



## نقش و تأثیر رسانه ها در تربیت اجتماعی و دینی کودکان، نوجوانان، جوانان و خانواده

حمیده احسانی<sup>۱</sup>

۱- دانشجوی کارشناسی، دبیری زبان انگلیسی، دانشگاه فرهنگیان اصفهان

hamidehehsani1375@gmail.com

ارسال: آذر ماه ۹۶ پذیرش: دی ماه ۹۶

### خلاصه

هر دره عصری شیوه ها و روش های تربیت و آموزش تاحدی دستخوش تغییر می شوند که می توان علت اصلی آن را شرایط زمانی و مکانی و البته در دنیای جدید، ظهور و گسترش رسانه ها دانست. بی تردید امروزه، یکی از مؤثرترین عوامل تربیت در هر جامعه ای، رسانه ها می باشند. آن ها با وسعت دامنه خود، حکم دانشگاه عمومی را دارند که با همه اقشار جامعه سروکار دارند. در عصر جدید که عصر فناوری های ارتباطات و اطلاعات و نیز عصر تغییر نام گرفته، رسانه های نوین با درنوردیدن فاصله های مکانی و زمانی تمامی عرصه های مختلف زندگی بشر به ویژه تعلیم و تربیت را دگرگون ساخته و معنا و مفهوم تازه ای به آن بخشیده است. هدف مقاله حاضر، بررسی واستقصای ناقصی از عواملی هم چون؛ تعریف رسانه، تعلیم، تربیت، انواع رسانه های آموزشی و اهمیت تربیتی رسانه ها، تأثیر رسانه ها بر تربیت و رشد کودکان و نوجوانان بوده است. روش تحقیق به صورت مروری و کتابخانه ای و مبتنی بر بررسی سیاهه ای از متون مرتبط پیرامون موضوع بوده است. نگارنده در این مقاله سعی کرده ضمن نشان دادن نقش رسانه ها در تربیت دینی، آسیب شناسی رسانه ها در تربیت دینی و آثار اجتماعی و فرهنگی آنها را نیز مورد کنکاش قرار دهد. بدین منظور در پایان این مقاله نیز چند نمونه از راهکارها و پیشنهادهای جهت بیرون رفت از آسیب های موجود ارائه می گردد.

کلمات کلیدی: رسانه، تعلیم و تربیت، تربیت دینی و اجتماعی، کودکان و نوجوانان

### ۱. مقدمه

انسان در زندگی اجتماعی کنونی و در برخورد با دیگران، نیازمند ارتباط است و تنها از طریق این ارتباط نیازهای فردی و اجتماعی خود را برآورده می کند. اگرچه رشد رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی در ابتدا بسیار ساده و ناچیز بوده، اما در عصر حاضر تحوّل عظیمی را شاهد بوده ایم. امروزه رسانه های جمعی هم ابزاری برای سرگرمی و تفریح مردم شده اند، و هم وسیله ای برای تعلیم و تربیت، فکر و اندیشه و سبب تحول جامعه می باشند که از این جهت بسیار حائز اهمیت اند به همین دلیل می توانند نقش بسزایی در تعلیم و تربیت نسل حاضر ایفا کنند. در یک کلام رسانه ها تعلیم دهندگان و مربیان هستند بدون آنکه نام معلمی و مربی گری بر خود بگیرند. از آنجا که در دنیای امروز همه چیز به سمت صنعتی شدن و تکنولوژی در حال حرکت است، سهم معلمان و خانواده ها در تکوین شخصیت دانش آموزان، روزبه روز کم رنگ تر می شود و به جای آن عوامل دیگری همچون رسانه ها نقش عمده ای را برعهده دارند. در مجموع رسانه های ارتباطی، خواه برای آموزش و تعلیم، برنامه ریزی شده باشند و خواه نشده باشند، آموزش دهنده اند. زیرا مردم همواره از این رسانه ها تأثیر می پذیرند و از آنها آموزش می گیرند. نباید

فراموش کرد که رسانه‌ها در همه‌ی ابعاد زندگی و عرصه‌های مختلف به ویژه تربیت، هم فرصت‌اند و هم نگرانی؛ زیرا دقیقاً نمی‌دانیم آن‌ها تا چه اندازه در آموزش و تربیت و رشد جوانان و فرزندان ما تأثیرگذار هستند. در سالهای گذشته رسانه‌ها بسیار محدود بود ولی با گذشت زمان و پیشرفت علم و تکنولوژی، رسانه‌ها نیز گسترش یافته و قلمرو وسیعی را تشکیل می‌دهند. ابتدا رسانه‌های مکتوب در حد ابتدایی شکل گرفت و سپس رسانه‌های دیگر ظهور کرد. زمانی بود که کتاب به عنوان مهمترین وسیله‌ی ارتباطی در میان ملل مختلف دنیا مطرح بوده است؛ ادیان آسمانی و پیامبران پیام خود را با کتاب و تعلیم آن به مردم آغاز کردند و رسالت برخی از این پیام‌آوران با کتاب و وحی شروع شده است. با پیشرفت علم دامنه رسانه‌ها وسیعتر شده و وسایلی همچون روزنامه و مجلات نیز به آن اضافه شد. در طول دو قرن گذشته بشر با رسانه‌های نسبتاً پیشرفته همچون رادیو و تلفن پا به عرصه وجود نهاده است و بعد از آنها به تدریج رسانه‌های پیشرفته‌ای همچون تلویزیون و سینما به وجود آمد که نقش بسیار مهمی در تربیت و تعلیم مردم بر عهده گرفتند. امروزه این رسانه‌های مهم در عرصه تربیت و آموزش علمی کودکان و نوجوانان نقش بسیار مهمی ایفا کرده و می‌کند و دامنه رسانه‌ها به همین تعداد محدود نشد و در طول نیم قرن‌ها رسانه‌هایی همچون کامپیوتر، اینترنت و اخیراً ماهواره نیز که بسیار پیشرفته است، به آن اضافه شد. در این پژوهش بر آنیم تا نقش رسانه‌ها را در تربیت ذکر نموده و عوامل مهمی را به مردم گوشزد نموده، مواظب باشیم که گرفتار عوامل مخرب آن نشویم و گول علم بشر را نخوریم. زیرا هر چیزی که تولید می‌شود ممکن است مطلقاً مثبت و سازنده نباشد.

## ۲. واژه‌شناسی و تعریف مفاهیم

### ▪ رسانه

رسانه به معنای روش یا ابزار مادی یا فنی تغییر شکل پیام به علامت‌ها (سیگنال‌ها) است که مناسب انتقال از یک مجرا (کانال) ارتباطی معین می‌باشد [۱]. به طور کلی می‌توان رسانه را به عنوان یک وسیله ارتباطی تعریف کرد. رسانه‌ها به این معنا، ابزاری هستند که به وسیله آنها ارتباط میسر می‌شود. امروزه وسایل ارتباط جمعی مصادیق گسترده‌ای پیدا کرده‌اند و مانند گذشته فقط به تلویزیون، رادیو، روزنامه، مجله و کتاب منحصر نمی‌گردد؛ بلکه ماهواره، اینترنت، سینما، تئاتر، فیلم، نوارهای صوتی و تصویری، دیسک‌ها، سی‌دی‌ها، پوستر، عکس، اسلاید، تابلوها، گوشی‌های موبایل... را نیز شامل می‌شود.

### ▪ تعلیم

این واژه در لغت نامه دهخدا به معنی بیاموختن، بیآگاهانیدن، آموختن، آگاهانیدن، کسی را چیزی آموختن، آموزانیدن و آمده است [۲]. تعلیم کوششی است که معلم برای انتقال معلوماتی خاص به شاگردان خود بکار می‌برد و عمدتاً به مهارت و خُبرگی معلم و نوع محتوای درسی که علم به انتقال آن می‌پردازد، بستگی دارد. فقط ارائه معلومات نظری یا عملی است که در موقع تدریس از جانب معلم به شاگردان انتقال می‌یابد [۳].

### ▪ تربیت

یکی از تعاریفی که در علم تعلیم و تربیت درباره تربیت ارائه می‌شود، شکوفا کردن و به منصفه ظهور رساندن استعدادهاست. تربیت فراتر از انتقال علم است؛ تربیت به معنای فراهم کردن امکان شکوفایی استعدادها و به یک معنا از قوه به فعل رسیدن استعدادها است. تعریف خاص دیگری از تربیت وجود دارد که بر اساس مبانی دینی است. در این تعریف تربیت به این معنا نیست که تنها استعدادها بروز کند و به فعلیت برسد، بلکه تربیت یعنی اینکه استعدادها در مسیر و جهت درست نیز به کار بیفتد.

## ۳. انواع رسانه‌های آموزشی

۳-۱- مواد دیداری غیر شفاف - این مواد عبارتند از: انواع تصاویر، کتابها، (خود آموزها)، مجله‌ها، راهنماهای مطالعه، چارته‌ها، نمودارها، نقشه‌ها، پوسترها و کاریکاتورها [۴].

- ۲-۳- مواد صوتی (شنیداری) فقط می‌توانند شنیده شوند - که عبارتند از: نوار شنیداری (حلقه ای، کاست، کارت ریج صفحه، رادیو، تلفن و کارت شنیداری).
- ۳-۳- مواد شنیداری - دیداری غیر شفاف (ترکیبی از ۱ و ۲) که عبارتند از: کتاب همراه با نوار یا صفحه و سایر مواد چاپی همراه با مواد شنیداری.
- ۳-۴- مواد دیداری شفاف (ثابت) که عبارتند از: اسلاید ها، فیلم ها، استریپها و طلقهای شفاف.
- ۳-۵- مواد شنیداری - دیداری شفاف (ثابت) - که عبارتند از فیلم، استریپ ناطق، انواع اسلایدها با نوار یا صفحه).
- ۳-۶- مواد شنیداری - دیداری متحرک - که عبارتند از: فیلم متحرک ناطق و فیلم ویدئو.
- ۳-۷- مواد دیداری متحرک که عبارتند از: فیلم متحرک صامت (همراه با زیرنویس یا نوشته).
- ۳-۸- رسانه های سه بعدی ها که عبارتند از: اشیاء، مدل ها، عروسک ها.
- ۳-۹- منابع انسانی و موقعیتهای که عبارتند از: دعوت از افراد، گردش علمی، نقش آفرینی و غیره.
- ۳-۱۰- کامپیوترها که عبارتند از: انواع کامپیوتر و ترمینالهای گوناگون با ابزارهای نمایش.
- ۳-۱۱- ماهواره ها - که شامل انواع قمرهای مصنوعی و ماهواره های ارتباطی و ماهواره های تلویزیونی.
- طبقه بندی رسانه ها: طبقه بندی رسانه ها بیشتر بدین دلیل انجام می‌گیرد که تصور می‌شود اگر رسانه ای ویژگی خاصی را دارا باشد این رسانه می‌تواند در خدمت به هدفی قرار گیرد که مستلزم همان ویژگی است. مثلاً یادگیری تکلیفی که مستلزم تمیز دادن اشکال است رسانه ای را که از حس دیدن استفاده می‌کند، بکار می‌گیرد یعنی رسانه دیداری [۵].

#### ۴. ظهور رسانه های نوین

درک دقیق از رسانه های نوین یا وجه مشترک تمامی تعابیر از این مفهوم نیازمند آشنایی با برداشت های موجود از پردازش رایانه ای و ظهور قالب مفهومی عام برای تمامی «رسانه های نوین» های نوین انتشار اطلاعات است. تعبیر رسانه هاست؛ زیرا هر یک از رسانه ها در مقطع تاریخی خود به هنگام ظهور به سبب قابلیت ها، کارکردها و ویژگی ها نو بودند؛ برای نمونه هنگامی که تلویزیون پا به عرصه ای وجود گذاشت، بسیاری از رسانه های ماقبل خود مانند سینما، رادیو و مطبوعات را به حاشیه برد [۶]. رسانه های نوین در واقع، مجموعه ای متمایزی از تکنولوژی های ارتباطی هستند که خصایص معینی را در کنار نوشتن، امکانات دیجیتال و در دسترس بودن وسیع برای استفاده ی شخصی به عنوان ابزارهای ارتباطی دارند. به نظرمی رسد که در تعریف رسانه های نوین، تأکید بر مجموعه فعالیت هایی متمرکز است که تحت عنوان اینترنت مطرح هستند [۷]. از همین رو بود که مانویک در تعریف رسانه های نوین به هر آنچه از طریق رایانه و اینترنت تولید و انتشار می‌یابد، اشاره کرده است [۸]. مانند اخبار آنلاین، آگهی های بازرگانی، استفاده از برنامه های تولیدی مانند دانلود موسیقی و موارد مشابه، پست الکترونیکی شخصی، بازی ها و دیگر خدمات خصوصی ارائه شده، شرکت در بحث ها و گفت و گوها، استفاده از شبکه ی جهانی وب، جست و جوی اطلاعات و شکل های بالقوه و خاص ارتباطی و بالاخره نسل جدی تری از رسانه ها و شبکه های اجتماعی [۹].

رسانه های نوین ویژگی هایی دارند که بر خلاف رسانه های الکترونیک، مانند رادیو یا تلویزیون، رسانه هایی هستند که بر بستر اینترنت و در بعضی موارد، ماهواره ها بار می‌شوند و به کاربران خود خدمات ارائه می‌دهند. سخت افزارهایی که ما امروزه شاهد آن هستیم، مثل تلفن های همراه هوشمند یا تبلت ها و سایر ابزارهای همراه، تقریباً بدون اینترنت بی معنا هستند. اگرچه یک سری امکانات را بدون اتصال به اینترنت در اختیار صاحبان خود قرار می‌دهند، اما اساساً با اینترنت معنا پیدا می‌کنند.

راسموسن با اشاره به مدل مدرن سازی گیدنز اینگونه بحث می‌کند که رسانه های نوین از نظر کیفی آثار متفاوتی را بر جامعه شبکه ای مدرن می‌گذارند. کمک اصلی که آنها می‌کنند این است که فاصله در حال گسترش بین جهان خصوصی و عمومی ”

جهان هستی" و جهان نظام ها و سازمانها پر شود. این فاصله شاید در اثر بزرگراه‌های جدید الکترونیکی در حال افزایش باشد بر خلاف تلویزیون رسانه‌های نوین می‌توانند در برنامه‌های زندگی فردی نقش مستقیم داشته باشند [۱۰].

ظهور رسانه‌های نوین برخی را بر آن داشت تا در پی ویژگی‌ها و به تعبیر دیگر تفاوت‌ها و شباهت‌های رسانه‌های نوین با رسانه‌های سنتی باشند. بر همین اساس برخی ویژگی‌ها و تفاوت‌های رسانه‌های نوین را چنین برشمرده‌اند:

۴-۱- دیجیتالی شدن در تمام عرصه‌ها؛

۴-۲- جدا شدن اینترنت از ارتباطات جمعی؛

۴-۳- تقلیل کنترل اجتماعی؛

۴-۴- فاقد زمان و مکان بودن تولید، ارایه و تبادل اطلاعات؛

۴-۵- تعاملی بودن یا ارتباطات هم‌زمان دوسویه و چندسویه بودن ارتباطات؛

۴-۶- ایجاد فضاهای مختلف برای استفاده‌ی همه‌نوع مخاطب و درعین حال درون‌گرایی بیشتر نقش مخاطب؛

۴-۷- ایجاد فرهنگی خاص با تأکید بر فضای مجازی که به فرهنگ فضای مجازی نام گرفت؛

۴-۸- به وجود آمدن گفتمان‌های جدید و محدودیت یافتن کنترل‌های دولتی؛

۴-۹- تبادل و ارتباط بین فرهنگی میان فرهنگ‌های جوامع و خرده‌فرهنگ‌های درون یک جامعه؛

۴-۱۰- از هم پاشیدگی «نهاد رسانه» و در عین حال، ایجاد هم‌گرایی میان رسانه‌های سنتی و جدید با ارائه‌ی هم‌زمان تمامی محتواها [۱۱].

## ۵. آثار اجتماعی و فرهنگی رسانه‌ها

آثار اجتماعی رسانه به حدی ملموس و عینی است که به ندرت کسی از اهمیت آن غفلت می‌کند. به عبارت دیگر، به دلیل آثار اجتماعی بالای آن به عنوان مهمترین ابزار کنترل اجتماعی نیز مطرح است. ری در تحقیقی که توسط همکاران خود در هند انجام داده، به این نتیجه رسیده است که رادیو، تلویزیون، فیلم‌ها، بازی‌های ویدئویی، تلفن‌های همراه، و شبکه‌های کامپیوتری نقش محوری را در زندگی روزانه کودکان ما گرفته است. رسانه‌ها آثار بالقوه عمیق، مثبت و منفی بر روی توسعه شناختی، اجتماعی و رفتاری کودکان نشان داده‌اند [۱۲].

اگر چه رسانه‌ها نقش راهبردی مهمی در جامعه دارند و ابزار مهمی برای هدایت افکار عمومی تلقی می‌شوند؛ لیکن وجود تلویزیون در یک جامعه، مشارکت در فعالیت‌های جمعی را کاهش می‌دهد، به طور مثال، درون یک خانواده، وقتی تلویزیون روشن است، صحبت‌ها و گفت‌وگوها کاهش می‌یابند. به نظر می‌رسد که بچه‌ها باورهای یکسان و مشابه نسبت به چارچوب فرهنگی جهان داشته باشند. تلویزیون‌ها نقش مهمی در شکل‌گیری تخیل آنها ایفا می‌کنند. کودکان از رسانه‌ها بخصوص تلویزیون استفاده می‌کنند. مهم این است که نه تنها محدودیتی برای استفاده از آن در جاهای مختلف نیست، بلکه می‌توان اثر تعاملی تلویزیون را به گونه‌ها و انواع گوناگون دید. در بررسی دیگری این مهم مشخص می‌شود که تبلیغات تلویزیونی تأثیر مستقیم روی نگرش کودکان دارد. تبلیغات تلویزیونی کودکان را به مصرف‌گرایی بیشتر و در نتیجه فشار بیشتر بر والدین ترغیب نموده است تا خواسته‌های آنان را برای خرید آنچه آنان دیدند تمایل یافتند، تحقق بخشند. نتیجه این تأثیر روی کودکان نامیدی و نارضایتی از زندگی در کودکان و کاهش ارتباط آنان با والدین شان بوده است [۱۳].

## ۶. اهمیت تربیتی رسانه‌ها

رسانه‌ها، به سبب ویژگی‌های ممتازی که نسبت به سایر عوامل تأثیرگذار در فرایند تربیت انسان دارند، دارای اهمیت چشمگیری هستند. قدرت رسانه‌ها نسبت به سایر عوامل تأثیرگذار در فرایند تربیت انسان، آن قدر مهم است که برخی معتقدند رسانه‌ها

قادرند نسل جدیدی در تاریخ انسان به وجود آورند، نسلی که از لحاظ رفتار و افکار و نحوه تعامل با دیگران، با نسل های پیشین تفاوت داشته باشند.

مارشال مک لوهان، یکی از مشهور ترین جامعه شناسان کانادایی و از بزرگ ترین متخصصان مسئله ارتباطات جمعی، چنان اهمیتی برای وسایل ارتباط جمعی قایل است که آن را حتی مهم تر از اندیشه دینی یعنی محتوای این ارتباط می داند [۱۴]. بدون شک رسانه ها نقش بسیار مهمی در تربیت کودکان و همچنین بزرگسالان ایفا می کنند، چرا که بخش زیادی از زندگی افراد جامعه، در کنار این وسایل سرشار از اطلاعات و داده ها سپری می شود. وسایل ارتباط جمعی، تمام جهات و ابعاد زندگی انسان هارا پوشش می دهد. همه جا و به همه صورت، پیام وسایل ارتباط جمعی شنیده می شود. این وسایل، اعم از مکتوب (مثل روزنامه ها و مجلات) و غیرمکتوب (مثل رادیو و تلویزیون) بزرگترین سهم را در راه انتقال میراث فرهنگی و فکری و تربیت افراد جامعه به عهده دارند.

چگونگی عملکرد این وسایل ارتباط جمعی در بازتاب باورها و ارزش های پذیرفته شده افراد جامعه، در روی آوردن مردم به آن ها یا انحراف از آن ها بسیار اثرگذار است. امام خمینی (ره) به دست اندر کاران صدا و سیما سفارش می کند: "دستگاه تلویزیون یا رادیو باید آموزنده باشد. باید به جوان های ما قدرت بدهد و آن ها را نیرومند کند. از راه سمع و بصر بهتر می شود آنان را تربیت کرد؛ برای اینکه همه گوش می کنند و جوان ها هم گوش می کنند. آنچه که در استفاده از رسانه ها حائز اهمیت است این است که اگر چه انسان ها می توانند از این ابزارهای فرهنگی مدرن و جدید در راه رسیدن به تربیت صحیح استفاده کنند، اما نباید از این نکته غفلت ورزند که این وسایل می تواند انسان ها را به انحراف، فساد و انحطاط سوق دهند". امام خمینی (ره) می فرماید: «این دستگاه ها که مریبان فرهنگی جامعه امروزند، باید وسیله تربیت ملت باشند، یعنی نه تنها نباید با اشاعه ابتدال مانع رشد فرهنگی و ضد تربیتی شوند، بلکه باید مریب بوده و جامعه را تربیت کنند» [۱۵].

#### ۷. نقش رسانه ها در تربیت دینی

تربیت دینی یک معنا و اصطلاح خاص دارد که در این اصطلاح در بین همه ابعاد تربیتی، به رشد معنوی و اعتقادی توجه می شود و بدین وسیله سایر ابعاد تربیتی و حتی ابعادی همچون بعد اخلاقی از بحث خارج می شود. مقصود از تربیت دینی، در این مقاله تربیت دینی به معنای عام آن است که مساوی با تربیت اسلامی می شود و تربیت دینی به این معنی، یعنی حضور قرآن و سیره معصومین (ع) در متن زندگی جامعه و مردم. این معنی شامل همه ابعاد تربیتی در یک بستر دینی شده و می توان آن را با تربیت اسلامی مترادف دانست. مراد این است که کودک، نوجوان یا جوان مسلمان به گونه ای آموزش ببیند و تربیت شود که بالمآل شخصیت او با اهداف دینی مطرح شده در قرآن و روایات همگونی داشته باشد و نهایتاً آن گونه شود که بتوان او را مسلمان به معنای واقعی کلمه دانست. در این اصطلاح، تربیت دینی محدود به مسائل اعتقادی، معنوی و یا اخلاقی نمی شود، بلکه رفتار و اندیشه آدمی را در سایر ابعاد فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، عاطفی و هیجانی نیز در بر می گیرد. در عصر و زمان حاضر نیز به رغم برخی دیدگاه های انتقادی، دین چه به عنوان بخشی از یک فرهنگ و نهاد اجتماعی و رسانه به مثابه یک امر وجودی به هم آمیخته اند. در دهه های اخیر توجه به رسانه ها در میان ادیان عمومیت یافته است. رسانه های اجتماعی از اهمیت بالایی در زمینه تربیت دینی برخوردار شده اند، زیرا مطالعات متعددی درباره رابطه بین تربیت دینی و رسانه های اجتماعی صحبت می کنند [۱۶].

بنا به گفته امام خمینی (ره): "حکومت جمهوری اسلامی مبتنی بر دین است و زیرمجموعه های آن نیز باید مبتنی بر دین باشد؛ بنابراین محتوایی که رسانه های عمومی به جامعه ارائه می دهند باید یک محتوایی دینی باشد؛ از این رو رسانه باید در آموزش های دینی تلاش بیشتری انجام دهد". امام خمینی (ره) در سخنان خویش به اهمیت رسانه ها اشاره می فرماید و رسانه ها را عامل تربیت

کودکان، نوجوانان و جوانان برمی‌شمارند؛ ایشان رسانه تلویزیون را دانشگاهی می‌دانند که در سطح کلی کشور گسترده و کارکرد اصلی‌اش آموزش است؛ بنابراین موقعیت‌های معلم و شاگردی در آن قابل‌تصور است.

#### ▪ نقش و گستره رادیو و تلویزیون در تربیت دینی

امروزه رادیو و تلویزیون همانند مدرسه‌ای بزرگ بر تمامی ابعاد و زندگی انسان حتی در اوقات فراغت تأثیر می‌گذارد و از آنجا که نسبت به سایر مراکز آموزشی از قبیل مدرسه و دانشگاه، از حیث زمانی و مکانی گستردگی بیشتری را داراست، اهمیت زیادی در ابعاد تربیتی کودکان و نوجوانان و جوانان و حتی بزرگسالان پیدا می‌کند. تلویزیون، این جعبه‌جادویی قرن بیستم، از جهت ظاهری و سرگرم کردن تماشاچیان، گوی سبقت را از دیگر رسانه‌ها ربوده است، به حدی که کم‌تر بیننده‌ای از میان برنامه‌های تلویزیون یکی را انتخاب می‌کند، بلکه این تلویزیون است که برنامه‌های جذاب خود را بر بینندگان تحمیل می‌کند. «ژان کازنو» جامعه‌شناس و صاحب‌نظر در علوم ارتباطی، در بیان تفاوت‌های میان مدرسه و رسانه‌های گروهی می‌گوید: مدرسه فقط سال‌هایی اندک از حیات طفل یا جوان را به خود مشغول می‌دارد، ولی وسایل ارتباط جمعی بی‌هیچ محدودیتی در تمامی مراحل زندگی با انسان هیند و از آغاز تا پایان عمر آن‌ها را پوشش می‌دهند [۱۷].

تلویزیون به عنوان یک رسانه‌ی دیداری می‌تواند تأثیرات مخرب و منفی روی نوجوانان و جوانان داشته باشد، ذهن آن‌ها را به خود مشغول کند و اختیار را از آن‌ها سلب کرده، ناخودآگاه در نوجوانان ایجاد وابستگی نماید، آن‌ها را در مقابل پدر و مادر قرار بدهد، آن‌ها را بسبب به درس و مدرسه بی‌رغبت کند و آن‌ها را انفعالی به بار بیاورد. از طرف دیگر، تلویزیون می‌تواند به عنوان یک الگوی مثبت، اطلاعات خیلی مفید در اختیار نوجوانان و جوانان قرار دهد، به طوری که از برنامه‌های آموزشی، فیلم‌های آموزنده، سریال‌های متنوع و ده‌ها برنامه‌ی دیگر آن استفاده نمایند. تأثیر پذیری از دو حالت ذکر شده به نوع نگرش و اهداف بستگی دارد. نوجوانان همان‌طور که غذای خود را کنترل می‌کنند و غذا برای آن‌ها هدف نیست، بلکه وسیله‌ای برای ادامه‌ی زندگی است، آن‌ها باید همان دیدگاه را نسبت به تلویزیون داشته باشند، یعنی به تلویزیون نگاه نکنند، ولی همه‌ی نوع برنامه‌ها را نبینند و به تلویزیون به عنوان یک هدف نگاه نکنند.

#### ۸. آسیب‌شناسی رسانه‌ها در تربیت دینی

##### ▪ وابستگی

متأسفانه امروزه اکثر شبکه‌های تلویزیونی که در کشور فعال شده‌اند وابسته به کشورهای غربی بوده‌اند. وابستگی از مهم‌ترین آسیب‌های رسانه و سازمان‌های فرهنگی یک کشور است که در مرور زمان می‌تواند آن‌ها را از فرهنگ و اعتقادات خود شان دور و تحت تأثیر فرهنگ‌های مبتذل بیگانگان قرار دهد. امام خمینی (ره) یکی از عوامل آسیب‌زا که می‌تواند جوانان یک کشور را از لحاظ تربیتی و اعتقادات دینی به تباهی و سقوط بکشانند وابستگی آن‌ها به فرهنگ ناصالح بیگانه می‌داند و در این زمینه می‌فرماید: "فرهنگ، مبدأ همه‌ی خوشبختی‌ها و بدبختی‌های یک ملت است، اگر فرهنگ ناصالح باشد این جوان‌هایی که تربیت می‌شوند به این تربیت‌های فرهنگ ناصالح، این‌ها در آتیه فساد ایجاد می‌کنند. فرهنگ استعماری تحویل مملکت می‌دهند. وقتی فرهنگ فاسد شد جوان‌های ما که زیر بنای تأسیس همه چیز هستند، از دست ما می‌روند و انگل‌بار می‌آیند، غریزده‌بار می‌آیند. اگر فرهنگ، فرهنگ صحیح باشد، جوان‌های ما صحیح‌بار می‌آیند" [۱۸]. امید است با سعی و همت جوانان در زمینه‌های علمی، اقتصادی و معنوی بتوانیم رسانه‌ها، سازمان‌های فرهنگی، در کل کشور را، از وابستگی به بیگانگان نجات داده و به استقلال فرهنگی و اقتصادی دست یابیم.

## ▪ مصرف گرایی

یکی از خلأها و آسیب های بزرگ در شبکه های رادیو و تلویزیون - چه شبکه دولتی و چه شبکه های خصوصی - در کشور ما این است که این رسانه ها بیش از آنکه تولید کننده باشد، مصرف کننده است. اکثر برنامه ها و فیلم های آنها، محصول کشورهای خارجی و مخالف فرهنگ و اعتقادات مردم مسلمان می باشند و این خود، نشان خود باختگی فرهنگی و ترویج فرهنگ کشورهای بیگانه از سوی رسانه ها و شبکه های تلویزیونی است. و بدیهی است که هدف کشورهای استعمار گر از تولید و پخش این فیلم ها به انحراف کشاندن جوانان مسلمان در سراسر دنیا است، تا جوانان مسلمان از این طریق استقلال فکری و فرهنگی از آنها گرفته شود. و اکثر انحراف ها در خانواده ها و جوانان ما معلول تماشای فیلم های غیر اخلاقی است که از کشورهای غربی وارد کشورهای اسلامی می شوند.

## ۹. خانواده، رسانه و تربیت

امروزه عموماً در این باره توافق وجود دارد که باید در برابر رسانه ها و پیامشان بدون حصار نباشیم و با چشم باز عمل کنیم. رسانه ها در کشور در هیچ کجا ایده آل عمل نمی کنند. رسانه ها خوراک ذهن و دل ما را فراهم می کنند و باید بنا به تعبیر امیرالمؤمنین (ع) که از وی پرسیدند «بما نلت بما نلت؟ از چه به این مقام، به اینجا رسیدی؟» فرمود: «كنت بوابا علی باب قلبی؛ پیوسته بر ورودی قلبم دربان بودم»، دربانی کرد. [۱۹].

هر چه در این بازار هست، مناسب نیست. یا حداقل ممکن است برای من و شما مناسب باشد، ولی برای بچه های ما مناسب نباشد: بحثی که در رده بندی های مختلف مدتی است که متخصصان را به خود مشغول کرده است. از این گذشته واقعیت امروز جهان این است که مصرف رسانه ای ما محدود به رسانه های داخلی نیست؛ دیگر امروز در حوزه مصرف رسانه جغرافیای خاص معنا ندارد. کافی است شما به اینترنت وصل شوید و با تمام دنیا در ارتباط باشید. جدید ترین فیلم ها و خبرها به دست شما می رسد. سایت های اینترنتی و شبکه های اجتماعی و لوح های فشرده و... در این تنوع و تکثری که وجود دارد، مسلماً مراقبت و نظارت لازم است. برای نظارت بر تأثیر رسانه ها باید نگاه انتقادی داشت؛ این نگاه انتقادی باید به مخاطبان بالفعل و بالقوه رسانه ها از جمله خانواده ها تسری پیدا کند و خانواده ها باید در رابطه با این موضوع مهم به درک جامع تری نائل آیند. نباید در برابر مصرف رسانه بی تفاوت بود، باید حساسیت به خرج داد. یکی از مؤلفه هایی که در سواد رسانه ای مطرح می شود، همین نقد و ارزیابی نسبت به رسانه است، برخورد انتقادی نسبت به پیام هایی است که رسانه ها می فرستند. البته منظور از نقد فقط دیدن نکات منفی آن و آسیب های برنامه و پیام های رسانه ای نیست، بلکه باید همه جوانب ماجرا را نگریست؛ اینکه بدانیم کودک چقدر تلویزیون نگاه می کند و چه برنامه هایی را می بیند؟ و...

## ۱۰. بررسی نقش رسانه ها در تربیت و رشد فرزندان، کودکان و نوجوانان

امروزه رقیبی به نام تربیت رسانه ای (تلویزیون، اینترنت و...) جایگزین فضاهای تربیتی خانواده ها شده است. این امر تهدیدی جدی و نگران کننده برای والدین محسوب می شود. استفاده از رسانه ها، به ویژه تلویزیون، همیشه بد یا مشکل آفرین نیست ولی اگر بیش از حد یا بدون نظارت از آنها استفاده شود، در زمینه های مختلف مشکلاتی را ایجاد می کند. امروزه رسانه ها به عنوان یکی از ابزارهای اصلی انتقال و گسترش ارزش های فرهنگی و اجتماعی، در رفتار کودکان و نوجوانان و تغییر رفتار اجتماعی آنان، دارای نقش مهمی است. رسانه ها بیشترین فعالیت را در تربیت جوانان دارند و رسالت اصلیشان در تربیت، در بعد تربیت اجتماعی یعنی اخلاق و رفتار اجتماعی و سیاسی است. رسانه ها می توانند اخلاق و رفتار اجتماعی، سیاسی و اقتصادی و حتی اشتباهات تحصیلی ایجاد کنند. رسانه ها در بسیاری از مواقع بر پدرها، مادرها، معلم، مدرسه، کتاب و دفتر، در

تربیت جوانان پیشی می گیرند.

رسانه‌های جمعی به عنوان یکی از عوامل جامعه‌پذیری، در کنار خانواده، محیط آموزشی و دوستان، نقش مهمی در رشد و تربیت جنبه‌های گوناگون زندگی کودک ایفا می‌کنند. آنها از نخستین سال‌های کودکی با انسان همراه می‌شوند؛ چنان‌که بر اساس پژوهش‌های صورت گرفته، نوزادان نیز در حدود نیم‌ساعت در شبانه روز تلویزیون تماشا می‌کنند [۲۰]. آموزه‌ها و اطلاعات متنوعی از طریق رسانه‌ها؛ به‌ویژه تلویزیون، به کودکان و نوجوانان ارائه می‌شود. بسیاری از یادگیرها غیر مستقیم هستند و پایدارترین تربیت، تربیت غیر مستقیم و ضمنی است که در فیلمها و سریالها قابل مشاهده است. به اعتقاد بیلینگ [۲۱] رسانه‌های گروهی اغلب به شیوه‌ای غیرمستقیم اما فراگیر، اطلاعات و آگاهی‌های بسیاری را به مخاطبان منتقل می‌کنند که زندگی روزمره آنان را زیر نفوذ خود قرار می‌دهد و بدیهی است که کودکان و نوجوانان نیز از این تأثیرپذیری، مستثنی نیستند. همچنین شواهد پژوهشی متعدد وجود دارد که نشان می‌دهد رسانه‌های گروهی به‌ویژه تلویزیون، فیلم‌های سینمایی و مطبوعات می‌توانند بر دانش و اعتقادات ملی مخاطبان گروه‌های سنی مختلف تأثیر بگذارند [۲۲].

در عصر فوران اطلاعات، دغدغه بسیاری از والدین، آگاهی یافتن از آموخته‌های فرزندان‌شان و به نوعی نظارت بر نحوه یادگیری آنها است. در واقع می‌توان دو جنبه رشد در ذهن کودک تشخیص داد، در یک طرف چیزی است که می‌توان آن را جنبه روان‌شناسی اجتماعی رشد نامید و آن عبارت است از آنچه کودک از خارج و به وسیله خانواده، مدرسه و انتقال تربیتی کسب می‌کند و در طرف دیگر رشد دیگری وجود دارد که می‌تواند خود به خودی نامیده شود که آن را، رشد خودهوش می‌نامند که عبارت است از آنچه کودک به وسیله خودش یاد می‌گیرد. استفاده از رسانه‌های گروهی مثل تلویزیون و کامپیوتر و حتی بازی‌های کامپیوتری، یکی از روش‌های مهم اجتماعی شدن بچه‌ها به شمار می‌رود تا آنجا که در دوران کودکی، یکی از چند منبع جامعه‌پذیر کردن بچه‌ها، همین رسانه‌های گروهی هستند و در دنیای امروز از آنها گریزی نیست [۲۳]. رسانه‌ها نه تنها از طریق تخصیص وقت کودکان و نوجوانان به آنها و کاهش وقتی که برای خواب و انجام تکالیف صرف می‌کنند بر آنها تأثیر می‌گذارند بلکه بر باورها و اعتقادات آنها نیز مؤثرند. کودکان و نوجوانان از طریق مشاهده و تقلید آنچه مشاهده می‌کنند فرا می‌گیرند. برای مثال الگو دادن برخی رفتارهای ضد اجتماعی مثل پرخاشگری و خشونت؛ در برخی از رسانه‌ها برنامه‌های پر خشونت طوری تبلیغ می‌شود که انگار یک چیز طبیعی است و نوجوانان پس از مدتی چنین رفتارهایی را به نمایش می‌گذارند و حساسیت‌شان نسبت به این رفتارهای اجتماعی از بین می‌رود. از دیگر مشکلات رسانه‌ها، به خصوص تلویزیون، همزاد پنداری جوانان و نوجوانان است. به این معنی که آنها خودشان را با شخصیت‌های سریال‌ها و فیلم‌ها مقایسه می‌کنند و دوست دارند مثل آنها شوند. چه بسا این امر می‌تواند باعث تحقیر شخصیت جوانان و نوجوانان شود و دست به اقداماتی از قبیل آرایش بیش از حد، عمل جراحی بینی، تغییر پوشش بزنند.

#### ▪ تأثیر رسانه بر تربیت اجتماعی کودک

اجتماعی شدن یک فرایند دو جانبه‌ی ارتباطی بین فرد و خانواده و جامعه می‌باشد و مهارت‌های اجتماعی بخشی از جریان اجتماعی شدن فرد است. به سبب پیچیدگی جریان اجتماعی شدن، آموختن مهارت‌ها اجتماعی به کودکان بسیار حائز اهمیت است و اولیاء امروز در این رابطه کاستی‌های زیادی را احساس می‌نمایند. پدرها و مادرها در زمینه‌ی آموزش‌های آکادمیک بیشترین ارتباط را با کودک و مدرسه داشته و تا پایان تحصیلات از هیچ کوششی فروگذار نیستند؛ ولی در رابطه با مهارت‌های اجتماعی کودک بیشتر منبع یا سازمان خاصی را نمی‌شناسد و کوشش‌های مقطعی و پراکنده و گاه نادرست آنها زمینه‌ساز بروز عواقبی ناخوشایند در رشد اجتماعی، اخلاقی و در مجموع شخصیتی کودک می‌گردد.



▪ **تأثیر کتاب بر تربیت اجتماعی کودک**

یکی از وسایل بسیار مهم و مؤثر در تربیت اجتماعی کودکان، کتاب و مجله های کودکانه است. امروزه مجله و کتاب های کودکان کمتر در خانه ها راه یافته و تنها مقدار کمی از اوقات فراغت کودکان به خواندن یا سرگرم شدن به این کتاب ها و مجلات می گذرد. عده ای از خانواده ها هم اهل مطالعه هستند و کم و بیش کتاب می خوانند، از این رو در رواج این فرهنگ در بین اعضای خانواده از جمله کودکان نقش بسزایی دارند. آنها از طریق مطبوعات می توانند مروج آموزش مهارت های اجتماعی از جمله: دانش دوستی، وظیفه شناسی، نیکوکاری، عدالت خواهی، فداکاری و دیگر فضایل انسانی باشند؛ چنان که می توانند فرهنگ مادی گری، سود پرستی، خود خواهی، بی تعهدی و دیگر رذایل اخلاقی را ترویج کنند. آن ها با نوشته ها، داستان سرایی ها تعریف و تمجیدها، تجزیه و تحلیل ها، نقد و انتقادها، تصاویر و نقاشی و حتی با الفاظ و عبارات خود، در گروهی عظیمی از اقدار مختلف جامعه از جمله کودکان تأثیر می گذارند [۲۴].

**۱۱. تأثیر رسانه های اجتماعی امروزی بر تربیت کودکان و خانواده**

فرزندان و کودکان ما در دنیایی زندگی می کنند که «تکنر رسانه ای» داریم. این روزها شبکه های اجتماعی به پدیده ای مهم و بسیار پرطرفدار در میان تمامی سنین تبدیل شده و حتی کودکان را نیز درگیر خود کرده است. کودکانی که گروه هایی با همکلاسی های خود در شبکه های اجتماعی همچون تلگرام، واتس اپ تشکیل داده اند کم نیستند و حتی می توان ردپای کاربران کم سن و سال را در شبکه های اجتماعی بزرگ تری هم چون اینستاگرام و یا فیس بوک مشاهده کرد. تأثیر فضای مجازی و رسانه های اجتماعی امروزی بر تربیت کودکان گریبان گیر جامعه شده است. کودکان از طریق تلویزیون، درباره خود، زندگی خود، چگونگی رفتار در شرایط گوناگون، و چگونگی برخورد با مشکلات خانوادگی و شخصی، چیزهای زیادی می آموزند و این اجتماعی شدن از طریق تلویزیون با توجه به ویژگی های تلویزیون و کودک، از هر چیزی نافذتر است. در صورتی که رسانه، آن چنان بر زندگی کودک احاطه داشته باشد که او را از سایر فعالیت های اجتماعی، مانند بازی با هم سن و سالان دور سازد، کودک در فضایی مجازی رشد و زندگی می کند که با زندگی واقعی بسیار فاصله دارد و سبب می شود در آینده، کودک از حیث تطبیق پذیری با جامعه دچار مشکل شود. احاطه تلویزیون و کامپیوتر ممکن است باعث سردی روابط اجتماعی کودکان با والدین و هم سن و سالان نیز شود و این کم رنگ بودن سطح اجتماعی، پایین آمدن مهارت های اجتماعی را سبب می شود.

گسترش فضای مجازی در حوزه رابطه فرزندان و والدین نیز تغییراتی به وجود آورده است که از جمله آن به کاهش نقش خانواده به عنوان مرجع، کاهش ارتباط والدین با فرزند، شکاف نسلی به دلیل رشد فن آوری، از بین رفتن حریم بین فرزندان و والدین و ایستادن در برابر یکی از والدین یا هر دو را می توان نام برد. یکی از زمینه های اصلی در بروز مشکلات خانوادگی و اصولاً نارضایتی از زندگی مشترک، فضای مجازی است که تحت تأثیر تولیدات رسانه ای به وجود آمده و باعث شده تا سطح توقع از زندگی های مشترک را به ویژه در میان نسل جوان بالا ببرد.

از آنجا که فضای سایبری، صحنه ای فرهنگی و اجتماعی است که فرد خود را در موقعیت های متنوع، نقش ها و سبک های زندگی قرار می دهد، خود زمینه ای است برای آسیب پذیری شخصیت کاربر که در نتیجه، موجب چند شخصیتی شدن کاربر خواهد شد. در فضای سایبر بیش از آنکه هویت ظاهری فرد مطرح شود، درون مایه های افراد بروز می کند. هر کس درصدد بیان اندیشه ها و علاقه مندی های خویش است. مطرح نشدن هویت شخصی و مشخصات فردی در اینترنت موجب تقویت شخصیت های چندگانه و رشد و استحکام آن می شود [۲۵].

در تبیین و بررسی جایگاه تلویزیون در خانواده، می توان آن را یکی از اعضای خانواده قلمداد کرد که نبودش بلافاصله ملموس

و وابستگی دیگر اعضای خانواده به آن کاملاً محسوس است. اعضای خانواده ضمن تعامل با هم با تلویزیون نیز تعامل دارند. این وابستگی به حدی است که روابط عاطفی دوران قدیم را از بین برده. همه مجالس و هم نشینی های ایام گذشته بشر جای خود را به رسانه های اجتماعی امروزی واگذار نموده است. عوامل گوناگونی، انسجام عاطفی خانواده را به مخاطره می اندازند. یکی از عوامل اثرگذار بر گسستگی انسجام خانواده، گسترش رسانه ها و استفاده افراطی از آنهاست. رسانه های جمعی به دلیل کارکرد متنوع خود جای ارتباط بین فردی از نوع چهره به چهره را گرفته اند. پدران و مادران به دلیل تأثیر روز افزون رسانه های اجتماعی امروزی بیش از پیش حس اعتماد به نفس خود را در تربیت کودکان و فرزندان خود از دست داده اند.

## ۱۲. بحث و نتیجه گیری

ما در این مقاله سعی کردیم تا ضمن نشان دادن اهمیت و جایگاه رسانه ها، نقش آن ها را به ویژه در امر تربیت، بازگویم. در این بین به تعریف رسانه ها، تعلیم، تربیت، رسانه های نوین و دیدگاه های مختلفی که درباره ی آن ها وجود داشته، اشاره کردیم. از نقش و تأثیری که رسانه ها در تربیت و رشد و سلامت جوانان داشت، صحبت کردیم. جوانب و پیامدهای مثبت و منفی آنها نیز را بررسی کردیم. در این راستا این نکته را مطرح کردیم که ارتباط یکی از عناصر اساسی زندگی گروهی انسان و سنگ بنای جامعه و هسته اصلی ساختمان اجتماعی است. رسانه ها به خصوص رادیو و تلویزیون، در هر جامعه ای از مهم ترین و مؤثرترین ابزار تربیت محسوب می شوند که به خاطر وسعت دامنه فعالیت آنها در طول شبانه روز، بیشترین اوقات کودکان و جوانان را به خود اختصاص می دهند. این عوامل اگر در اختیار افراد متعدد و مؤمن قرار بگیرد می توانند جامعه را به سوی تربیت درست و اصلاح سوق دهند و در غیر این صورت عامل انحراف و تباهی هر جامعه ی خواهند شد. در پایان نیز چند نمونه از راهکارها و پیشنهاداتی جهت خروج از آسیب های پیش روی کودکان و نوجوانان، ارائه می گردد:

- ۱- ضروری است که در برنامه ریزی های آینده استفاده از رسانه های آموزشی مورد عنایت بیشتری قرار گیرد تا بتوان از آن در جهت پیشرفت جامعه سود برد.
- ۲- والدین با نوجوانان در استفاده از رسانه ها و تماشای تلویزیون به منظور ایجاد ارتباط صمیمی با آنها و یاد داد مهارت های ضروری به آنها مبادرت نمایند.
- ۳- محدود کردن ساعت هایی که کودکان برنامه های تلویزیونی مشاهده می کنند می تواند موثر باشد.
- ۴- والدین باید آگاهی نوجوانان را از برنامه های گوناگون این رسانه ها افزایش دهند و خطرهای احتمال آنها را با فرزندان شان در میان بگذارند.
- ۵- با وجود اندیشه ها و مجموعه های فرهنگی مختلف که از سوی رسانه ها بی محابا به حیطه ی تربیت هجوم می آورد به نظر می رسد، استفاده از همین رسانه ها در جهت تحکیم بنیانهای تعلیم و تربیت امری انکار ناپذیر و چه بسا ضروری است؛ تا با ارتقاء سطح فکری و فرهنگی خانواده ها مشکلات ناشی از تأثیرات سوء رسانه ها به حداقل برسد.

## ۱۳. منابع

- [۱]. گیل، دیوید؛ ادامز، بریجت؛ ۱۳۸۴، *وزرات فرهنگ و ارشاد اسلامی*، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها
- [۲]. لغت نامه دهخدا
- [۳]. ابراهیم زاده، عیسی، ۱۳۸۸، *فلسفه تربیت*، تهران، دانشگاه پیام نور
- [۴]. احدیان، محمد، ۱۳۷۴، *اصول و مقدمات تکنولوژی آموزشی*، انتشارات بشری تهران، ص ۱۲۶

- [۵]. اقبال دوست، نادر، ۷۶-۱۳۷۵، نقش تکنولوژی در آموزش و پرورش، پایان نامه کارشناسی ارشد
- [۶]. بابائی، محمد، رسانه ی نوین و سیر تحول تاریخی رسانه ها ، ماهنامه مدیریت ارتباطات ، شماره هفدهم، ۱۳۹۰ ، صص ۵۴-۶۵
- [۷]. مک کوایل، دنیس، ۲۰۰۵، درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها
- [۸]. بابائی، ۱۳۹۰.
- [۹]. مک کوایل، ۲۰۰۵.
- [10]. Rasmussen, Terjie, (2000), *Social theory and communication technology*, Aldershot: Ashgate -160
- [۱۱]. بابائی، ۱۳۹۰
- [12]. Ray, Munni; Ram Jat, kana (2010), *Effect of electronic media on children*, Indian pediatrics, (47), 17) 561-582
- [13]. Buijzen, Moniek; Valkenburg, Patti M. (2003), *The Unintended Effects Of Television Advertising a Parent-Child Survey*, Communication Research, 30,( 5). 483-503
- [۱۴]. قائم مقامی، فرهنگ، آموزش یا استعمار فرهنگی، بی جا، نشر جاویدان، ۱۳۵۶، ص ۲۸-۲۹
- [۱۵]. امام خمینی، روح الله، صحیفه نور، جلد ۱۶، ص ۸۳
- [16]. Delamarter, S., Alanís, J., Haitch, R., Hoffman, M. V., Jones, A. W., & Strawn, B. A. (2007). *Techn pedagogy, and transformation in theological education: Five case studies*. Teaching Theology & Religion, 10(2), 64-79.
- [۱۷]. کازانو، ژان، جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه دکتر باقر ساروخانی و دکتر منوچهر محسنی. تهران: انتشارات اطلاعات، ۱۳۶۷، صص ۷۰-۷۱
- [۱۸]. اسدی مقدم، کبری، دیدگاه های فرهنگی امام خمینی (ره)، مؤسسه نشر و تحقیقات ذکر، چاپ سوم، ۱۳۷۵، ص ۳۵۱
- [۱۹]. حدیث "به علی گفتند «: بم نلت بما نلت؟» از چه به این همه رسیدی؟ « قال: كنت یوایا علی باب قلبی « گفت: من دروازه بان دلم بودم. به کسی راه می دادم و به چیزی راه می دادم که مرا بارور کند، نه این که از من بکاهد و مرا مصرف کند".
- [20]. Newman, P, Newman, B .; *Children and adolescents development* .London: Rutledge 1997.
- [21]. Billig, M, *Banal Nationalism*. London: Sage 1995.
- [22]. Amadeo, J; Torney-Purta, J & .Lehmann. R *Civic knowledge and Engagement: An IEA Study of Upper Secondary Students in Sixteen Countries*. U.K: Amesterdam, 2002.
- [۲۳]. ملوین، دفلور؛ اورت، ای دنیس؛ شناخت ارتباطات جمعی؛ ترجمه سیروس مرادی؛ تهران: دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۳
- [۲۴]. امینی، ابراهیم، سلام و تعلیم و تربیت، موسسه بوستان کتاب، قم، چاپ اول، ۱۳۸۴، ص ۱۶۱
- [۲۵]. اکبری، ابوالقاسم؛ اکبری، مینا، ۱۳۹۰، آسیب شناسی اجتماعی؛ تهران: انتشارات رشد و توسعه