

نقش رسانه در تربیت فرزندان

محمد متین صفری

لیسانس آموزش ابتدایی، آموزگار پایه پنجم ابتدایی شهرستان فریدونشهر مدرسه شهید احمد لاجینانی

چکیده

رسانه‌ها شبکه‌های گسترده‌ای از وسایل ارتباط جمعی مثل تلویزیون، روزنامه، مجله، موبایل و... را شامل می‌شود. رسانه‌ها انواع مختلفی مثل، رسانه‌های جمعی، رسانه‌های تصویری، رسانه‌های رادیویی، رسانه‌های چاپی، رسانه‌های دیجیتالی و ... دارد. مهمترین نوع رسانه در جامعه امروز ما، رسانه‌های اجتماعی است که از طریق شبکه‌ها و نرم افزارهای مجازی در دسترس جوامع و افراد قرار گرفته است. تاثیر رسانه‌های جمعی بر افراد در سنین مختلف، بسیار زیاد است، اما برای کودکان و نوجوانان با در نظر گرفتن حساسیت‌های این دوره، می‌تواند آسیب زا باشد. بر این اساس اثرات رسانه بر تربیت فرزندان و نوجوانان از جانب خانواده‌ها امروزه تبدیل به یک نگرانی شدید شده است. بسیاری از والدین برای دور کردن فرزندان از رسانه‌های مجازی تلاش‌های ناموفقی داشته‌اند. با پیشرفت علم و نیاز روز افزون به اطلاعات فضای مجازی، کودکان نیز به این شبکه‌ها دسترسی پیدا می‌کنند. از طرفی به دلیل کامل نشدن رشد شناختی و توانایی‌های قضاوتی کودکان و نوجوانان، این گروه از مخاطبان بیشتر در معرض خطرات ناشی از اثرات منفی رسانه‌ها قرار دارند. اما والدین می‌توانند از روش‌هایی برای کنترل اثرات منفی رسانه‌ها استفاده کنند. در این مقاله به بررسی نقش رسانه در تربیت فرزندان پرداخته‌ایم.

واژه‌های کلیدی: رسانه، فرزند، خانواده، جامعه، تاثیر مثبت و منفی

مقدمه

امروزه رسانه‌ها بسیار قدرتمند و در دسترس هستند اما نباید فراموش کنیم که آن‌ها هم مثل دیگر ابزارها، صرفاً یک ابزار است که به خودی خود آسیب‌زا نیست و نحوه استفاده ما از آن‌ها است که تعیین می‌کند چه اثری بر زندگی ما داشته باشند. بنابراین بجای آنکه صورت مسئله را پاک کنیم، بهتر است به دنبال راه حل اساسی برای این موضوع باشیم. مشاوران خانواده تأکید بر نحوه رفتار صحیح با نوجوان و اتخاذ یک سبک فرزندپروری مؤثر دارند. در دنیای امروز که همه چیز به سمت صنعت و فن‌آوری در حال حرکت است، سهم والدین در تکوین شخصیت فرزندان، روزبه‌روز کم‌رنگ‌تر می‌شود و به جای آن، عوامل دیگری همچون رسانه‌ها نقش عمده‌ای داشته است و به صورت شبانه‌روزی در تغییر اندیشه کودکان، نوجوانان و حتی بزرگسالان، اثرگذار بوده است.

رسانه‌ها، به دلیل ویژگی ممتازی که نسبت به دیگر عوامل اثرگذار در فرآیند تربیت انسان دارند، دارای اهمیت به‌سزایی هستند. قدرت رسانه‌ها نسبت به دیگر عوامل اثرگذار در فرآیند تربیت انسان، آن‌قدر مهم است که حتی برخی بر این باورند که رسانه قادر است نسل جدیدی در تاریخ انسان پدید آورد؛ نسلی که از نظر رفتار و افکار و شیوه تعامل با هم‌نوعان خود، با نسل‌های پیشین تفاوت داشته باشد. رسانه‌ها با وسعت دامنه خود، مانند دانشگاه عمومی هستند که با همه اقشار جامعه سر و کار دارند. اگر رسانه‌های یک جامعه در اختیار نیروهای متعهد قرار گیرد، می‌تواند زمینه رشد و شکوفایی آن جامعه را فراهم آورد و آن را به سوی سعادت و کمال سوق دهد، ولی اگر در اختیار افراد غیر متعهد و وابسته باشد، به عاملی از عوامل تباهی فرهنگ و اعتقادات یک جامعه، بدل خواهد شد و آن جامعه را به تباهی خواهد کشاند¹. تلویزیون در میان همه رسانه‌ها، جعبه جادویی قرن بیست و یکم است که از نظر جذابیت‌های ظاهری و سرگرم کردن تماشاچیان، گوی سبقت را از دیگر رسانه‌ها ربوده است، به گونه‌ای که کمتر بیننده‌ای از میان برنامه‌های تلویزیون، یکی را برمی‌گزیند، بلکه این تلویزیون است که برنامه‌های جذاب خود را بر بینندگان تحمیل می‌کند.

شاید بتوان تلویزیون را همدم همیشگی انسان امروز دانست که از دوره نوزادی تا کهن‌سالی همراه اوست. البته تأثیر تلویزیون فقط در حد سرگرمی نمی‌ماند، بلکه برنامه‌های تلویزیونی، به ویژه سریال‌ها (که بر اساس نظر سنجی‌های مرکز تحقیقات صدا و سیما، از پربیننده‌ترین برنامه‌های تلویزیونی است و مردم بیش از هر برنامه دیگری آنها را تماشا می‌کنند) بر روش‌های فرزندپروری والدین و نقش تربیتی آنان نیز اثر دارد. باید‌ها و نبایدها، آزادی‌ها و محدودیت‌ها، وظایف و اختیارات، تأییدها و تنبیه‌ها، گفت‌وگوها و رفتارها و حتی نگاه‌های نشان داده شده در این برنامه‌ها، بر افکار، نگرش‌ها و رفتارهای والدین و کودکانشان اثر می‌گذارد و به کنش‌های متقابل آنان جهت می‌دهد². از این‌رو، امام خمینی رحمه الله در مقام مرجع، مجتهد جامع‌الشرایط، فقیه اعلم، فیلسوف و مربی بزرگ تعلیم و تربیت که اندیشه‌هایشان از جامعیت و ژرف‌اندیشی فراوانی برخوردار است، درباره اهمیت تأثیر تربیتی رادیو و تلویزیون نسبت به دیگر رسانه‌های جمعی می‌فرماید: شما این را مثل سایر رسانه‌های گروهی حساب نکنید. این یک وضعیت خاصی دارد که این بچه‌های دو سه ساله، سه چهار ساله، به این نگاه می‌کنند و از این بر روح آنها اثر گذاشته می‌شود تا پیرمردها، تحت تأثیر واقع می‌شوند و این یک دستگاهی است که در خدمت‌گزاری می‌تواند بهترین دستگاه‌ها باشد و در خیانت می‌تواند بالاترین خیانت را بکند. از تمام دستگاه‌های تبلیغاتی الان، امروز نقش رادیو و تلویزیون از همه دستگاه‌ها بالاتر است. اگر این اصلاح بشود یک کشور را می‌تواند اصلاح بکند و اگر خدای نخواستہ انحراف در این باشد یک کشور را می‌تواند منحرف کند. اینهایی که سواد ندارند، خوب، فیلم‌ها را تماشا می‌کنند، حرف‌ها را هم می‌شنوند،

آنها هم که سواد دارند خوب هست، این طور نیست که این مخصوص به یک دسته‌ای باشد. بچه‌های کوچولو می‌نشینند و این عروسک‌هایی که آنجا چه می‌شود مثلاً تماشا می‌کنند و فیلم‌ها را تماشا می‌کنند. اگر انحراف در اینها باشد، آنها را از همان بچگی منحرف می‌کند. این از مدرسه‌ها بالاتر است. این مدرسه عمومی سرتاسری کشور است... لهذا مسئولیت این، یک مسئولیت بسیار بزرگی است و خدمت در اینجا هم یک خدمت ارزنده بسیار بزرگی است 3. بررسی جامع هزاران مطالعه تجربی و تحقیقات متعدد نیز تأثیر تلویزیون را به روشنی تأیید می‌کند. الگوهای نظری تأثیر رسانه‌ها به ویژه تلویزیون، متفاوتند و به عنوان «پالایش»، «کشت» و «فراگیری اجتماعی» شناخته می‌شوند، ولی هر سه نظریه بر این اساس استوارند که محتوای تلویزیونی محرکی است که مخاطبان در معرض آن قرار دارند؛ یعنی مثلاً کودکان هر چیزی را که تلویزیون به نمایش می‌گذارد، تماشا می‌کنند و گوش می‌دهند و تحت تأثیر چیزهایی که به روشن‌ترین و متقاعدکننده‌ترین شکل ارائه می‌شود، قرار می‌گیرند. براساس نظریه «پالایش»، تماشای برنامه‌ای که تمایلات روانی اولیه (مانند تهاجم و پرخاشگری) را مورد نظر قرار می‌دهد، بلافاصله به کودکان اجازه می‌دهد انرژی را که با این تمایلات همراه است، تخلیه کنند. بنابراین در مراحل بعد در کنش متقابل با دیگر افراد، انرژی کمتری از این دست برای تخلیه کردن خواهند داشت. البته گفتنی است که درباره تأیید این نظریه، تحقیقات بسیار اندکی صورت گرفته است.

بر اساس الگوی نظری «کشت»، تماشای مکرر محتوایی که به شکل اجتناب‌ناپذیری، جهان‌بینی ویژه‌ای را ممکن می‌سازد، سبب کاشتن آن جهان‌بینی در کودکان بیننده برنامه می‌شود. جرج گربنر با طرح این نظریه مدعی است که تماشای زیاد برنامه‌های تلویزیونی از سوی کودکان، باور ثابتی از جامعه را به آنها ارائه می‌دهد که در فرآیندی شبیه به ساییدن یا کاشتن بر آنان اثر می‌گذارد.

بر اساس نظریه «فراگیری اجتماعی»، تماشای هر محتوایی موجب می‌شود هنگامی که کودک دلیل معقول محیطی برای بازآفرینی آن را یافت، آن محتوا را در قالب رونوشت‌برداری یا تقلید معقول تکرار کند. در این نظریه، فرض بر این است که تماشای محتوایی خاص به شکل‌گیری بیشتر چنین محتواهایی در اطلاعات، نگرش‌ها و رفتارهای کودک می‌انجامد.

مزایای استفاده از رسانه در تربیت فرزندان

امروزه بچه‌ها از طریق شبکه‌های اجتماعی با حجم بسیار بالایی از اطلاعات روبرو هستند. به همین خاطر باید آگاهی مورد نیاز در مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی را داشته، تا از هر گونه خطری در امان باشند. قابل ذکر است، فرزندان از طریق ارتباط با رسانه‌های اجتماعی دید گسترده تری نسبت به دنیای اطراف خود خواهند داشت.

یکی دیگر از اثرات مثبت رسانه‌ها، افزایش مهارت‌های اجتماعی فرزندان است. اغلب نوجوانان در حوزه اجتماعی مهارت چندانی ندارند. استفاده از این رسانه‌ها می‌تواند در رشد مهارت‌های اجتماعی راهگشا باشد. همانطور که می‌دانید رسانه تأثیر زیادی در افزایش مهارت خواندن و نوشتن در کودکان دارد. به عنوان مثال زمانی که در فضای رسانه یک سخنران، پیشنهاد مطالعه کتابی را می‌دهد تأثیر مثبتی بر روی ذهن فرزندان گذاشته و آنان را تشویق به مطالعه می‌کند. رسانه در پر کردن اوقات فراغت کودک و نوجوان بسیار موثر است. اگر این سرگرمی‌های تولید شده توسط رسانه‌ها هدفمند تولید شوند، می‌توانند در رشد کودکان در زمینه‌های اجتماعی، رفتاری و ... موثر باشند. اما تنها نکته‌ای که والدین در این زمینه باید در نظر بگیرند، استفاده از قانونگذاری برای فرزندان در مورد نحوه استفاده از رسانه‌ها است.

کمک به رشد مهارت‌های اجتماعی: اکثر نوجوانان از نظر اجتماعی مهارت‌های کافی ندارند. رسانه می‌تواند به آن‌ها شانس رشد مهارت‌های اجتماعی، گسترش دایره روابط اجتماعی و رشد دوستی‌های جدید را بدهد. رسانه‌ها، اعتماد و حمایت اجتماعی نوجوان را رشد می‌دهد و آن‌ها را به حرکت موفق در مسیر جامعه مدرن راهنمایی می‌کند. فیلم‌های اکشن و رزمی، می‌تواند والدین را از جنبه خشن آن نگران کند، اما حتی چنین برنامه‌هایی در واقع با راهنمایی‌های درست، انگیزه ای برای رفتن در مسیر ورزش‌های رزمی یا فعالیت‌های پلیسی می‌تواند باشد. همانطور که بروس-لی نوجوانان زیادی را به سمت آموزش هنرهای رزمی کشاند. تاثیر گذاری صحبت‌ها و رفتارهای افراد مشهور یا مشاهیر مورد علاقه نوجوان از طریق رسانه است، صحبت‌هایی از قبیل مصرف نکردن مواد مخدر یا ترک سیگار توسط آن‌ها، می‌تواند از سمت نوجوانان به راحتی پذیرفته شود.

کمک به مهارت‌های هماهنگی حرکتی: برخی بازی‌های ویدئویی ممکن است، موجب تحلیل توانایی‌های حرکتی در نوجوانان بشود. اما بازی‌هایی هم هستند که به تقویت مهارت‌های حرکتی، هماهنگی عصب و عضله و بعضی از توانایی‌های ذهنی کمک کند. وقتی یک سخنران یا الگوی نوجوان، خواندن کتابی را پیشنهاد می‌دهد، احتمال تمایل به خواندن آن کتاب توسط نوجوان بیشتر می‌شود. همچنین وبلاگ‌ها، سایت‌ها و شبکه‌های ارتباط مجازی می‌تواند در افزایش دایره لغات و مهارت‌های نوشتاری نوجوان تاثیر مثبت بگذارد.

پر کردن اوقات فراغت کودکان و نوجوانان: رسانه‌ها این امکان را برای کودکان و نوجوانان فراهم می‌سازد تا در اوقات فراغت خود به بازی مشغول شوند و یا با دوستان خود به صحبت و چت بپردازند. مسئله‌ای که در این میان اهمیت دارد، کنترل و نظارت والدین و قانون‌گذاری برای فرزندان در مورد استفاده از این فضاها است.

اثرات منفی رسانه بر تربیت فرزندان

رسانه‌ها همانطور که می‌توانند به رشد ذهنی کودکان کمک کنند می‌توانند تاثیرت مخرب نیز بر ذهن آن‌ها بگذارند. از جمله معایبی که استفاده از رسانه می‌تواند بر روی کودک و نوجوان داشته باشد، تخریب ذهن کودک و نوجوان نسبت به زیبایی اندام است. چرا که اغلب تصاویر موجود در رسانه، به صورت اغراق آمیزی زیبا تولید می‌شوند. مشاهده چنین مواردی موجب تخریب قضاوت نوجوانان در مورد زیبایی اندام شان می‌شود. یکی دیگر از اثرات منفی رسانه‌های دیجیتالی، عادی سازی خشونت است. همانطور که تا به حال با آن مواجه شدید بیشتر انیمیشن و بازی‌های مجازی با خشونت و جنگ همراه هستند. این موضوع، موجب عدم شناخت نوجوان بین دنیای واقعی و غیر واقعی می‌شود. در نهایت منجر به بروز رفتارهای خشونت آمیز از کودکان می‌شود

تخریب تصویر بدنی: امروزه جهان و رسانه‌ها پر از چهره‌های شفاف و اندام‌های زیباست. در حالی که بسیاری از این تصاویر با استفاده از نرم افزارهای فتوشاپ و جراحی‌های زیبایی صورت گرفته است. بنابراین تقریباً رسیدن به استاندارد زیبایی که در رسانه‌ها نمایش داده می‌شود، غیر ممکن می‌گردد. این عوامل باعث تخریب قضاوت نوجوان از ویژگی‌های ظاهری خود می‌شود. بی‌اشتهایی عصبی و پر اشتهایی عصبی از این بحران به وجود می‌آید.

اثرات رسانه بر تربیت فرزندان، عادی سازی خشونت: امروزه میزان خشونت در بازی‌های ویدئویی و فیلم‌ها بسیار زیاد شده و نوجوانان وقت زیادی را با آن‌ها می‌گذرانند. خشونت به مرور زمان واقعی می‌شود و خیلی از نوجوانان توانایی تمایز بین فانتزی و واقعیت را ندارند. در نتیجه رفتارهای خشونت آمیز برای آن‌ها معمولی به نظر می‌رسد که تبعات خاص خود را دارد.

رفتار جنسی پر خطر: نوجوانان شدیداً در حال جستجو برای کشف هویت جنسی خود هستند. گرایش نوجوانان به هر چیزی که محتوای جنسی دارند امری طبیعی است. نمایش تعدد روابط جنسی در رسانه‌ها باعث گیج شدن نوجوانان می‌شود. رابطه جنسی بدون مسئولیت، پیامد این خط فکری ایست که در نوجوانان به وجود آمده و نتایج آن رفتار جنسی پر خطر و بارداری‌های ناخواسته، می‌شود.

تجاری سازی همه چیز: اینکه پول شادی می‌آورد تفکری است که توسط رسانه‌ها در نوجوان ایجاد می‌شود. رسانه تلاش می‌کند تا افزایش درآمد را برای نوجوان هدف قرار دهد اما نوجوان به دنبال خوشحالی با به دست آوردن پول است.

چاقی و افزایش وزن: یکی از علل چاقی مفرط نوجوانان گذراندن بیش از حد وقت خود بر پای بازی‌های کامپیوتری است. این درحالی است که بازی در فضاهای باز به ندرت یافت می‌شود. به علاوه همراهی این عادات با رژیم غذایی نامناسب باعث بروز یک چاقی شایع در این دوران می‌شود.

افت تحصیلی: گرفتن نمرات پایین و افت تحصیلی یکی دیگر از اثرات منفی وقت گذرانی زیاد پای تلویزیون است. بر همین اساس، کودکان و نوجوانانی که نمره‌های بالاتری در مدرسه کسب می‌کنند، وقت کمتری را صرف رسانه‌ها کرده‌اند. برای کسب اطلاعات بیشتر در زمینه **افت تحصیلی** کلیک کنید.

چگونگی کنترل کردن اثرات رسانه بر تربیت فرزندان

قرار گرفتن در معرض رسانه بخشی از زندگی مدرن است اما شما می‌توانید به فرزندانتان آموزش دهید تا برای چیزهایی که ارزش دیدن دارد، وقت بگذارند. در اینجا چند راه برای کنترل نفوذ رسانه‌های اجتماعی در نوجوانان را ذکر می‌کنیم:

- ❖ موسیقی، فیلم، برنامه‌های تلویزیونی و مشاهیری که نوجوان شما آن‌ها را دوست دارند شناسایی کنید تا بتوانید چیزهایی که بر روی او تأثیر می‌گذارد را تحت کنترل خود داشته باشید تا در صورت لزوم فرزندتان را از آن‌ها منع کنید.
- ❖ برای نوجوان آسان است تا هر چیزی را که می‌خواهد تماشا کند، پس باید سعی کنید بر چیزهایی که می‌بیند نظارت داشته باشید. برای بعضی از آن‌ها محدودیت‌هایی تعیین کنید. درباره قوانین استفاده از آن‌ها با فرزندانتان مذاکره کنید. بهتر است رفتارهای صحیح با نوجوان را بلد باشید. برای اطلاع از **رفتار صحیح با نوجوان** کلیک کنید.
- ❖ یکی از بهترین راه‌های دور کردن نوجوان از اثرات منفی رسانه‌ها، صحبت درباره چیزهایی است که او به دنبال آن هاست. به عنوان مثال اگر فرزند شما، به جنس مخالف علاقه دارد، شما می‌توانید با او درباره روابط دوستی با جنس مخالف، انتخاب‌ها در زندگی، اعتماد به نفس و مسائل جنسی صحبت کنید. اگر نوجوان از جانب والدین اطلاعات کافی درباره چالش‌های ذهنی خود داشته باشد، به دنبال جمع‌آوری اطلاعات از رسانه‌ها نخواهد بود.
- ❖ والدین باید استفاده از بعضی برنامه‌ها، فیلم‌ها یا بازی‌ها را ممنوع کنند و به نوجوان درباره علت این کار توضیح دهند.
- ❖ به نوجوان اجازه دهید تا دیدن بعضی برنامه‌ها را خودش انتخاب کند، شما او را با سوالات خود تفسیر کنید. به عنوان مثال درباره یک فیلم یا بازی از او بپرسید که: نظرت درباره آن چیست؟ از آن چه می‌خواهی؟ احساسات درباره آن چیست؟

چه طور می‌توان اثرات ناشی از رسانه‌ها را بر تربیت فرزندان کنترل کرد؟

در دنیای امروز، استفاده از رسانه بخشی از زندگی مدرن است. لازم است برای جلوگیری از اثرات مخرب رسانه، نحوه استفاده درست آن را به فرزندتان آموزش داد. در این قسمت چند راهکار برای استفاده بهتر از رسانه‌ها بیان می‌کنیم. موسیقی، فیلم،

برنامه های تلویزیونی که فرزندان شما به آن ها علاقه دارند را پیدا کنید. از این طریق بهتر می توانید فرزندان خود را تحت کنترل در آورید. باید این نکته را در نظر داشته باشید که برای کودک بسیار راحت است که هر چیزی را تماشا کند. پس بهترین راه حل این است که بر روی برنامه های تلویزیون نظارت داشته باشید. از دیگر راه کارهایی که می تواند در دور کردن کودکان و نوجوانان از اثرات منفی رسانه ها موثر باشد، صحبت در مورد موضوعات مورد علاقه در رسانه است. در صورتی که علاقه مندی نوجوان ارتباط با جنس مخالف باشد، والدین باید در این زمینه تمام راهکارها و اطلاعات مورد نیاز را به کودک بدهند. در این صورت نوجوان با گرفتن اطلاعات کافی نیازی به برقراری ارتباط با جنس مخالف از طریق رسانه نخواهد داشت. والدین می توانند دیدن برخی از برنامه ها را برای نوجوان خود منع کنند و در مورد علت آن نیز با فرزندان خود صحبت کنند.

اثر رسانه ها بر روی هویت اجتماعی و فرهنگی کودک و نوجوان

از جمله موضوعات روان شناختی رسانه های مجازی، هویت ناشناخته کاربر است. هویت هر فردی از سه پارامتر شخصی، فرهنگی و اجتماعی تشکیل شده است. اینترنت جنبه فرهنگی و اجتماعی داشته و فرد می تواند با یک هویت شخصی ناشناخته خود را در جایگاه فرهنگی و یا اجتماعی نادرست جای دهد. به هر حال با امکانات گسترده ای که رسانه های اجتماعی از طریق اینترنت در اختیار نوجوانان قرار می دهند، می توان گفت بیش از هر زمان دیگری فرزندان در معرض محرک های گوناگونی هستند. البته از آنجایی که جوانان در دوران بلوغ خود در مرحله شکل گیری هویت خویش هستند می توانند از طریق رسانه های اجتماعی به شناخت ویژگی های شخصیتی خود بپردازند. البته باید این نکته را در نظر داشت که بیشتر ویژگی های شخصیتی از جمله سن، تحصیلات، محل سکونت در فضای اینترنت از بین می رود. اغلب افراد با اطلاعات نادرست در رسانه های اجتماعی ثبت نام می کنند. این موضوع می تواند امنیت نوجوانان را دچار چالش کند.

موقعیت رسانه ای تلویزیون

امروزه زمانه تلویزیون به جزئی از اثاثیه منزل تبدیل شده است؛ اگر گفته نشود جزئی از خانواده است دوستی است که بیشتر برای دیدار می آید. تماشای تلویزیون جزئی از رفتار عادی اکثر مردم کره زمین قرار گرفته است. رسانه ای است که به سهولت در دسترس همه قرار می گیرد و تأثیر بر باورهای و ارزش ها و هنجارهای افراد بر کسی پوشیده نیست. هیچ خردسالی را نمی توان دید که به دلیل خردسالی از دیدن تلویزیون منع شود. کودکان به راحتی و با علاقه از این رسانه استفاده می کنند. نتایج تحقیقات مختلف از جذب شده کودکان دو ساله خبر می دهند کودکان در مقابل تلویزیون منفعل اند از الگوهای آن تبعیت می کنند. قابلیت نفوذ تلویزیون نسبت به سایر وسایل ارتباط جمعی بسیار شدید است، به همین دلیل تلویزیون امروز در بنیان های خانوادگی ریشه دوانده و به شدت در چگونگی گذران روزمره مردم اثر گذاشته است. تأثیر عمیق تری به جای می گذارد، زیرا برنامه های تلویزیون اغلب فیلم، هنر و تصویر ارائه می شود و لذا از جاذبیت ویژه ای برخوردار است، از این جهت بر رادیو برتری دارد. بنابراین تلویزیون نیز می تواند در نشر و توسعه فرهنگ غنی اسلام و تعلیم و تربیت عموم اقشار ملت و مهم تر از همه در تربیت کودکان و رشد اجتماعی آن، بزرگترین نقش را ایفا کند.

صدا و سیما چنان که می تواند در خدمت مردم و اسلام باشد و با تهیه، تنظیم و اجرای برنامه های جالب و سومند و هماهنگ اسلامی، در تهذیب و تکمیل نفوس انسان ها، پرورش و ترویج اخلاق نیک و جلوگیری از انحراف و مفاسد اخلاقی داشته و در ترقی و عظمت کشور نقش مهمی را بر عهده بگیرد؛ هم چنین می تواند به صورت یک وسیله تفریح و سرگرمی و کم فایده

درآید که نه تنها در پرورش نیک وظیفه مطلوب را درست انجام ندهد، بلکه شاید در اثر سهل انگاری، بی مبالاتی و اجرای برنامه های غلط و حساب نشده، مروج انحراف و بداخلاقی نیز باشد. در این جا که نقش مهم صدا و سیما و مسئولیت سنگین مدیران، کارگران، هنرمندان، گویندگان و مجریان رسانه های عمومی آشکار می شود، صدا و سیما می تواند فرهنگ عمومی را دگرگون و جامعه را به سوی عظمت و کمال تعالی بخشد یا به سوی ذلت و بدبختی و سقوط بکشاند. در جامعه و در فرهنگ مبتنی بر تلویزیون این سلسله مراتب آموزش اصول اطلاع رسانی از پایه و اساس ویران شده است. این جعبه جادو از قبل هر چیز یک ابزار بصری است. و باید توجه داشت که تصویر است و حواس بیننده را بطور کامل به خود معطوف می دارد. در تربیت تلویزیونی، دشواری های کلام و بیان و تسلسل منطق و پیوند عبارات وجود ندارد. احساس کردن تصاویر، الفبای ویژه ی خود را ندارد؛ برای این کار آموزش مقدماتی دستور زبان، کتاب لغت ضروری نیست. آن چه که اقتضای کلاس و مدرسه است وظیفه ی یک تماشاجی تلویزیون نیست. فهم و دانش قبلی را نه از تماشاجی می طلبد و نه به او تعلیم می دهد.

در رسانه های ارتباط جمعی، به ویژه تلویزیون هر روز کمتر کودکان حضور دارند. در رادیو مدت هاست که دیگر از کودک نشانه ای دیده می شود. در حالی که غیبت او در تلویزیون روشن گر واقعیت های چندی است. البته منظور این نیست که در تلویزیون انسان های در سنین خردسالی حضور ندارند، بلکه از کودک به معنا ویژه ی آن و با رعایت اقتضات سنین کودک، اثری دیده نمی شود. اگر قرار باشد برنامه ای تأثیر گذار باشد بهتر است آن برنامه توسط کودکان اجرا شود. تجربه نشان داده فیلم هایی که نقش اول آن ها را بچه ها بازی می کنند بیشتر مورد توجه کودکان واقع می شود. در تلویزیون جمهوری اسلامی فقط در مناسبات مذهبی و هم چنین ماه های خاص مانند ماه مبارک رمضان است که برنامه های مخصوص کودکان اغلب رنگ و بوی دینی به خود می گیرد و برنامه هایی که تعاملات دینی و اجتماعی کودکان را تحت تأثیر قرار دهد به ندرت در طول سال به نمایش گذاشته می شود. البته در یکی دو سال اخیر ارائه ی چنین برنامه هایی نقش پررنگ تری در اذان کودکان و نوجوانان پیدا کرده است ولی باز هم نیاز به تقویت و افزایش این برنامه ها توسط کارشناسان دینی احساس می شود .

کودکان و سرگرمی

سرگرمی از جمله کارکردهای تلویزیون می باشد که می تواند در تربیت اجتماعی کودکان مؤثر باشد. گرچه در دین مبین اسلام، سرگرمی های جهت دار، مورد تأیید قرار گرفته و ایجاد سرور در قلب مومنین عبادت محسوب شده، ولی متدینان و مبلغان دینی نتوانسته اند حدود و مرزی برای سرگرمی های دینی و غیر دینی مشخص کنند و اغلب سرگرمی های مخرب دین و دیانت بوده است، هم چنین متدینین افرادی جدی تصور شده و شوخی و مزاح به اقشار کم منزلت جامعه تلقی می شود. و از آن جا که تلقی درستی از سرگرمی دینی چندان ارائه نشده و نیز از نظر محتوایی و گاه ابتدال گرائیده است که جا دارد کارشناسان دینی تلاشی مضاعف در این زمینه بنمایند و با الگو برداری از روش های تبلیغاتی غربیان در اغنای دینی خانواده ها او فرزندانشان کوشش کنند.

ماهواره

تلویزیون ماهواره ای بر فراگیری تلویزیون افزود. در منطقه ی ایران، در جریان مجرای خلیج فارس در سال های ۱۹۹۰-۱۹۹۱ بود که پخش تصاویر ماهواره ای آغاز شد. ورود تلویزیون ماهواره ای به منطقه خاورمیانه، مجادله و کشمکش بین پخش های تلویزیونی و فرهنگ را شدت بخشیده است. مطالعات مختلف نشان می دهند که ملی دوره پنجاه ساله ورود تلویزیون بر جهان اسلام، کمک تلویزیون به احیاء و غنی سازی فرهنگ به مراتب کم تر از آن چیزی است که ادعا می شود.

کودکان و شبکه های ماهواره

امروز شبکه های ماهواره ای به طرز قابل توجهی درون خانه رسوخ کرده است و اکثریت خانواده ها این شبکه ها را بیشتر از شبکه های رسانه های تماشا می کنند تحقیقات نشان که درصد زیادی از شبکه های ماهواره برنامه های مفید دارند و فقط در صد ناچیزی از این برنامه ها دارای نکات منفی و مروج فحشا و فساد هستند و این در حالی است که اغلب، خانواده ها از همان درصد ناچیز را برای تماشا استفاده می کنند و بیشتر از همه کودکان به تماشای تلویزیون علاقه نشان می دهند. زیرا این شبکه ها در تمام ساعات شبانه روز برنامه ها و فیلم های کارتونی و انیمیشن را به تماشا می گذارد و بچه ها هر زمان که اراده کنند فرصتی پیدا کنند می توانند به تماشای تلویزیون بنشینند و متاسفانه خانواده ها کنترلی روی این برنامه ها که بیشتر آن ها مروج پرخشگری، سکس و برهنگی است، ندارد این عوارض منفی تلویزیون است در صورتی که کودکان بیش از حد از تلویزیون استفاده می کنند، احساس می کنند می توانند بیشتر مشکلات خود را خشونت حل کنند و در این صورت احساس خطر، وحشت و ناامنی افزایش می یابد. برای کاهش چنین خطرهایی بهتر است خانواده ها یک برنامه ریزی برای تماشای تلویزیون فرزندان خود داشته باشند که چند نمونه از آن اشاره می شود: ابتدا بهتر است از کودک در مورد تماشای نوع برنامه ی مورد علاقه اش نظر خواهی شود و با ارشاد صحیح والدین او به سمت تماشای برنامه ها و شبکه های مفید تر، آموزنده تر و جالب تر راهنمایی می شود. در مورد دیدن تلویزیون، نوع برنامه و حتی صدای تلویزیون و ... قوانین وضع شود. در صورت رعایت این قوانین از طرف فرزند خوب است او را تشویق کرده و در صورت عدم رعایت او مؤاخذه می شود و برای تأثیر بیشتر والدین باید به رعایت قوانین پایند باشند. پدران و مادران به دلیل تأثیر روز افزون رسانه های ارتباط جمعی بیش از پیش حس اعتماد به نفس خود را در تربیت کودکان از دست داده اند و به این باور کشانده شده اند که قادر به اعمال تربیت بوده و نمی تواند پاسخ گوی نیازهای فکری و جسمی فرزندان نشان باشند. نتیجه ی قهری این بی اعتماد به خود و این احساس ناتوانی، نه تنها سبب بی تفاوتی آنان نسبت به تأثیر رسانه ها گردیده، بلکه باعث شده است، که به کارشناسان و متخصصانی روی آوردند که مدعی هستند، بهتر از آنان می دانند خیر و صلاح کودکانشان در کجاست. بدیهی است با رشد این دخالت ها، حریم صفای امنیت، عاطفه، پیوندهای روحی و روانی و روابط زیبای سنتی خانواده ها از بین رفته و از استحکام پیوند ارتباطی والدین- فرزند پیوسته خواهد کاست. بهترین و روشن ترین قرینه ها را برای محو و زوال تصور و باور درباره ی کودکان و ضرورت ها و اقتضات آن، می توان در برنامه های پیام بازرگانی و صحنه های تبلیغاتی آن دید. این واقعیتی که چگونه دختران و پسران دبستانی با غرایز تحریک شده جنسی و چهره های برافروخته از لذایذ سکسی، این چنین بدون شرم و احساس خجالت در مقابل دوربین ظاهر می شود و به عنوان هنر پیشگان درام های تبلیغاتی، به ایفای نقش می پردازند

تأثیر اینترنت در کاهش مسئولیت اجتماعی

وقتی کودک بدون توجه به محدودیت توجه به محدودیت های و ممنوعیت های جامعه اقدام به نقض هنجارهای اجتماعی می کند، او به نوعی دچار کاهش مسئولیت اجتماعی شده است. اینترنت به دلیل داشتن ویژگی هایی مانند ناشناختگی، کاهش نشسته های دیداری و شکل دهی ارتباطات در اجتماعات بریده از واقعیت، فرصت شگرفی را برای دست کاری و تجربه هویت در اختیار کاربران قرار می دهد. وجود این ویژگی ها می تواند موجبات تشویق کاربران به تأکید، تغییر یا پنهان سازی برخی از ویژگی های ظاهری، رها سازی آن ها از احساس محدودیت ها برای افشای ابعاد معینی از خود و در نتیجه جدا سازی زندگی واقعی از زندگی در فضای مجازی را فراهم نماید. وقتی کودک خود را آزادانه در چنین فضای می بیند و خود را با هیچ قانون و قید و بندی مواجه نمی بیند، رفته رفته چنین تصور می کند که در زندگی روزمره ی خود هم می تواند قوانین جامعه را نقض

کند و این برای او بی مسئولیت بودن در تمام عرصه های زندگی را به همراه می آورد و چون در فضای مجازی کسی او را در مقابل بی قانون مؤاخذ نمی کند، اگر کسی در زندگی و فضای حقیقی در مقابلش بایستد نمی تواند با او کنار بیاید در نتیجه در ارتباطات خود با دیگران دچار مشکل می شود. لذا خانواده ها در ابتدا باید برای استفاده کودکان خود از اینترنت، میزان زمان مشخصی را در نظر بگیرند، دوم این که بهتر است تا جای که امکان دارد خودشان به عنوان راهنما با هم بازی در کنار کودکان به طور غیر مستقیم نظارت داشته باشند، هم چنین کودکان خود را با سایت های خوب مفید آشنا کنند.

اعتماد به نفس

کودکی که از محیط خانوادگی گرمی برخوردار باشد و دوره های شیرخوارگی و کودکی اول را در کنار مادری مهربان، متعال و کاردان به سربرد، اعتماد به نفس و امنیت خاطر کسب می کند تا آن جا که می تواند هر روز چند ساعتی از مادر دور بماند، بدون این که دست خوش اضطراب و نگرانی شدید بشود. از طرف چنین کودکی در همین مدت در یادگیری زبان مشترک تا آنجا پیش رفته است که می تواند مقاصد خود را به بزرگسالان تفهیم کند و با همسالان خود نیز ارتباط برقرار نماید. از آن چه گذشت این نتیجه حاصل می شود که: باید فضای رسانه ای را شناخت و آن را عنوان مکمل برای رسانه های سنتی در تبلیغ دین و ارزش های دینی و اجتماعی به حساب آورد و در این مسیر از مزیت های سنی این رسانه نیز غافل نماید. تلویزیون دارای کارکردها شناخت و به تناسب در تقویت مکملی رسانه های سنتی همت گمارد.

تأثیر کتاب بر تربیت اجتماعی کودک

یکی از وسایل بسیار مهم و مؤثر در تربیت اجتماعی کودکان، کتاب و مجله های کودکان است. مجله و کتاب های کودکان کمتر در خانه ها راه یافته و مقداری 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 دارند. ارباب مطبوعات می توانند مروج آموزش مهارت های اجتماعی از جمله: دانش دوستی، وظیفه شناسی، خدمت گزاری، نیکوکاری، عدالت خواهی، فداکاری، ثبات و استقامت گذشت و دیگر فضایل انسانی باشند؛ چنان که می توانند فرهنگ مادی گری، سود پرستی، خود خواهی، شهوترانی، بی بند و باری، 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 اقشار مختلف جامعه از جمله تأثیر می گذارند. تأثیری خوب یابد.

نقش مهم رسانه در آینده نوجوان

والدین در بیان خیلی از مسائل مثل موضوعات عاطفی، جسمی و جنسی به نوجوان محدودیت دارند و نمی توانند به راحتی درباره آنها صحبت کنند و حریم اخلاقی برایش در نظر می گیرند. در این موارد نقش رسانه بسیار واضح است چون بچه ها مطالبی را از آنها می آموزند که باعث می شود روش های خاصی در زندگی شان ایجاد شود. پس رسانه ها می توانند در تربیت نوجوان نقش مکمل داشته باشند به شرطی که شیوه درست استفاده از آنها را آموخته باشند و والدین نوجوان را به عنوان یک فرد بالغ که درک و تشخیص درستی از مسائل دارد، بپذیرند. رسانه ها هم باید احترام کافی برای نوجوان قائل باشد. نمی توان آنچه در کلیشه فضای ذهن خودمان جریان دارد، در شرایط زمانی فعلی و برای فرزندانمان به کار بریم. در دنیای امروز، نه تنها باید مهارت های کلامی و رفتاری را در نوجوان تقویت کنیم بلکه باید مهارت اطلاعاتی و ارتباطی را هم در او تقویت کرد.

دنیای امروز، دنیای ارتباطها و اطلاعات است پس در تربیت بچه‌ها دیگر کافی نیست که بگوییم مثلا چطور غذا بخورند یا با بزرگ‌ترها چگونه رفتار کنند. اینها ضروری و جزو بدیهیات است اما کافی نیست ولی پدر و مادرها با خیلی از مهارت‌های اطلاعاتی و ارتباطی آشنا نیستند که بخواهند آن را به فرزندشان بیاموزند و این کار رسانه‌هاست. رسانه‌ها به بچه‌ها یاد می‌دهند چطور این مهارت‌ها را در خود پرورش دهند، چطور با دیگران ارتباط برقرار کنند، نیازهای خود را بیان کنند، درست را از غلط تشخیص دهند و چگونه وقتی در موقعیت‌های سخت قرار می‌گیرند، بتوانند بر مشکلات غلبه کنند.

امروزه حضور و تاثیر جامع و کامل رسانه‌ها انکارناپذیر است و هیچ چیزی هم مانع آن نخواهد شد و پیش‌بینی می‌شود این حضور روزبه‌روز پررنگ‌تر شود. هر چقدر از نظر زمانی جلوتر برویم و ابزارهای تازه‌ای اختراع شود و شرایط تازه‌ای به وجود آید، قدرت رسانه‌ها نیز بیشتر خواهد شد بنابراین تاثیرگذاری‌شان هم بیشتر خواهد شد.

نتیجه گیری

رسانه‌ها از جمله ابزارهای قدرتمندی هستند که ذاتا آسیب‌زا نبوده و همان طور که از نامشان مشخص است جزو ابزارهای اجتماعی هستند که می‌توانند بر زندگی افراد، بسیار تاثیر گذار باشند. پس بهتر است بر خلاف داشتن این ایده که رسانه‌ها در راستای اثرات منفی که دارند حذف شوند، به دنبال راهکاری برای تاثیر مثبت رسانه‌ها باشید. بر مبنای نظر کارشناسان این حوزه، داشتن رفتار درست با نوجوان می‌تواند راهگشا باشد. در تعریف دیگر داشتن سواد رسانه‌ای والدین می‌تواند تا حد زیادی امکان تاثیر پذیری منفی جوانان از رسانه را کم کند. آگاهی و شناخت مخاطب از رسانه، می‌تواند بر میزان تاثیر پذیری آن بسیار اثرگذار باشد. اما اینکه تا چه حد تاثیرپذیری رسانه بر روی مخاطب می‌تواند به سواد رسانه‌ای مرتبط باشد، همگی به نوع مخاطب ارتباط می‌یابد. بهترین راه حل این است که در مدارس، روش صحیح استفاده از شبکه‌های مجازی به کودکان و نوجوانان آموزش داده شود.

کودکان نوجوانان به صورت میانگین حدود ۷ ساعت از روز را در برابر رسانه‌ها صرف می‌کنند و بسیاری از آنان به تلویزیون، کامپیوتر، اینترنت و بازی‌های ویدئویی موبایل‌ها دسترسی دارند. در این مقاله ما به مرور جدیدترین مباحث در مورد تاثیر رسانه بر سلامت کودکان و نوجوانان می‌پردازیم. مطالعات نشان می‌دهند که رسانه می‌تواند اطلاعاتی را در مورد رفتارهای کم‌خطر و بهداشتی به افراد ارائه دهند و ارتباط‌های اجتماعی را گسترده‌تر سازند. با این حال شواهد جدید نگرانی‌های جدی را در مورد تاثیر رسانه بر بروز رفتارهای خشونت‌آمیز، رفتارهای جنسی، مصرف مواد، اختلالات تغذیه‌ای و مشکلات تحصیلی مطرح کرده‌اند. رسانه‌های سنتی و رسانه‌های مدرن.

کودکان و نوجوانان بیش از هر فعالیت دیگری وقت خود را به تماشای رسانه‌ها می‌گذرانند. در آمریکا در سال ۲۰۰۵، دو سوم کودکان یک دستگاه تلویزیون در اتاق خواب خود داشته‌اند و نیمی از آن‌ها یک دستگاه «ویدئو گیم» «ویا» «دی وی پلیئر» و یا کنسول بازی، و نزدیک به یک سوم آن‌ها دسترسی به اینترنت داشته‌اند.

نتایج پژوهش مؤسسه خانواده‌کایزر نشان دهنده آن است که ضریب تاثیر رسانه با برخورداری از تلویزیون در اتاق خواب به میزان ۱ الی ۲ ساعت در روز افزایش می‌یابد. همچنین ریسک اضافه وزن حدود ۳۱ درصد و احتمال مصرف سیگار تا دو برابر افزایش یافته است. وقتی که تلویزیون در اتاق خواب بچه‌ها قرار دارد احتمال ارزیابی برنامه‌ها توسط والدین کاهش می‌یابد. بچه‌ها کمتر به فعالیت‌هایی همچون مطالعه و بازی می‌پردازند و مدت خواب کوتاه‌تر می‌شود. امروزه نوجوانان و جوانان به رسانه‌های جدید دسترسی بیشتری داشته و از آنها به شیوه‌های مختلفی استفاده می‌کنند. نتایج پژوهش مؤسسه آمریکایی

«زندگی و اینترنت پاو» نشان داد که ۹۳ درصد نوجوانان ۱۲ الی ۱۷ سال، آنلاین هستند و ۷۱ درصد از آنها دارای موبایل هستند. ۵۷ درصد کاربران اینترنت گزارش می کنند که ویدئوها را تماشا می کنند و ۶۵ درصد از آنها برای خود پروفایلی در شبکه های اجتماعی همچون «فیس بوک» و «مای اسپیس» ساخته اند و ۳۸ درصد آنها از طریق اینترنت به خرید و فروش می پردازند و ۲۸ درصد آنها برای جستجوی اطلاعات بهداشتی از اینترنت بهره می برند. ۹۷ درصد از نوجوانان همچنین از بازی های کامپیوتری استفاده می کنند و با وسایل بازی دستی و یا کنسول ها به این بازی ها دسترسی دارند. نوجوانان در استفاده از تکنولوژی های جدید خلاق هستند و به همین دلیل راحتی می توانند از سدهایی که والدین، اولیای مدرسه و مراقبین برای آنها فراهم می کنند بگریزند. نوجوانان می توانند فیلم های خشونت آمیز را دانلود کنند. جوک ها و پیام های جنسی برای هم بفرستند عکس های خودشان را برای یکدیگر ارسال کنند و پروفایل خصوصیشان را در اینترنت به اشتراک بگذارند. با این حال براساس این پژوهش، در تمام سنین، تلویزیون همچنان به عنوان رسانه موثر باقی مانده است. در این میان رسانه های دیجیتال به عنوان منبع مهمی از اطلاعات صحیح و غلط در مورد مسائل بهداشتی و اعتقادی، ارائه «الگوهای ناهماهنگ با طرحواره های جامعه» و راهی برای دریافت مشاوره در مورد مسائل مختلف به سایر رسانه ها افزوده شده است. به علاوه اینترنت، اغلب از دیدگاه والدین به عنوان منبعی ترسناک برای ارائه اطلاعات به کودکان و نوجوانان مطرح می شود منبعی که برخی خانواده ها می کوشند با صرف نظر ساختن و محروم کردن خود و اعضای خانواده از کل مزایا و معایب آن چشم بپوشند. با این حال رشد شناختی کودکان و نوجوانان می تواند در تعدیل اثرات برخی از رسانه ها نقشی موثر داشته باشد. 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 تاثیر می گذارند بلکه بر باورها و اعتقادات آنها نیز مؤثرند. براساس تئوری یادگیری اجتماعی کودکان و نوجوانان از طریق مشاهده و تقلید آنچه مشاهده می کنند فرا می گیرند. به ویژه وقتی که صحنه ها به نظر واقعی رسیده و یا پاداشی برای آن فعالیت در نظر گرفته شده باشد. براساس تئوری شناختی، ظرفیت شناختی کودکان در مراحل مختلف متفاوت بوده و تعیین کننده آن است که از رسانه چه ادراکی خواهند داشت. برای مثال کودکان کوچکتر از ۸ سال درک کمتری از قصد افراد از رفتارهای تشویقی و برانگیزاننده دارند. بنابراین در برابر تبلیغات براحتی تحت تأثیر قرار می گیرند. به علاوه رسانه ها به نوجوانان «طرحواره هایی» در مورد اینکه در موقعیت نا آشنا همچون یک رابطه رمانتیک چگونه عمل کنند، ارائه می کنند و در نهایت براساس تئوری ابر همتا، رسانه گاهی همچون یک دوست مؤثر و قدرتمند می تواند رفتارهای پر خطر را برای فرد بصورت نرمال و معمولی جلوه دهد. تئوری های مختلفی برای تأثیر قوی رسانه و آثار منفی آن بر کودکان و نوجوانان مطرح شده است. یکی از فرضیه هایی که در این مورد مطرح است، این است که والدین تلاش می کنند تا مواجهه فرزندانشان را با محتوای تأثیر گذار رسانه ها کاهش دهند. اما براساس «اثر سوم شخص» (یک پدیده شناخته شده در ارتباطات) نوجوانان و بزرگسالان تصور می کنند، رسانه بر همتأثیر می گذارد، به غیر از خودشان و فرزندانشان! بر اساس نتایج یک مطالعه تا سن ۱۸ سالگی، هر نوجوانی از طریق تلویزیون، بطور متوسط در برابر ۲۰۰ هزار عمل خشونت آمیز قرار گرفته است. اغلب خشونت های تلویزیونی به صورت مردم پسند و گاهی حتی خوشایند در تلویزیون نمایش داده می شود و کارتون های کودکان اغلب آمیخته با شوخی نیز هست. ۱۰ درصد کودکان ۱۰ تا ۱۴ سال ۴۰ فیلم از فیلم های خشونت آمیز سینمایی را در سال ۲۰۰۳ تماشا کرده بودند. بسیاری از ویدئو کلیپ ها و قطعات ناهمگ نیز عناصر خشونت آمیزی دارند که بر افراد تاثیر می گذارد. بسیاری از بازی های کامپیوتری نیز که با شلیک سلاح های جنگی همراه هستند، می تواند رفتارهای خشونت آمیز را کودکان و نوجوانان تشدید کنند. یک مطالعه جدید نشان داده است که بیش از ۹۰ درصد بازی های خشونت آمیز برای کودکان ۱۰ ساله و بالاتر مجاز شناخته شده

اند. همچنین مطالعه دیگری در مورد قاتل دبیرستان وست پادوکا، نشان داد که او هرگز یک تیر را با اسلحه واقعی شلیک نکرده بود در حالی که نشانه گیری او در زمان فاجعه کاملاً صحیح و کشنده بود! پژوهشگران بر این باورند که تکرار مواجهه با خشونت از طریق رسانه ها با افزایش ترس و اضطراب، پذیرش خشونت به عنوان یک رفتار صحیح برای حل مسائل و تعارض ها و حساسیت زدایی افراد و افزایش خشونت، و کاهش حس نوع دوستی همراه است. طرح وارۀ «آدم های خوب در برابر آدم های بد» که در بسیاری از فیلم ها و بازی ها تکرار می شود، بچه ها را در معرض خطر قرار می دهد و قضاوت آنها در صحنه های مختلف زندگی واقعی مخدوش می کند.

منابع

- ۱) نیل پست من، نقش رسانه های تصویری در زوال دوران کودکی، مترجم صادق طباطبایی، اطلاعات، تهران، ۱۳۷۸، ص ۱۶
- ۲) خیری حسن، دین رسانه ارتباطات اجتماعی، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ ۱۳۸۹، ص ۳۲
- ۳) پدرام احمد، اعتماد به نفس و مهارت های اجتماعی، کیاراد، ۱۳۸۹، چاپ سوم، ص ۱۰۶ و ۱۰۷
- ۴) امینی، ابراهیم، اسلام و تعلیم و تربیت، موسسه بوستان کتاب، قم، چاپ اول، ۱۳۸۴، ص ۱۵۶
- ۵) دانشمند، مهدی، مجید زارعی، چراغ های راهنمای قرمز و سبز در تربیت کودک، شهید حسین فهمیده، اصفهان، ۱۳۸۷، چاپ اول، ص ۱۱۸
- ۶) کرم اللهی، نعمت ا...، اینترنت و دین داری، موسسه بوستان کتاب، قم، چاپ اول، ۱۳۹۰، ص ۳۰۶
- 7) Henri.J.F. (2006), "Organizational culture and performance measurement systems". Accounting, Organizations and Society, Volume 31, Issue 1, January 2006, Pages 77-103.
- 8) Hong, Liew. & Kaur, Sharan. (2008). "A relationship between organizational climate, employee personality and intention to leave". University sains Malaysia.
- 9) Hossam Abu Elanain (2007). "Relationship between Personality and Organizational citizenship Behavior". International Review of Business Research papers, 3(4):31-43.
- 10) Hossam M. Abu Elanain (2008). "An investigation of the relationship of openness to experience and organizational citizenship behavior". Journal of American academy of business, 13, 1, 72-78.
- 11) Hunter, E. M., Perry, S. J., Currall, S.C. (2001). "Inside multi-disciplinary science and engineering research centers: The impact of organizational climate on invention disclosures and patents, Journal of research policy, article in press, available on". www.science direct.com.
- 12) Izhar, Oplatka. (2009). "Organizational citizenship behavior in teaching: The consequences for teachers, pupils and the school". International journal of educational management, Vol. 23, No. 5.
- 13) Jacobs. R., R. Mannion., H. T.O. Davies, S. Harrison., F.Konteh, K. W. (2013), "The relationship between organizational culture and performance in acute hospitals". Social Science & Medicine, Volume 76, January, Pages 115-125.
- 14) Johnson, Angel (2008). "The Influence of Need for Achievement, Need For Affiliation, Leadership Support and Organizational Culture on Organizational Citizenship Behavior". A dissertation, Los Angeles, Alliant International University.
- 15) Jurewicz, M. M, (2004). "Organizational Citizenship behaviors of middle school teachers:

- a study of their relationship to school climate and student achievement, PhD dissertation*". The college of Williamand Mary in Virginia.
- 16) Joanna Kwasniewska, (2006). "*Organizational climat & Creativity ans Innovation*". Creativity and Innovation Management, Vol. 13, No. 3, pp. 187-196.
 - 17) Sharma, Jai Prakash; Bajpai, Naval & Holani, Umesh (2012). "*Organizational Citizenship Behavior in public and private sector and its impact on job satisfaction: a comparative study in indian perspective*". International Journal of Business and Management, 6 (1), 67-75.
 - 18) Kay, Susan (1999). "*Organizational Ethical Culture: Real or Imagined?*". Journal of Business Ethics, vol. 20, pp. 217-225.
 - 19) King, E.B., George, J.M, & Hebl, M.R. (2005). "*Linking personality to helping bihaviors at work: an interactional perspective, J. of Personality*". 73, Vol.586-607.
 - 20) L. Indovino and E. Rosner, (2005), "*Work-Family Conflict, Work Family Culture, and Organizational Citizenship Behavior among Teachers*". Journal of Business and Psychology, 20, 303-323.
 - 21) Lepine, J. A., Erez, A., & Johnson, D.E. (2002). "*The Nature and Dimensionality of Organizational Citizenship Behavior: A Critical Review and Metaanalysis, J. of Applied Psychology*, 87, Vol .62-65.
 - 22) Lewin, K (1951). "*Field theory in social science; selected theoretical papers*". D. Cartwright (Ed). New York: MacGrow-Hill.
 - 23) Lin, J, and Henry L. Tosi (2005). "*Management by objectives: Applications and Research*", New York: The Macmillan company.
 - 24) Litwin, George, H. and Stringer, A, Robert (1968). "*Motivations and organizational Climate*". Boston: Harvard University.
 - 25) Louis, Meryl Reis. 1983. "*Organizations as Culture-Bearing Milieux.*" In Organizational Symbolism, edited by Louis R. Pondy, Peter J. Frost, Gareth Morgan, and Thomas C. Dandridge, 39-54. Greenwich CN: JAI Press.
 - 26) Lund, Daulatram B. (2003). "*Organizational Culture and Job Satisfaction*". Journal of Business & Industrial Marketing, vol. 18, No. 3, pp. 219-236.