگین، تبیین تربیت رسانه‌ای از منظر اندیشمندان پست مدرن با توجه به راهبردهای سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، نوآوری‌های آموزشی، ۸۸، ۱۴۰۲
۱۲. سنچولی، زینب، نقش رسانه‌ها در انسجام اقوام ایرانی، نشریه حقوق بین الملل، ش ۲۶، ۱۳۹۵
۱۳. صالحی، علیرضا، نقش تربیت رسانه‌ای در ارتقای سواد رسانه‌ای و مقابله با آسیب‌های اجتماعی، ش ۳۲، ۱۳۹۵
۱۴. صحیفه امام، صحیفه نور. ج ۸. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره)، ۱۳۷۸
۱۵. فولادی، حفیظ‌الله، رسانه‌ها و تربیت از منظر امام خمینی، بی‌جا، بی‌تا
۱۶. قاسمی، طهمورث، سواد رسانه‌ای رویکردی نوین به نظارت رسانه‌ای

۱۷. کرمی نامیوندی، شریفی، جنوی، سجاد، سید مهدی، المیرا، شناسایی راهکارهای افزایش سواد رسانه ای و اطلاعاتی اعضای هیئت علمی و دانشجویان دانشگاه های کشور، پژوهش های ارتباطی، ۴، ۱۳۹۶

۱۸. ورده نوره محمودیه، یحیی، نقش و تاثیر رسانه در تربیت فرزندان، بی جا، ۱۳۹۸

سایت :

- | | |
|---|-----|
| https://ensani.ir | (۱) |
| https://www.isna.ir | (۲) |
| https://konarsandal.ir | (۳) |
| https://rahbordemoaser.ir | (۴) |
| https://www.javanonline.ir | (۵) |
| https://www.mehrnews.com | (۶) |
| https://www.shabestan.news : | (۷) |
| https://hawzah.net/fa/Magalle | (۸) |