



بررسی تاثیر رسانه ها و فناوری های دیجیتال ارتباطی و اطلاعاتی بر هویت کودکان

الهه تمدن

اداره آموزش و پرورش آباده

tamadon.e6096@Gmail.com

زهره اسعدی

اداره آموزش و پرورش آباده

Asadi1396@Vatanmail.ir

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر رسانه ها فناوری های دیجیتال و ارتباطی و اطلاعاتی بر هویت کودکان بوده است روش پژوهش توصیفی مروری بوده است و برای جمع آوری اطلاعات از منابع کتابخانه ای و مقالات و سایت های معتبر علمی استفاده شده است نتایج پژوهش نشان داده که استفاده از رسانه ها بر هویت کودکان تأثیر گذاشته است. که آثار رسانه ها بر روی هویت کودکان هم مثبت بوده و هم منفی که برای کاهش این اثرات منفی راهکارهایی پیشنهاد شده است.

کلید واژه ها: رسانه ها، هویت، کودکان



مقدمه و طرح مسئله :

رسانه های ارتباط جمعی انتقال دهنده پیام ها و نمادهایی هستند که فرایند جامعه پذیری افراد و انتقال بین فرهنگها را به وجود می آورد. رسانه ها امروزه نقش فرهنگ سازی به خود گرفته اند و بر افراد جوامع اثرات قابل ملاحظه ای دارند و می توانند زمینه ساز بسیاری از فعالیتها و اقدامات اجتماعی باشند. تمام رسانه های گروهی به نوعی از مصادیق بدن انسان هستند و رادیو به مثابه گوش روزنامه یا کتاب به منزله چشم مورد استفاده قرار می گیرند تلویزیون وسیله ای که برای استفاده از چشم و گوش در نظر گرفته شده و موجب تقویت اطلاع رسانی به سیستم عصبی انسان می شود و انبوهی از اطلاعات را عرضه می کند. (شریف زاده به نقل از مک کوپین ۱۳۹۱) رسانه ها به عنوان یکی از نهادهای اجتماعی کار کرد انتقال میراث فرهنگی و اجتماعی و ارزش های جوامع را برعهده دارند در عصر کنونی با توجه به نقش بارز آنها در جامعه و اطلاع رسانی پیرامون موضوعات اجتماعی سیاسی فرهنگی سعی می کنند الگوهای را به جوامع وارد کنند تا جایگزین فرهنگ ها و الگوهای سنتی شوند و همین امر منجر به شکاف نسلی و عدم انتقال تجربیات نسل گذشته به نسل فعلی شود که هر آنچه از رسانه ها می خواهند و می شنود ملاک نگرش خود قرار میدهد (دورودی و رضانی به نقل از نیومن ۱۳۹۴) با این وجود افزایش سرعت زندگی و شتاب آلوده شدن رویدادها به گونه ای است که فرصت و انگیزه کافی برای اندیشیدن درباره مسائل اساسی زندگی را از انسان سلب کرده است علاوه بر این معمولاً ملت هایی که دارای قدرت غالب هستند سعی می کنند که اندیشه و فرهنگ خود را به ملت ها تحمیل کنند. (پیروز فرو حسینی به نقل از عیوضی ۱۳۹۵) امروزه این رسانه های مهم در عرصه تربیت و آموزش علمی کودکان و نوجوانان نقش بسیار مهمی ایفا کرده اند و دامنه رسانه ها به همین تعداد محدود نشد و در طول نیم قرن رسانه هایی همچون کامپیوتر و اینترنت و اخیراً ماهواره نیز که بسیار پیشرفته است به آن اضافه شده است. (احسانی ۱۳۹۶) با توجه به نقش مهم رسانه ها و فناوری در هویت کودکان پرسش های اصلی این پژوهش عبارتند از:

* هویت چیست؟

* رسانه چیست؟

* رسانه ها و فناوری چه تاثیری بر هویت کودکان دارد؟

روش پژوهش:

روش پژوهش حاضر توصیفی تحلیلی است به این صورت که یافته های پژوهشی با توجه به سوالات پژوهشی جمع آوری انتخاب و به صورت خلاصه تنظیم شده است و سپس اطلاعات طبقه بندی شده و روابط میان آنها بررسی شده است و بر اساس شواهد و ایجاد روابط منطقی میان مطالب نتیجه گیری صورت می گیرد.

واژه شناسی و تعریف مفاهیم:

رسانه :

رسانه به معنای روش یا ابزار مادی یا فنی تغییر شکل یافته پیام و علامتها سیگنال ها است که مناسب انتقال از یک مجرا یا کانال ارتباطی معین می باشد احسانی به نقل از گیل ۱۳۹۶



یکی از خاستگاه هایی که هنجارها و ارزشها از آنجا نشر و اشاعه پیدا می کند رسانه های جمعی مانند رادیو تلویزیون و مطبوعات هستند ساده ترین الگوی پیام رسانی از یک طیف سه درجه ای تشکیل شده است یک سوی آن فرستنده پیام طرف مقابل گیرنده پیام و در حد وسط آن پیام یا متن قرار دارد.

نکته اصلی اینجاست که پیام لزوماً آن چیزی نیست که مورد نیاز گیرنده پیام است بلکه فرستنده پیام نوعی پیام را انتخاب می کند و طبیعتاً فرستنده بر اساس خواسته ها و علایق و سیاست های کلان آن فرهنگ پیام را ارسال خواهد کرد. (شهریاری نصب و دهقانی ۱۳۹۴)

هویت :

در معنای لغوی هویت گفته اند الهویه یعنی آنچه که نشانه و شخصیت چیزی یا کسی را معرفی کند در زبان فارسی هویت را به معنی هستی وجود حقیقت شکل که مستمر بر صفات جوهریان باشد آنچه موجب شناسایی شخص و ذات خدا دانستند در معنای اصطلاحی آن به مشخصه هایی گفته می شود که فرد را از دیگران متمایز می سازد و علم به هویت مشخص کننده کیستی افراد و پاسخی است به سوال من کیستم. (پیروز فرد و حسینی محمد آباد ۱۳۹۵)

هویت یک فرایند راهبردی زمان بر است و فرد طی یک راهبرد طولانی از دوران کودکی با تأثیرپذیری ناخودآگاه از عوامل و شرایط مختلف به سازماندهی آن اقدام می کند شخصیت یا همان هویت شامل آموخته ها هیجانانگ عواطف و رفتارهای شهودی است. (شهریاری نسب و دهقانی ۱۳۹۴)

انواع رسانه های آموزشی :

۱- مواد دیداری غیر شفاف : انواع تصاویر، کتابها، مجلهها، راهنماهای مطالعه، چارتهای نمودارها، نقشه ها، پوسترها و کاریکاتورها

۲- مواد صوتی (شنیداری): فقط می تواند شنیده شوند: نوار شنیداری (حلقه ای کاست رادیو تلفن کارت شنیداری)

۳- مواد شنیداری دیداری غیر شفاف ترکیبی از ۱ و ۲: کتاب همراه با نوار یا سایر مواد چاپی با مواد شنیداری

۴- مواد دیداری شفاف ثابت: اسلایدها فیلم ها استریپ ها و طلق های شفاف

۵- مواد شنیداری دیداری شفاف: فیلم ها استریپ ناطق انواع اسلاید ها با نوار کاست

۶- مواد شنیداری دیداری متحرک به. فیلم متحرک ناطق فیلم ویدئو

۷- مواد دیداری متحرک فیلم متحرک صامت همراه با زیرنویس یا نوشته رسانه های سه بعدی: اشیا مدل ها عروسک ها

۸- منابع انسانی و موقعیت ها: دعوت از افراد، گردش علمی، نقش آفرینی و ...

۹- کامپیوترها : انواع کامپیوترها و ترمینال های گوناگون یا ابزارهای نمایشی



۱۰- ماهواره ها : که شامل انواع قمرهای مصنوعی و ماهواره های ارتباطی و تلویزیونی (احسانی به نقل از اقبال دوست ۱۳۹۶)

کارکردهای رسانه

در نظام نو پدید جهانی، ما در عصر رسانه ها زندگی می کنیم؛ عصری که در آن رسانه های گروهی جزو جدایی ناپذیر زندگی ما هستند. رسانه ها با اتخاذ سیاست های متفاوت ارتباطی، توسعه فرهنگی کشورها را آسان می کنند و سرعت می بخشند. کارکرد رسانه ها در عصر ارتباطات، بی شک در همه ابعاد زندگی اجتماعی و فرهنگی جوامع بشری انکار ناپذیر است. امروزه جامعه ای توسعه یافته تلقی می شود که بتواند در کنار توسعه شاخص های اجتماعی و اقتصادی مانند درآمد سرانه، توزیع ناخالص ملی و نرخ مرگ و میر، بر معیارهای آموزش و اطلاعات و در حقیقت عنصر دانایی اجتماعی تأکید کند. در چنین جامعه ای وسایل نوپدید ارتباط جمعی با تولید و توزیع مطلوب اطلاعات، نقش زیادی در بالابردن آگاهی های گوناگون و ضروری به عهده می گیرند و جامعه را در نیل به تعالی و ترقی همه جانبه یاری می کنند. امروزه کارکردهای سه گانه وسایل ارتباط جمعی (خبری، آموزشی، تبلیغی و سرگرمی) نزد متخصصان امر، کارکردهای شناخته شده ای است، در حالی که قابلیت های وسایل ارتباط جمعی در حوزه هایی فراتر از تبلیغ و سرگرمی، نزد بسیاری از برنامه ریزان اجتماعی همچنان به صورت یک رازواره باقی مانده و در پرده ای از ابهام قرار دارد (کاظم زاده، ۱۳۸۹). رسانه با وجود کارکردهای جاری و مرسوم که برای آن تعریف شده، در تغییر ساختار جامعه، باورهای مردم و نگرش آنها به موضوعات خاص نقشی بسزا دارند. به همین جهت محققان و نویسندگان حوزه رسانه وقتی از رسانه و کارکردهای آن سخن میگویند، عقیده دارند که تأثیر رسانه ها بر کودکان، زیاد و عمدتاً منفی است، زیرا بیشتر گیرندگان پیام منفعل هستند. حتی کودکان را به ظرف خالی تشبیه کرده اند که رسانه ها آنها را با پیام های خود، آن گونه که می خواهند، پر می کنند. به عقیده کارشناسان، صاحبان رسانه با بهره گیری از این ابزار قدرتمند، قصد دارند مخاطبان و به ویژه کودکان و نوجوانان را شست و شوی مغزی دهند (بولت، ۲۰۰۷).

البته همه انواع رسانه ها به یک میزان، از قدرت کافی برای چنین خواسته هایی برخوردار نیستند و آثار همه رسانه ها نیز به یک اندازه، ماندگاری و دوام ندارد. برخی رسانه ها از اثر گذاری سریع و کوتاه مدتی برخوردارند، مانند رسانه های دیداری و شنیداری از جمله تلویزیون، سینما، رادیو و ماهواره ها؛ در حالی که برخی رسانه ها اثر گذاری کندتری دارند، ولی ماندگاری آثار آنها به مراتب بیشتر و عمیق تر است. از این دست رسانه ها می توان به رسانه های نوشتاری و مکتوب اشاره کرد، از جمله کتاب، روزنامه و مجلات. این رسانه ها به لحاظ ویژگی های فیزیکی خود و محدودیت های ذاتی که دارند، کند تر از رسانه های دیداری و شنیداری موصوف، مفاهیم و پیام ها را منتقل می کنند. اما به لحاظ همان ویژگی های ذاتی می توانند اثری عمیق تر بر جای بگذارند و ماندگاری بیشتری داشته باشند. سرعت انتقال پیام در رسانه های نوپدید و رسانه های دیداری و شنیداری زیاد است و می کوشند که از تمام حواس ادار کی مخاطب بهره گیرند، لذا آثار وضعی سریعتری از آنها مشاهده می شود، ولی فرصت فکر کردن و تأمل را از مخاطبان می گیرند و مجالی برای تعمق و تفکر روی مفاهیم پیام نمی گذارند، بدین روی آثار آن نیز کوتاه مدت خواهد بود. در نتیجه به همان سرعتی که آمده اند، از ذهن ها خارج خواهند شد و به فراموشی سپرده می شوند.

تأثیر رسانه ها بر هویت



کاستر معتقد است از آنجا که انتقال و جریان فرهنگ از طریق ارتباط صورت می‌گیرد حوزه فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود با ظهور تکنولوژی جدید دچار دگرگونی‌های بنیادی می‌گردد. بل معتقد است جهان مجازی و امکان برقراری ارتباطات همزمان و بیشمار منشأ ظهور فرهنگ‌های آبی و به دنبال آن ظهور هویت‌های خلق‌الساعه شده است و در دوره محدودی شکل می‌گیرد و با ظهور هویت‌های جدید به سرعت از بین می‌روند. (اسلامی به نقل از نورمحمدی ۱۳۹۰)

رسانه‌های جمعی و فناوری‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی بشر امروز را با گستره‌مبسوطی از افکار مختلف که دربردارنده هویت مجازی گوناگون است مواجه کرده است توصیه‌دین در این مورد تاکید بر «قدرت‌گزینش» انسان و اختیار فطری او و پرهیز از پذیرفتن هویت‌های مجازی غیر واقعی است که با فطرت بشری علت‌غایی دین منافات دارد. (شهریاری نسب و دهقانی ۱۳۹۴)

در جمهوری اسلامی ایران طی سال‌های اخیر موضوع رسانه‌های جمعی و تاثیر آنها بر افکار هویتی مورد توجه محققان زیادی قرار گرفته است که در اینجا به چند مورد از مرتبط‌ترین آنها اشاره می‌شود ماهواره تاثیر منفی بر روی هویت ملی و مذهبی داشته و موجب افزایش احساس بی‌تعلقی به هویت ملی و مذهبی شده است. (حیدری و باصری ۱۳۹۴)

بی‌شک کودکان و نوجوانان جذب سرمایه‌های ملی هر کشوری به شمار می‌روند استفاده از برنامه‌های رسمی و غیررسمی در تعلیم و تربیت آنها سیاست‌هایی است که مسئولان آنها را در برنامه‌های خود قرار می‌دهند. (سلیمانی و همکاران به نقل از محمدی ۱۳۹۵)

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 رادیو تلویزیون فیلم‌ها بازی‌های ویدیویی تلفن همراه و شبکه‌های کامپیوتری نقش محوری را در زندگی روزانه کودکان گرفته است. رسانه‌ها آثار بالقوه عمیق مثبت و منفی بر روی توسعه شناختی اجتماعی رفتاری کودکان نشان داده‌اند. (احسانی ۱۳۹۶)

رسانه‌ها در دوران کنونی بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی مردم شده‌اند مردم در طول شبانه‌روز از محتواهای اجتماعی سیاسی اقتصادی و آموزشی و سرگرمی رسانه‌ها استفاده می‌کنند نسل کنونی جامعه از ابتدای حیاتش با رسانه‌ها بزرگ می‌شود و در دنیای اطلاعاتی و ارتباطی امروز این نسل بخش عظیم فرهنگ ارزش‌ها ارزش‌ها و هنجارهای جامعه خود و دیگر جوامع را از رسانه‌ها دریافت می‌کند. (دورودی و رضانی ۱۳۹۴)

بررسی نقش رسانه‌ها در تربیت و رشد فرزندان، کودکان و نوجوانان

امروزه رقابتی به نام تربیت رسانه‌ای (تلویزیون، اینترنت و ...) جایگزین فضاهای تربیتی خانواده‌ها شده است. این امر تهدیدی جدی و نگران‌کننده برای والدین محسوب می‌شود. استفاده از رسانه‌ها، به ویژه تلویزیون، همیشه بد یا مشکل‌آفرین نیست ولی اگر بیش از حد یا بدون نظارت از آنها استفاده شود، در زمینه‌های مختلف مشکلاتی را ایجاد می‌کند. امروزه رسانه‌ها به عنوان یکی از ابزارهای اصلی انتقال و گسترش ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی، در رفتار کودکان و نوجوانان و تغییر رفتار اجتماعی آنان، دارای نقش مهمی است. رسانه‌ها بیشترین فعالیت را در تربیت جوانان دارند و رسالت اصلیشان در تربیت، در بعد تربیت اجتماعی یعنی اخلاق و رفتار اجتماعی و سیاسی است. رسانه‌ها می‌توانند اخلاق و رفتار اجتماعی، سیاسی و اقتصادی و حتی اشتهای تحصیلی ایجاد کنند. رسانه‌ها در بسیاری از مواقع بر پدرها، مادرها، معلم، مدرسه، کتاب و دفتر، در تربیت جوانان پیشی می‌گیرند.

رسانه های جمعی به عنوان یکی از عوامل جامعه پذیری، در کنار خانواده، محیط آموزشی و دوستان، نقش مهمی در رشد و تربیت جنبه های گوناگون زندگی کودک ایفا می کنند. آنها از نخستین سال های کودکی با انسان همراه می شوند؛ چنان که بر اساس پژوهش های صورت گرفته، نوزادان نیز در حدود نیم ساعت در شبانه روز تلویزیون تماشا می کنند. آموزه ها و اطلاعات متنوعی از طریق رسانه ها؛ به ویژه تلویزیون، به کودکان و نوجوانان ارائه می شود. بسیاری از یادگیریهایی غیر مستقیم هستند و پایدارترین تربیت، تربیت غیر مستقیم و ضمنی است که در فیلمها و سریالها قابل مشاهده است. به اعتقاد بیلیگ رسانه های گروهی اغلب به شیوه ای غیر مستقیم اما فراگیر، اطلاعات و آگاهی های بسیاری را به مخاطبان منتقل می کنند که زندگی روزمره آنان را زیر نفوذ خود قرار می دهد و بدیهی است که کودکان و نوجوانان نیز از این تأثیر پذیری، مستثنی نیستند. همچنین شواهد پژوهشی متعدد وجود دارد که نشان می دهد رسانه های گروهی به ویژه تلویزیون، فیلم های سینمایی و مطبوعات می توانند بر دانش و اعتقادات ملی مخاطبان گروه های سنی مختلف تأثیر بگذارند در عصر فوران اطلاعات، دغدغه بسیاری از والدین، آگاهی یافتن از آموخته های فرزندان و به نوعی نظارت بر نحوه یادگیری آنها است. در واقع می توان دو جنبه رشد در ذهن کودک تشخیص داد، در یک طرف چیزی است که می توان آن را جنبه روان شناسی اجتماعی رشد نامید و آن عبارت است از آنچه کودک از خارج و به وسیله خانواده، مدرسه و انتقال تربیتی کسب می کند و در طرف دیگر رشد دیگری وجود دارد که می تواند خود به خودی نامیده شود که آن را، رشد خود هوش می نامند که عبارت است از آنچه کودک به وسیله خودش یاد می گیرد. استفاده از رسانه های گروهی مثل تلویزیون و کامپیوتر و حتی بازی های کامپیوتری، یکی از روش های مهم اجتماعی شدن بچه ها به شمار می رود تا آنجا که در دوران کودکی، یکی از چند منبع جامعه پذیر کردن بچه ها، همین رسانه های گروهی هستند و در دنیای امروز از آنها گریزی نیست. رسانه ها نه تنها از طریق تخصیص وقت کودکان و نوجوانان به آنها و کاهش وقتی که برای خواب و انجام تکالیف صرف می کنند بر آنها تأثیر می گذارند بلکه بر باورها و اعتقادات آنها نیز مؤثرند. کودکان و نوجوانان از طریق مشاهده و تقلید آنچه مشاهده می کنند فرا می گیرند. برای مثال الگو دادن برخی رفتارهای ضد اجتماعی مثل پرخاشگری و خشونت؛ در برخی از رسانه ها برنامه های پر خشونت طوری تبلیغ می شود که انگار یک چیز طبیعی است و نوجوانان پس از مدتی چنین رفتارهایی را به نمایش می گذارند و حساسیت شان نسبت به این رفتارهای اجتماعی از بین می رود. از دیگر مشکلات رسانه ها، به خصوص تلویزیون، همزاد پنداری جوانان و نوجوانان است. به این معنی که آنها خودشان را با شخصیت های سریال ها و فیلم ها مقایسه می کنند و دوست دارند مثل آنها شوند. چه بسا این امر می تواند باعث تحقیر شخصیت جوانان و نوجوانان شود و دست به اقداماتی از قبیل آرایش بیش از حد، عمل جراحی بینی، تغییر پوشش بزنند.

یکی از مهمترین مباحثی که در حوزه تربیت دینی کودکان و نوجوانان از طریق رسانه های گروهی مطرح است تناسب محتوا و پیام های رسانه ای با ظرفیت ها و توانایی های رشدی کودکان و نوجوانان است پژوهشگران معتقدند کودکان در مراحل مختلف رشد و تحول شناسی عاطفی دارای ظرفیت ها و محدودیت های ویژه ای هستند بنابراین در انتقال مفاهیم باید میزان درک کودکان و نوجوانان از این مفاهیم به طور جدی مورد توجه قرار گیرد. (سلیمانی و همکاران به نقل از رضایی بایندر ۱۳۹۵)

اثر سواد رسانه ای

از مهمترین راهکارهای کاهش آثار نامطلوب رسانه بر کودکان، توجه به سواد رسانه ای است. سواد رسانه ای مجموعه ای از مهارت هاست که هر کسی می تواند یاد بگیرد، همان طور که سواد خواندن و نوشتن را یاد می گیرد. سواد رسانه ای، اشاره دارد به توانایی



برای دسترسی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ایجاد همه انواع پیام های رسانه ای. این مهارت های ضروری در جهان امروز است. امروزه، بسیاری از مردم، بخش زیادی از اطلاعات خود را از طریق ترکیب پیچیده ای از متن، تصویر و صدا دریافت می کنند.

ما باید بتوانیم محیط پیچیده رسانه ای را هدایت کنیم تا بتوانیم درک درستی از پیام های رسانه را که هر روز ما را بمباران می کند، پدید آوریم و خودمان را با شکل ها و انواع گوناگونی از فناوری و ابزارهای رسانه ای نشان دهیم. جوانان و بزرگسالان با سواد رسانه ای، بهتر قادر به کشف پیام های پیچیده ای هستند که از تلویزیون، رادیو، روزنامه ها، کتاب ها، بیلبوردهای تبلیغاتی، علائم، بسته بندی، مواد بازاریابی، بازی های ویدئویی، موسیقی ضبط شده، اینترنت و رسانه های دیگر دریافت می کنند. آنها می توانند درک کنند که چگونه این پیام های رسانه ای ساخته شده است، و همچنین کشف نمایند چگونه آنها معمولاً به طور پنهانی و در لایه های زیرین، معانی را می آفریند. کسانی که سواد رسانه ای دارند، می توانند رسانه های خود را بسازند و مشارکت فعال در فرهنگ رسانه ای داشته باشند. آموزش سواد رسانه ای به توسعه تفکر انتقادی و مشارکت فعال در فرهنگ رسانه ای کمک می کند. هدف این است که با قدرت بخشیدن به جوانان و بزرگسالان برای دسترسی آنها به تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ایجاد رسانه ها استقلال دهیم.

در مدارس، استانداردهای آموزشی در بسیاری از کشورها در حوزه هنر، زبان، مطالعات اجتماعی، بهداشت و دیگر موضوعات شامل مهارت های دسترسی، تجزیه و تحلیل و ارزیابی اطلاعات موجود در رسانه ها است. اینها مهارت های سواد رسانه ای است.

هر چند از استانداردها ممکن است استفاده نشوند. معلمان می دانند که دانش آموزان به بررسی و سخن گفتن در مورد رسانه های خودشان تمایل دارند. آنها متوجه می شوند و درک می کنند که سواد رسانه ای راه جذابی برای کشف یک بخش وسیعی از موضوعات و مسائل است (پروژه سواد رسانه ای، ۲۰۱۰).

مهارت های سواد رسانه ای می تواند به کودکان، جوانان و بزرگسالان کمک کند تا:

- درک کنند و بفهمند رسانه ها چطور مفهوم و مقصود خود را می سازند.
- شناسایی کسانی که پیام های رسانه ای خاص را می سازند.
- تشخیص اینکه متولیان رسانه ای می خواهند ما چیزی را باور کنیم یا کاری را انجام دهیم. تشخیص تعصب، تنیدگی و چرخش، اطلاعات غلط و دروغ کشف بخشی از داستان است که گفته نمی شود و پنهان است (واقعیت های پنهان).
- ارزیابی پیام های رسانه ای بر اساس تجارب، باورها و ارزش های ما
- ایجاد و توزیع پیام های خودمان
- تبدیل به حامیان تغییر در سیستم رسانه ای (همان).

آثار مثبت و منفی اینترنت

پرسش های انجام شده در خصوص نقش رسانه ها در انتقال مفاهیم دینی به کودکان حاکی از آن است که برنامه های تلویزیونی تأثیرات عمیقی بر تحول اخلاقی پیشرفت تحصیلی رفتارهای اجتماعی و واکنش های عاطفی کودکان گذاشته و می توانند همچون سرمشقی مناسب یا نامناسب ایفای نقش کنند اگر شیوه انتقال مفاهیم دینی متناسب با درک و فهم کودک و نیز با قالب های نامناسب برنامه سازی انجام شود و موفقیت آمیز خواهد بود. (سلیمانی و همکاران به نقل از زارعی ۱۳۹۵)

بر اساس پژوهشی که انجام شده است ۹۹ درصد کودکان تلویزیون در منزل ۴۰۵ درصد رایانه ۸۲ درصد ویدیو ۱۷ درصد ماهواره و ۶۹ درصد اینترنت ۱۷٪ تلویزیون در اتاق شخصی خود دارند تردیدی نیست که تلویزیون تأثیرگذارترین رسانه ای است که در عرصه اجتماعی و فرهنگی فعالیت می کند این رسانه به سبب برخورداری از ویژگی های خاص می تواند جنبه های متعددی از زندگی فردی و اجتماعی افراد در جامعه تحت تاثیر خود قرار دهد. (شریف زاده ۱۳۹۱)

آثار مثبت اینترنت به روز کردن اطلاعات استفاده از مطالب علمی و دسترسی به فناوری های روز است اما به موازات آن گرایش نوجوانان به چت عشقهای مجازی و کلاهبرداری و سوء استفاده از دختران و پسران با ارائه شخصیت های دروغین موجب شده است آسیب های نوپدید در دنیای مجازی امکان برخورد با هرگونه پیام به ویژه پیام هایی است که اجرای افراد آسیب های جدی و روحی و روانی و اجتماعی به بار می آورد. (ابراهیم پور کومله و خزایی ۱۳۹۰)

امروزه غرب برای ایجاد و حفظ سیطره فرهنگی سیاسی اقتصادی خود با استفاده از رسانه های جمعی خویش محله بی سابقه ای را علیه فرهنگ های دیگر آغاز کرده لذا والدین باید استفاده فرزندان خویش را از این وسایل مدیریت کرده و ایشان را از خطرات و آثار سوء برنامه ها فیلم ها بازی ها و مضر آگاه کرده و مانع دسترسی ایشان به این منابع شوند علاوه بر این باید با فعالیت های مفید دیگر مانند گردش خانوادگی و ورزش و کتابخوانی فرزندان و کودکان خود را سرگرم کنند. (پیروزفر و حسینی محمد آباد به نقل از نجفی ۱۳۹۵)

محققان با تأکید بر نقش منفی رسانه ها در زمینه هویت یابی جوانان و نوجوانان یادآور شدند «امروز ما دارای یک نظام و محیط فرهنگی هستیم که آن را به پدر و مادرها ایجاد کرده اند، نه مدارس، نه مذاهب و نه هیچ فرهنگ مربوط به جامعه. این محیط دست پرورده تعداد کمی از نهادها و شرکت های بزرگ است که نفوذ تجاری، سیاسی و رسانه ای دارند و مانع هویت یابی کودکان و نوجوانان با الهام از جنبش محیط فرهنگی می شوند». (شجاعی، ۱۳۹۴)

روش های اثر گذار بر شکل گیری هویت کودکان

الف) روش قصه گوئی: قصه نه تنها پیامهای مفیدی برای کودکان دارد بلکه اگر جذاب و مناسب گفته شود کودکان و نوجوانان می کوشند با شخصیت های آن قصه همانند سازی کنند

ب) روش مشاهده مستقیم: دیدن بعضی رویدادها که به آموزه های دینی مربوط می شود در یادگیری کودکان تاثیر فراوانی دارد

ج) روش تمرین و تکرار دو. تکرار و تمرین سبب می شود فرد بتواند در موقعیت های گوناگون به راحتی آن را به یاد آورد

د) روش الگوی: برای جبران کاستی از تصور درستی از شخصیت آرمانی می توان از الگوهای مناسب استفاده کرد



ه) روش پرسش و پاسخ با استفاده از روش پرسش و پاسخ می توان کودک و نوجوان را به تفکر درباره مسائل تشویق کرد . (بخشنامه بالی ۱۳۸۵)

پیشنهاداتی برای خروج از آسیب های رسانه ای پیش روی کودکان

- استفاده از رسانه های آموزشی مورد عنایت بیشتری قرار گیرد تا بتوان در جهت پیشرفت جامعه سود برد
- والدین با کودکان و نوجوانان در استفاده از رسانه ها و تماشای تلویزیون به منظور ایجاد ارتباط جمعی با آنها مبادرت نمایند
- محدود کردن ساعتهای برای مشاهده برنامه تلویزیونی جدید افزایش آگاهی کودکان و نوجوانان از خطرهای احتمالی آنها
- استفاده از همین رسانه ها در جهت تحکیم بنیان های تعلیم و تربیت احسانی ۱۳۹۶

بحث و نتیجه گیری

هدف مقاله حاضر بررسی تاثیر استفاده از رسانه ها و فناوری های دیجیتال ارتباطی و اطلاعاتی بر هویت کودکان است که با استفاده از روش توصیفی انجام شد طبق تحقیقات انجام شده رسانه ها تاثیرات و پیامدهای مثبت و منفی بر روی هویت کودکان خواهد داشت. بررسی ها نشان داد که مدیریت رسانه ها در حوزه کودک و کاهش آثار منفی آن نیازمند اراده عمومی است و لازم است که همه نهادهای متولی در سطح محلی، ملی و بین المللی در این زمینه همگام شوند. بی شک کودکان جزو سرمایه های ملی هر کشوری به شمار می روند. استفاده از برنامه های رسمی و غیررسمی در تعلیم و تربیت آنها سیاست هایی است که مسئولان آن را در راس برنامه های خود قرار می دهند. در فرایند جامعه پذیری خانواده شرایط گروهی لازم را برای تحول بهینه فراهم آورده و در عمل نقش هدایت کودکان را بر عهده گرفته اند. رسانه هایی که انواع آلودگی ها را به جوامع امروزی تزریق می کنند موجب از هم پاشیدگی نظام روانی و اعتقادی کودکان می شوند. از دیگر عوارض، بلوغ زودرس کودکان و نوجوانان است که با ارائه راهکارهای دینی می توان از بروز آسیب ها جلوگیری کرد. از این رو به سیاستگذاران حوزه فرهنگ و تربیت و عالمان حوزه دین پیشنهاد می شود به دلیل تاثیرگذاری رسانه ها بر هویت کودکان، برنامه های ماهواره ای و رسانه ها را به طور بهینه مدیریت نمایند.



منابع:

- ابراهیم پور کومله سمیرا خزایی کامیان ۱۳۹۰ آسیب های نوپدید شبکه های اجتماعی مجازی در کمین خانواده ایرانی ص ۱-۱۳
- احسانی حمیده ۱۳۹۶ نقش تاثیر رسانه ها در تربیت اجتماعی و دینی کودکان نوجوانان جوانان و خانواده جلد ۲ شماره ۳ صفحه ۱۰ تا ۲۰
- اسلامی مروارید ۱۳۳۰ شبکه های اجتماعی و تاثیرات آنها بر ابعاد مختلف زندگی جلد شماره صفحه ۱ تا ۲۳ پاپ جدید بخشنده بالی عباس ۱۳۸۵ نقش رسانه در تبیین هویت دینی تهران مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما
- پیروزفر سهیلا حسینی محمد آباد سید علی اصغر ۱۳۹۵ نقش خانواده در تکوین هویت ضروری فرزندان با تأکید بر آموزه های دینی و پژوهش های اجتماعی اسلامی سال ۲۲ شماره ۴ صفحه ۷۱ تا ۹۲
- حیدری آرمان رضانی باصری عباس ۱۳۹۴ بررسی رابطه استفاده اینترنت برنامه های شبکه ماهواره ای و هویت دینی دانش آموزان سال یکم شماره ۱ شماره پیاپی اول صفحه ۳۹ تا ۶۰
- دورود هما رضانی نادیا ۱۳۹۴ بررسی نقش تلویزیون در تحکیم ارزش های ادبیات کودکان و نوجوانان سال دهم شماره ۲۹ صفحه ۳۸
- سلیمانی محمدرضا- عابدینی بلترک- میمند فقیهی حبیب آبادی حسین- عشوری مهرانجانی فروزان ۱۳۹۵ تحلیل محتوای مولفه های دینی در مجلات کودک و نوجوان فصلنامه علمی پژوهشی تربیت اسلامی سال ۱۱ شماره ۲۲ صفحه ۷ تا ۱۹
- شریف زاده حکیم سادات ۱۳۹۱ تلویزیون و تربیت دینی کودکان پژوهشنامه تربیت تبلیغی سال اول شماره ۲۰ صفحه ۹۱ تا ۱۱۱
- شهریاری نصب سروش دهقانی فرزاد ۱۳۹۴ بررسی تاثیر ناخودآگاه در شکل گیری هویت انسان با تأکید بر قرآن و روایات سراج منیر سال ۶ شماره ۱۹ صفحه ۱۱۵ تا ۱۳۵

Newman, P, Newman, B.;Children and adolescents development .London: Rutledge 1997.

Billig, M, Banal Nationalism. London: Sage 1995

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.

ملوین، دفلور، اورت، ای دنیس؛ شناخت ارتباطات جمعی ترجمه سیروس مرادی تهران دانشکده صدا و سیما ۱۳۸۳