

نقش و تأثیر رسانه در تربیت فرزندان

ورده نور محموده یحیی^۱ شیماسادات برقی^۲

چکیده

خانواده اساسی‌ترین نظام اجتماعی در اسلام است و مهمترین مسئله آن تربیت فرزندان و روابط خانوادگی است. در عصر حاضر حضور چشم‌گیر رسانه دگرگونی‌هایی را در این امر به وجود آورده است و شبیخون گسترده نظام صنعتی نوین به فرهنگ بشری و کاربردی‌ترین ابزار آن یعنی، رسانه‌های تصویری به‌ویژه تلویزیون نزدیک به دو دهه است که این مرز را از بین برده است. در مقاله حاضر ابتدا اهمیت و جایگاه رسانه و نقش آن در امر تربیت بررسی می‌شود و سپس تأثیرات مثبت و منفی آن در عرصه‌های مختلف زندگی بیان می‌شود. در پایان نیز راهکارهایی برای کنترل اثرات منفی رسانه می‌آید. پژوهش حاضر به روش مروری و کتابخانه‌ای و با تأکید بر آرای صاحب‌نظران در عرصه رسانه گردآوری شده است.

واژگان کلیدی: رسانه، تربیت، فرزندان.

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 می‌کند. اگرچه رشد رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی در ابتدا بسیار ساده و ناچیز بوده است، اما در عصر حاضر تغییرات زیادی در این زمینه به‌وجود آمده است. امروزه رسانه‌های جمعی هم ابزاری برای سرگرمی و تفریح مردم شده‌اند و هم وسیله‌ای برای تعلیم و تربیت و فکر و اندیشه. به‌همین دلیل نقش مهمی در تعلیم و تربیت نسل حاضر دارند. در دنیای امروز که همه چیز به سمت تکنولوژی و صنعتی شدن پیش می‌رود سهم خانواده‌ها در تکوین شخصیت دانش‌آموزان روزبه‌روز کم‌رنگ‌تر می‌شود و به‌جای آن عوامل دیگری مانند رسانه‌ها نقش ویژه‌ای در این زمینه دارند. (عظیمی، ۱۳۹۵) در دنیای امروز

۱. دانش‌پژوه کارشناسی مطالعات زنان، مجتمع آموزش عالی بنت‌الهدی، جامعه المصطفی العالمیه، از اندونزی.

۲. مدرس گروه علمی - تربیتی مطالعات زنان، مجتمع آموزش عالی بنت‌الهدی، جامعه المصطفی العالمیه، از ایران.

کودکان از هجده ماهگی تلویزیون می‌بینند و از سه سالگی معتاد این رسانه تصویری هستند. در برنامه‌های این جعبه جادو تفاوتی میان کودک و بزرگسال نیست به طوری که خشونت، آدم‌ربایی و سرقت، برهنگی و ناهنجاری‌های اخلاقی، فرهنگ و اجتماعی در قالب‌های نمایشی و تصویری و حتی پیام‌های بازرگانی پیوسته توسط کودک و بزرگسال دیده می‌شود. نتیجه این وضع ایجاد اختلال و تزلزل در دوران کودکی است. زوال دوران کودکی یا افول طفولیت آسیب اجتماعی بزرگی است که گریبان‌گیر بشر در جهان متمدن امروز شده است. در حالی که در شرق زمین به‌ویژه در جوامع اسلامی توجه به کودک موضوعی است که همواره مورد توجه بوده است و حتی دستورات مذهبی و آداب و سنن اجتماعی فراوانی برای صیانت و پرورش او وجود دارد. بدون شک امروزه تأثیر رسانه در روابط خانوادگی و تربیت فرزندان به‌طور چشم‌گیری دیده می‌شود و نباید از تأثیر رسانه‌های جمعی بر این مسئله مهم و اساسی غافل شد؛ زیرا در حال حاضر تنها سلاح دشمنانی که نتوانستند اسلام را از بین ببرند رسانه است (عظیمی، ۱۳۹۵).

رسانه‌های ارتباطی بسیار مؤثر هستند؛ زیرا مردم همواره از آنها تأثیر می‌پذیرند و آموزش می‌گیرند. در سال‌های گذشته رسانه‌ها بسیار محدود بودند، ولی با گذشت زمان و پیشرفت علم و تکنولوژی گسترش یافتند. ابتدا رسانه‌های مکتوب در حد ابتدایی شکل گرفت و سپس رسانه‌های دیگر به وجود آمد. در دورانی که کتاب مهمترین وسیله ارتباطی در میان ملل مختلف دنیا مطرح بود 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 شد و وسایلی مانند روزنامه و مجلات نیز به آن اضافه شد. در طول دو قرن گذشته بشر با رادیو و تلفن ارتباط داشت، اما به تدریج رسانه‌های پیشرفته‌ای مانند تلویزیون و سینما به وجود آمد که نقش مهمی در تربیت و تعلیم مردم برعهده گرفت. امروزه این رسانه‌ها نقش مهمی در زمینه تربیت و آموزش علمی کودکان و نوجوانان دارند. در طول نیم قرن رسانه‌هایی مانند کامپیوتر، اینترنت و ماهواره نیز به رسانه‌های ارتباطی قبل اضافه شده است. هدف پژوهش حاضر بررسی نقش رسانه‌ها و پیامدهای آن در تربیت است. (احسانی، ۱۳۹۶)

۲. مفهوم‌شناسی

۲-۱. رسانه

رسانه به معنای روش یا ابزار مادی یا فنی تغییر شکل پیام به علامت‌هاست که مناسب انتقال از یک مجرای ارتباطی معین است. به طور کلی می‌توان گفت که رسانه یک وسیله ارتباطی است. رسانه‌ها به این معنا ابزاری هستند که به وسیله آنها ارتباط ممکن می‌شود. امروزه وسایل ارتباط جمعی مصادیق گسترده‌ای دارند و مانند گذشته فقط به تلویزیون، رادیو، روزنامه، مجله و کتاب منحصر نمی‌شوند. ماهواره، اینترنت، سینما، تئاتر، فیلم، نوارهای صوتی و تصویری، دیسک‌ها، سی‌دی‌ها، پوستر، عکس، اسلاید، تابلوها، گوشی‌های موبایل و ... نیز از جمله وسایل ارتباط جمعی هستند. (بابایی، ۱۳۹۱)

۲-۲. تربیت

تربیت یعنی، شکوفاکردن و به‌ظهور رساندن استعدادها. تربیت فراتر از انتقال علم است و به معنای فراهم کردن امکان شکوفایی استعدادها و از قوه به فعل رسیدن استعدادهاست. تعریف خاص دیگری از تربیت براساس مبانی دینی است. در این تعریف تربیت به این معنا نیست که تنها استعدادها بروز کند و به فعلیت برسد بلکه به این معناست که استعدادها در مسیر و جهت درست نیز به کار بیفتد. (ابراهیم‌زاده، ۱۳۸۸)

۲-۳. فرزند

از نظر حقوق دانان پسر یا دختری که به بلوغ شرعی نرسیده باشد از محجورین است و زمان بلوغ حجر او محو می‌شود بدون اینکه احتیاج به صدور حکم از سوی حاکم شرع باشد. اگر پیش از بلوغ به اندازه‌ای برسد که بتواند تشخیص دهد او را صغیر ممیز می‌گویند. ذیل واژه بلوغ آمده است:

سن بلوغ و رشد با پیدایش یکی از پنج وضعیت برای طفل حاصل می‌شود که عبارت از رویدن مو در بعضی از قسمت‌های بدن، احتلام در پسران، حیض در دختران، رسیدن به سن ۹ سال تمام در دختران و ۱۵ سال تمام در پسران و استعداد بارور شدن دختران است. اگر این ویژگی‌ها در کسی ظاهر نشود کودک است و اگر در کسی ظاهر شود نوجوان یا جوان است. صغار جمع صغیر است و در اصطلاح صغیر

به کسی می‌گویند که از نظر سن به نمو جسمانی و روحی لازم برای زندگی اجتماعی
نرسیده باشد. (طاهریان، ۱۳۹۶)

۳. نقش رسانه در تربیت

نقش رسانه در سلامت و تربیت فرزندان و چگونگی استفاده از آن در تأثیرپذیری مثبت کودکان و نوجوانان بسیار مهم و حساس است. درجه تأثیر رسانه در جوامع به حدی است که آموزش رسانه به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است. باید تأکید کرد که کودکان و نوجوانان در استفاده از رسانه و تأثیرپذیری از آن با والدین خود تفاوت کامل دارند. آنها بین جهان بیرونی و جهان رسانه‌ای تفاوتی نمی‌گذارند و در استفاده از رسانه بسیار راحت‌تر از والدین عمل می‌کنند. (طاهریان، ۱۳۹۶) سرعت انتقال اطلاعات و فناوری‌های نوین آنقدر سریع است که این کودک است که در استفاده از رسانه‌های مختلف از والدین خود پیشی می‌گیرد و هنوز والدین بر یکی از ابزارهای رسانه مسلط نشده‌اند که کودک بر چند ابزار دیگر مسلط می‌شود. طبیعی است که تداوم بی‌توجهی و غفلت از تأثیر رسانه بر کودکان چه از سوی والدین و چه از سوی سیاست‌گذاران در حوزه سلامت باعث ناقص ماندن اجرای راهکارهای ضروری برای سلامت روانی، اجتماعی و فرهنگی کودکان می‌شود (طاهریان، ۱۳۹۶). کودکان و نوجوانان به‌طور میانگین حدود هفت ساعت از روز را با رسانه‌ها می‌گذرانند و بسیاری از آنها به تلویزیون، کامپیوتر، اینترنت و بازی‌های ویدئویی و موبایل‌ها دسترسی دارند (احدیان، ۱۳۷۶).

مطالعات نشان می‌دهد که رسانه می‌تواند اطلاعاتی در مورد رفتارهای کم‌خطر و بهداشتی به افراد بدهد و ارتباط‌های اجتماعی را گسترده‌تر کند. شواهد جدید نگرانی‌های جدی در مورد تأثیر رسانه بر بروز رفتارهای خشونت‌آمیز، رفتارهای جنسی، مصرف مواد، اختلالات تغذیه‌ای و مشکلات تحصیلی مطرح کرده‌اند. (بابایی، ۱۳۹۱) رسانه‌ها نه تنها با اختصاص 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. براساس تئوری یادگیری اجتماعی، کودکان و نوجوانان از طریق مشاهده و تقلید آنچه را که می‌بینند، فرامی‌گیرند. براساس تئوری شناختی، ظرفیت شناختی کودکان در مراحل مختلف متفاوت است و مشخص‌کننده آن است که از رسانه چه ادراکی دارند. برای مثال کودکان زیر ۸ سال درک کمتری از قصد افراد از رفتارهای تشویقی و برانگیزاننده دارند. بنابراین به‌راحتی تحت تأثیر تبلیغات قرار می‌گیرند. رسانه‌ها طرح‌واره‌هایی



درمورد اینکه نوجوانان در موقعیت ناآشنا مانند یک رابطه رمانتیک چگونه عمل کنند به آنها می‌دهند و درنهایت براساس تئوری ابرهمتا گاهی مانند یک دوست مؤثر و قدرتمند می‌توانند رفتارهای پرخطر را برای فرد به‌صورت نرمال و معمولی جلوه دهند (بابایی، ۱۳۹۱). تئوری‌های مختلفی برای تأثیر قوی رسانه و آثار منفی آن بر کودکان و نوجوانان مطرح شده است. یکی از فرضیه‌هایی که در این مورد مطرح است این است که والدین تلاش می‌کنند تا مواجهه فرزندانشان را با محتوای تأثیرگذار رسانه‌ها کاهش دهند (ابراهیم‌زاده، ۱۳۸۸).

۳-۱. اثر مثبت رسانه‌ها بر تربیت فرزندان

اجتماعی‌شدن یک فرایند دوجانبه ارتباطی بین فرد، خانواده و جامعه است و مهارت‌های اجتماعی بخشی از جریان اجتماعی‌شدن فرد است. به‌دلیل پیچیدگی جریان اجتماعی‌شدن، آموختن مهارت‌های اجتماعی به کودکان بسیار مهم است و والدین در این مورد کاستی‌های زیادی را احساس می‌کنند. والدین درزمینه آموزش‌های آکادمیک بیشترین ارتباط را با کودک و مدرسه دارند و تا پایان تحصیلات از هیچ کوششی فروگذار نیستند، ولی در رابطه با مهارت‌های اجتماعی کودکان منبع خاصی را نمی‌شناسد و کوشش‌های مقطعی و پراکنده و گاه نادرست آنها زمینه‌ساز بروز عواقبی ناخوشایند در رشد اجتماعی، اخلاقی و شخصیتی کودک می‌شود. (بابایی، ۱۳۹۱) یکی از وسایل بسیار مهم و مؤثر در تربیت اجتماعی کودکان کتاب و مجله‌های کودکانه است. امروزه مجله و کتاب‌های کودکان کمتر در خانه‌ها دیده می‌شود و تنها زمان کمی از اوقات فراغت کودکان به خواندن یا سرگرم‌شدن با کتاب‌ها و مجلات می‌گذرد. والدین می‌توانند از طریق مطبوعات مروج آموزش مهارت‌های اجتماعی مانند دانش‌دوستی، وظیفه‌شناسی، نیکوکاری، عدالت‌خواهی، فداکاری و دیگر فضایل انسانی باشند چنان‌که می‌توانند فرهنگ مادی‌گری، سودپرستی، خودخواهی، بی‌تعهدی و دیگر رذایل اخلاقی را گسترش دهند. آنها با نوشته‌ها، داستان‌سرایی‌ها، تعریف و تمجیدها، تجزیه و تحلیل‌ها، نقد و انتقادها، تصاویر و نقاشی و حتی با الفاظ و عبارات خود در گروه‌های مختلف جامعه از جمله کودکان تأثیر می‌گذارند (بابایی، ۱۳۹۱).

رسانه‌های جمعی به‌عنوان یکی از عوامل جامعه‌پذیری در کنار خانواده، محیط آموزشی و دوستان نقش مهمی در رشد و تربیت جنبه‌های گوناگون زندگی کودک دارند. رسانه‌ها از

نخستین سال‌های کودکی با انسان همراه می‌شوند. براساس پژوهش‌های صورت‌گرفته نوزادان نیز در حدود نیم ساعت در شبانه‌روز تلویزیون می‌بینند و اطلاعات متنوعی از طریق رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون به کودکان و نوجوانان داده می‌شود. بسیاری از یادگیری‌ها غیرمستقیم هستند. پایدارترین تربیت، تربیت غیرمستقیم است که در فیلم‌ها و سریال‌ها دیده می‌شود. شواهد پژوهشی متعدد نشان می‌دهد که رسانه‌های گروهی به‌ویژه تلویزیون، فیلم‌های سینمایی و مطبوعات می‌توانند بر دانش و اعتقادات ملی مخاطبان گروه‌های سنی مختلف تأثیر بگذارند. (احدیان، ۱۳۷۴) امروزه شبکه‌های اجتماعی به پدیده‌ای مهم و بسیار پرطرفدار در بین تمام سنین تبدیل شده‌اند و حتی کودکان را نیز درگیر خودکرده‌اند. کودکانی که گروه‌هایی با همکلاسی‌های خود در شبکه‌های اجتماعی مانند تلگرام و واتس‌آپ تشکیل داده‌اند، کم نیستند و حتی می‌توان ردپای کاربران کم‌سن‌وسال را در شبکه‌های اجتماعی بزرگ‌تری مانند اینستاگرام و یا فیسبوک دید (کوایل، ۲۰۰۵). احاطه تلویزیون و کامپیوتر ممکن است باعث سردی روابط اجتماعی کودکان با والدین و هم‌سن‌وسالان شود و این کم‌رنگ‌بودن سطح اجتماعی باعث کم‌شدن مهارت‌های اجتماعی می‌شود (کوایل، ۲۰۰۵).

والدین در بیان بسیاری از مسائل مانند موضوعات عاطفی، جسمی و جنسی به نوجوان محدودیت دارند و نمی‌توانند به‌راحتی درباره آنها صحبت کنند و حریم اخلاقی برایش در نظر می‌گیرند. در این موارد نقش رسانه بسیار واضح است؛ زیرا کودکان مطالبی را از آنها می‌آموزند که باعث می‌شود روش‌های خاصی در زندگی‌شان ایجاد شود. پس رسانه‌ها می‌توانند در آینده نوجوان نقش تربیتی مکمل داشته باشند به شرطی که شیوه درست استفاده از آنها را آموخته باشند و والدین نوجوان را مانند فردی بالغ که درک و تشخیص درستی از مسائل دارد، بپذیرند. (اکبرزاده، ۱۳۸۱) در دنیای امروز باید مهارت‌های کلامی، رفتاری، اطلاعاتی و ارتباطی را در نوجوان تقویت کرد. دنیای امروز دنیای ارتباطی و اطلاعاتی است، پس در تربیت کودکان دیگر کافی نیست که برای مثال گفته شود چگونه غذا بخورند یا با بزرگ‌ترها چگونه رفتار کنند. اینها ضروری و جزء بدیهی‌ترین‌هاست، اما کافی نیست. والدین با بسیاری از مهارت‌های اطلاعاتی و ارتباطی آشنا نیستند که بخواهند آنها را به فرزندشان بیاموزند و این کار رسانه‌هاست. رسانه‌ها به کودکان یادمی‌دهند که چگونه این مهارت‌ها را در خود پرورش دهند، چگونه با دیگران ارتباط

برقرار کنند، چگونه نیازهای خود را بیان کنند، چگونه درست را از غلط تشخیص دهند و وقتی در موقعیت‌های سخت قرار می‌گیرند چگونه بر مشکلات غلبه کنند (اسماعیلی، ۱۳۸۲).

۳-۱-۱. نقش آموزشی رسانه

رسانه‌ها می‌تواند آثار مثبتی در زمینه‌های آموزشی داشته باشند. کودکان و نوجوانان می‌توانند نگرش و رفتارهای ضدخسونت، همدلی و تحمل افراد مختلف از فرهنگ‌ها و نژادهای مختلف و احترام به بزرگ‌ترها را از رسانه‌ها بیاموزند. پیام‌های اجتماعی نیز می‌توانند به راحتی از طریق رسانه‌ها به کودکان و نوجوانان منتقل شوند. با همه اینها برقراری روابط اجتماعی آنلاین برای همه کودکان و نوجوانان آثار مشابهی ندارد و والدین باید همه دوستان فرزندان را در شبکه‌های اجتماعی به خوبی بشناسند. تکنولوژی‌های ارتباطی که بیشتر برای ارتباط با افراد غریبه استفاده می‌شوند مانند چت کردن در فضاهای چت عمومی می‌توانند با برقراری ارتباط در دنیای واقعی هم‌بستگی منفی داشته باشند. (بابایی، ۱۳۹۱) امروزه نوجوانان با حجم زیاد اطلاعات توسط رسانه‌ها می‌توانند آگاهی خود نسبت به اجتماع و جهان را افزایش دهند. کسب آگاهی‌های فرهنگی و سیاسی توسط نوجوانان برای داشتن نسلی از شهروندان مسئولیت‌پذیر در آینده حیاتی است. نوجوانان به وسیله ارتباط با اخبار، مجلات و شبکه‌های اجتماعی متوجه می‌شوند که جهان چیزی بیشتر از آن است که در اطراف خود می‌بینند (یونسکو، ۱۳۸۰).

۳-۱-۲. کمک به رشد مهارت‌های اجتماعی

بسیاری از نوجوانان از نظر اجتماعی مهارت کافی ندارند. رسانه می‌تواند شانس رشد مهارت‌های اجتماعی، گسترش دایره روابط اجتماعی و رشد دوستی‌های جدید را به آنها بدهد. رسانه‌ها اعتماد و حمایت اجتماعی نوجوان را رشد می‌دهند و آنها را به حرکت موفق در مسیر جامعه مدرن راهنمایی می‌کنند. (یونسکو، ۱۳۸۰)

۳-۱-۳. الهام‌بخشی

ممکن است تماشای فیلم‌های رزمی والدین را از جنبه خشن آن نگران کند، اما چنین برنامه‌هایی با راهنمایی‌های درست می‌تواند انگیزه‌ای برای قدم‌گذاشتن در مسیر ورزش‌های رزمی یا فعالیت‌های پلیسی باشد. تأثیرگذاری صحبت‌ها و رفتارهای افراد مشهور یا مشاهیر مورد علاقه

نوجوان از طریق رسانه است و صحبت‌هایی مانند مصرف نکردن مواد مخدر یا ترک سیگار توسط آنها می‌تواند از سمت نوجوانان به راحتی پذیرفته شود. (احدیان، ۱۳۷۶)

۳-۱-۴. کمک به مهارت‌های هماهنگی حرکتی

برخی از بازی‌های ویدیویی ممکن است موجب تحلیل توانایی‌های حرکتی در نوجوانان شود، اما بازی‌هایی هستند که باعث تقویت مهارت‌های حرکتی، هماهنگی عصب و عضله و بعضی از توانایی‌های ذهنی کودکان می‌شوند. (یونسکو، ۱۳۸۰)

۳-۱-۵. کمک به رشد مهارت‌های خواندن و نوشتن

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 می‌توانند در افزایش دایره لغات و مهارت‌های نوشتاری نوجوان تأثیر مثبت بگذارد. (بابایی، ۱۳۹۱)

۳-۲. اثرات منفی رسانه در تربیت فرزندان

۳-۲-۱. تخریب تصویر بدنی

امروزه جهان و رسانه‌ها پر از چهره‌های شفاف و اندام‌های زیباست. در حالی که بسیاری از این تصاویر با استفاده از نرم‌افزارهای فتوشاپ و جراحی‌های زیبایی صورت گرفته است. بنابراین، رسیدن به استاندارد زیبایی که در رسانه‌ها نمایش داده می‌شود، به طور تقریبی غیرممکن است. این عوامل باعث تخریب قضاوت نوجوان از ویژگی‌های ظاهری خود می‌شود. بی‌اشتهایی عصبی و پراشتهایی عصبی از این بحران به وجود می‌آید. (یونسکو، ۱۳۸۰)

۳-۲-۲. عادی‌سازی خشونت

امروزه میزان خشونت در بازی‌های ویدیویی و فیلم‌ها بسیار زیاد شده است و نوجوانان وقت زیادی را با آنها می‌گذرانند. خشونت به مرور زمان واقعی می‌شود و بسیاری از نوجوانان توانایی تمایز بین فانتزی و واقعیت را ندارند. در نتیجه رفتارهای خشونت‌آمیز برای آنها معمولی می‌شود که عواقب خاص خود را دارد. (احدیان، ۱۳۷۶)

۳-۲-۳. رفتار جنسی پرخطر

نوجوانان به شدت در جست‌وجوی کشف هویت جنسی خود هستند. گرایش نوجوانان به هر چیزی که محتوای جنسی دارد امری طبیعی است. نمایش تعدد روابط جنسی در رسانه‌ها باعث گیج‌شدن نوجوانان می‌شود. رابطه جنسی بدون مسئولیت پیامد این خطر فکری است که در نوجوانان به وجود آمده است که نتایج آن رفتار جنسی پرخطر و بارداری‌های ناخواسته است. (احدیان، ۱۳۷۶)

۳-۲-۴. تجاری سازی همه چیز

اینکه پول شادی می‌آورد تفکری است که توسط رسانه‌ها در نوجوان ایجاد می‌شود. رسانه تلاش می‌کند تا افزایش درآمد برای نوجوان را هدف قرار دهد، اما نوجوان به دنبال خوشحالی با به دست آوردن پول است. (بابایی، ۱۳۹۱)

۳-۲-۵. چاقی و اختلالات سلامتی

ارتباط مشاهده طولانی‌مدت تلویزیون با افزایش کلسترول خون، افزایش فشار خون، افزایش بروز آسم، اختلال خواب، اختلال خلق، مشکلات روانی و افسردگی در مطالعات مختلف دیده شده است. (بابایی، ۱۳۹۱) یکی از علل چاقی مفرط نوجوانان گذراندن بیش از حد وقت خود با بازی‌های کامپیوتری است. این در حالی است که بازی در فضاهای باز به ندرت یافت می‌شود. همچنین همراهی این عادات با رژیم غذایی نامناسب باعث بروز یک چاقی شایع در این دوران می‌شود. (بابایی، ۱۳۹۱) به جز تأثیر رسانه‌ها در انتخاب نوع غذاهای تبلیغی خوردن غذا هنگام تماشای رسانه می‌تواند احتمال مصرف غذا را افزایش دهد. یکی از فرضیه‌ها این است که احساس سیری هنگام دیدن تلویزیون مهار می‌شود. به همان ترتیب دیدن تلویزیون فعالیت‌های بدنی را مهار می‌کند. مطالعات متعدد می‌دهد که در تمام جهان استفاده از رسانه‌ها با چاقی و اضافه وزن همراه است، اما مکانیسم تأثیر آن نامشخص است. در یک مطالعه مشخص شد دانشجویانی که تلویزیون می‌دیدند بیش از کسانی که به یک قطعه موسیقی کلاسیک گوش می‌دادند غذا مصرف کرده‌اند. از سوی دیگر مشاهده طولانی‌مدت تلویزیون بر خواب کودکان اثر منفی می‌گذارد و کودکانی که خواب کافی ندارند بیشتر احتمال دارد که تلویزیون تماشا کنند و کمتر در فعالیت‌های فیزیکی شرکت می‌کنند. رسانه‌ها همچنین در شکل‌گیری تصویر ذهنی

افراد از خودشان نقش مهمی دارند و ممکن است در شکل‌گیری توقعات نامعقول و غیرواقعی در مورد سایز بدن و عدم رضایت کودکان و نوجوانان از بدنشان شود. دختران نوجوانی که به صورت مرتب مجلات زیبایی و مد را مطالعه می‌کنند بیشتر احتمال دارد که از تصور بد شکلی بدنشان در طی سال‌های نوجوانی رنج ببرند (بیابان‌گرد، ۱۳۷۸).

۳-۲-۶. افت تحصیلی

گرفتن نمرات پایین و افت تحصیلی یکی دیگر از اثرات منفی وقت‌گذرانی زیاد پای تلویزیون است. کودکان و نوجوانانی که نمره‌های بالاتری در مدرسه می‌گیرند وقت کمتری را صرف رسانه‌ها کرده‌اند. (بابایی، ۱۳۹۱)

۳-۲-۷. مشکلات تکاملی

دیدن تلویزیون بیش از ۲ تا ۳ ساعت در روز در سال‌های اولیه کودکی با اختلال نقص توجه در سال‌های اولیه دبستان مربوط است. مکانیسم این پدیده مشخص نیست و نیاز به مطالعه بیشتر دارد. شاید کودکان با نقص توجه تمایل بیشتری به دیدن تلویزیون دارند و یا دیدن طولانی مدت تلویزیون موجب نقص توجه می‌شود. ۷ مورد مطالعه انجام شده است که امکان تأخیر در شروع به حرف‌زدن را در شیرخوارانی که به مدت طولانی تلویزیون و ویدئو تماشا کرده‌اند، نشان می‌دهد و برعکس هیچ پژوهشی تاکنون نشان نداده است که قرارگرفتن شیرخواران در برابر رسانه‌ها باعث تسریع رشد و تکامل آنها می‌شود. (بابایی، ۱۳۹۱)

۳-۲-۸. عملکرد تحصیلی و مشکلات یادگیری

وجود ارتباط بین تماشای تلویزیون و نقص توجه و دیگر نقایص یادگیری از موضوعاتی است که امروزه بیشتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. مطالعات نشان می‌دهند که بین ساعات تماشای تلویزیون در سنین ۱ تا ۲ سالگی و نقایص توجه در ۷ سالگی به بعد ارتباط است، اما یک مطالعه جدیدتر که ۵۹ کودک با نقص توجه و ۱۰۶ کودک در گروه مقایسه را بررسی می‌کرد، نشان داد که این کودکان بعد از تماشای طولانی مدت تلویزیون دچار اختلالات شناختی بیشتری نسبت به گروه مقایسه می‌شوند. حداقل ۴ مطالعه ارتباط بین تماشای طولانی مدت تلویزیون و اختلال در عملکرد تحصیلی را نشان داده‌اند به‌ویژه وقتی که دستگاه تلویزیون در اتاق خواب کودک قرار گرفته است. (بابایی، ۱۳۹۱)

۴. کنترل کردن اثرات رسانه بر تربیت فرزندان

۴-۱. آموزش

قرارگرفتن در مقابل رسانه‌ها بخشی از زندگی مدرن است، اما می‌توان به فرزندان آموزش داد تا تنها برای چیزهایی که ارزش دیدن دارد، وقت بگذارند. (عظیمی، ۱۳۹۵) در بیشتر نقاط دنیا مدارس برای رسانه‌ها جایگاهی در پیش‌گیری از خشونت و سوء استفاده از داروها مشخص نمی‌کنند. با گسترش روزافزون رسانه‌ها خانواده‌ها، مدارس و حتی خود رسانه‌ها باید آموزش‌هایی درمورد روش‌های استفاده صحیح از رسانه‌ها، انتخاب برنامه‌های صحیح و متناسب با سن، برنامه‌ریزی و راه‌های مقابله با پیام‌هایی که از طریق رسانه‌های غربی منتشر می‌شوند را برای کودکان، نوجوانان و جوانان در نظر بگیرند. همچنین باید راه‌های مقاومت در برابر اعتیاد به رسانه، پیشنهادهای همسالان و دیگر افراد برای مصرف سیگار، مواد و الکل را طی برنامه‌های خاصی به کودکان آموزش داد. بدیهی است این برنامه‌های آموزشی باید به‌صورت جامع و بر مبنای فرهنگ هر جامعه در آموزش و پرورش کشورها تدوین، بازبینی و ارزیابی شوند (کویل، ۲۰۰۵).

۴-۲. نظارت

والدین باید نقش حاکم‌بودن و حاکمیت مطلق را کنار بگذارند و نقش رسانه‌ها را در زمینه تربیت کودکان و نوجوانان بپذیرند و نقش نظارتی خود را تقویت کنند. آنها باید به بچه‌ها مهارت چگونه استفاده کردن از رسانه و تعامل با رسانه‌ها را یاد دهند. (بابایی، ۱۳۹۱) نوجوان دوست دارد هر چیزی را که می‌خواهد، تماشا کند، پس باید بر چیزهایی که می‌بیند نظارت شود و برای بعضی از آنها محدودیت‌هایی تعیین شود. بهتر است درباره قوانین استفاده از آنها با فرزندان مذاکره شود. یکی از بهترین راه‌های دورکردن نوجوان از اثرات منفی رسانه‌ها صحبت درباره چیزهایی است که او به دنبال آنهاست. برای مثال اگر فرزندی به جنس مخالف علاقه دارد باید با او درباره روابط دوستی با جنس مخالف، انتخاب‌ها در زندگی و اعتماد به نفس صحبت کرد. اگر نوجوان 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 درباره علت این کار به نوجوان توضیح دهند (بابایی، ۱۳۹۱).

۳-۴. همدلی

همدلی از مواردی است که در تربیت به آن نیاز است. والدین و رسانه باید با نوجوان همدلی کنند و تا زمانی که این همدلی اتفاق نیفتد، تربیت شکل نمی‌گیرد. نوجوانان امروز به حرف‌های پدر و مادر به دقت گوش می‌دهند و حتی آنها را تأیید می‌کنند، ولی در واقع به آنچه می‌شنوند، عمل نمی‌کنند و تأثیر رسانه‌ها در این مورد بیشتر است. توجه به این مسئله بسیار مهم است؛ زیرا نوجوانان فکر می‌کنند بین خودشان و اطرافیانشان که برای تربیت آنها سعی می‌کنند، فاصله وجود دارد یا افق‌هایی را می‌بینند که دیگران نمی‌بینند. ذوب افق‌ها یکی از اصطلاحات مهم در حوزه ارتباطات است؛ یعنی باید افق‌ها از بین بروند و بزرگ‌ترها باید خودشان را جای نوجوان بگذارند و بعد تصمیم بگیرند. (بابایی، ۱۳۹۱) شیوه صحیح آن است که با زبان خودشان با نوجوان‌ها صحبت شود و خود را در شرایط و موقعیت آنها قرار داد، اما متأسفانه حتی در رسانه‌ها دیده می‌شود افرادی که سن بالایی دارند در مورد شرایط زندگی نوجوان‌های ۱۶-۱۵ ساله صحبت می‌کنند و واقعی بحث نمی‌کنند. نوجوان می‌خواهد از زبان کسی در مورد شرایط و احساساتش بشنود که مانند او و در شرایط سنی خودش است و موقعیت او را درک می‌کند، ولی وقتی کسی را می‌بیند که فاصله سنی زیادی با او دارد و در مورد نیازها و علایق نوجوان حرف نمی‌زند، نمی‌تواند ارتباط مناسبی با آنها برقرار کند. رسانه‌ها باید سعی کنند نوجوان‌ها را درک کنند و با شناسایی مشکل‌های واقعی‌شان راه‌حل‌های عملی و منطقی به آنها دهند (احسانی، ۱۳۹۶).

باید به نوجوان اجازه داد تا دیدن بعضی برنامه‌ها را خودش انتخاب کند و از او سؤالاتی را پرسید. برای مثال درباره یک فیلم یا بازی از او پرسید که نظرت درباره آن چیست؟ از آن چه می‌خواهی؟ احساست درباره آن چیست؟ آیا می‌توان اثر رسانه‌ها را به‌طور کامل حذف کرد؟ امروزه رسانه‌ها بسیار قدرتمند و در دسترس هستند، اما نباید فراموش کرد که آنها هم مثل دیگر ابزارها فقط یک ابزار است که به خودی خود آسیب‌زا نیست و نحوه استفاده از آنهاست که تعیین می‌کند چه اثری بر زندگی انسان داشته باشند. بنابراین، به جای آنکه صورت مسئله پاک شود، بهتر است به دنبال راه‌حل اساسی برای این موضوع بود. مشاوران خانواده بر نحوه رفتار صحیح با نوجوان و اتخاذ یک سبک فرزندپروری مؤثر تأکید دارند. (بابایی، ۱۳۹۱) متخصصین بهداشت تأکید می‌کنند که والدین باید مدت تماشای تلویزیون توسط کودکانشان را به دقت زیر نظر بگیرند و از قرارگرفتن کودکان در برابر صحنه‌های خشونت‌آمیز و یا صحنه‌هایی که برای افراد زیر ۱۸ سال

نامناسب است، خودداری کنند. والدین همچنین به عادت‌های خودشان در مورد دیدن رسانه‌ها توجه کنند؛ زیرا پژوهش‌ها نشان داده است که عادات والدین در مورد تماشای تلویزیون متغیری تعیین‌کننده برای عادات فرزندشان در استفاده از رسانه است (احدیان، ۱۳۷۴).

۴-۴. تدوین قوانین

تدوین قوانین در مورد الزام رسانه‌ها به پخش برنامه‌های آموزشی در زمینه‌های مختلف، حمایت از پژوهشگران برای بررسی آثار رسانه‌ها بر سلامت کودکان و نوجوانان و انجام مطالعات پیمایشی در مورد میزان مواجهه کودکان و نوجوانان با رسانه‌های مختلف از راهکارهایی است که می‌تواند به تعیین تأثیر رسانه‌ها بر این گروه‌های سنی کمک کند. (کویل، ۲۰۰۵) در طی ۵۰ سال گذشته مطالعات نشان داده‌اند که رسانه می‌تواند نقش یک معلم قوی را برای کودکان و نوجوانان اجرا کند. تاکنون اقدامات اندکی توسط والدین، مراقبین بهداشتی و نیز مدارس برای تخفیف و تعدیل آثار منفی رسانه‌ها و افزایش آثار مثبت آنها بر فرزندان انجام شده است (کویل، ۲۰۰۵).

۵. نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر سعی شده است تا با نشان دادن اهمیت و جایگاه رسانه‌ها به نقش آنها به‌ویژه در امر تربیت توجه شود. همچنین تعریف رسانه‌ها، تعلیم، تربیت، رسانه‌های نوین و دیدگاه‌های مختلف درباره آنها و جوانب و آثار مثبت و منفی آنها بررسی شده است. در پژوهش حاضر بیان شد که ارتباط یکی از عناصر اساسی زندگی گروهی انسان و سنگ بنای جامعه و هسته اصلی ساختمان اجتماعی است. رسانه‌ها به‌ویژه رادیو و تلویزیون در هر جامعه‌ای مهمترین و مؤثرترین ابزار تربیت هستند که به دلیل وسعت فعالیت آنها در طول شبانه‌روز بیشترین اوقات کودکان و جوانان را به خود اختصاص می‌دهند. این عوامل اگر در اختیار افراد متعهد و مؤمن باشند، می‌توانند جامعه را به‌سوی تربیت درست و اصلاح سوق دهند و در غیر این صورت عامل انحراف و تباهی جامعه می‌شوند. در پایان راهکارها و پیشنهادهایی برای خروج از آسیب‌های پیش روی کودکان و نوجوانان ارائه می‌شود:

- ضروری است که در برنامه‌ریزی‌های آینده به رسانه‌های آموزشی بیشتر توجه شود تا بتوان از آن برای پیشرفت جامعه سود برد.

- والدین باید در استفاده از رسانه‌ها و تماشای تلویزیون برای ایجاد ارتباط صمیمی با آنها و یاد دادن مهارت‌های ضروری با نوجوانان همراهی کنند.
- محدود کردن ساعت‌های مشاهده برنامه‌های تلویزیونی کودکان می‌تواند مؤثر باشد.
- والدین باید آگاهی نوجوانان از برنامه‌های گوناگون این رسانه‌ها را افزایش دهند و خطرهای احتمال آنها را به فرزندانشان بگویند.

فهرست منابع

۱. ابراهیم‌زاده، عیسی (۱۳۸۸). فلسفه تربیت. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
۲. احسانی، حمیده (۱۳۹۶). نقش و تأثیر رسانه‌ها در تربیت اجتماعی و دینی کودکان، نوجوانان و خانواده. تهران: انتشارات بشری.
۳. احدیان، محمد (۱۳۷۴). مقدمات تکنولوژی آموزشی. تهران: انتشارات بشری.
۴. احدیان، محمد (۱۳۷۴). اصول و مقدمات تکنولوژی آموزشی. تهران: انتشارات بشری.
۵. اسماعیلی، محسن (۱۳۸۹). حقوق کودک در برابر رسانه‌ها. نشریه خانواده‌پژوهی، ۶(۲۱)، صص ۱۱۸-۱۲۰.
۶. اکبرزاده، علی و شکوهی، یکتا (۱۳۸۱). تلویزیون و ادراک کودکان. نشریه تعلیم و تربیت، ۲۴(۷۱)، صص ۳۳-۵۶.
۷. بابایی، محمد (۱۳۹۱). رسانه نوین و سیر تحول تاریخی رسانه‌ها. نشریه مدیریت ارتباطات، شماره ۱۷، صص ۵۸-۶۱.
۸. بیابان‌گرد، اسماعیل (۱۳۷۷). اثرات تلویزیون بر رشد کودکان. نشریه پژوهش‌های ارتباطی، ۵(۱۵)، صص ۱۳۲-۱۴۳.
۹. اسماعیلی، اسماعیل (۱۳۸۹). اثرات رسانه‌ها با تأثیر بر اینترنت بر هویت نوجوانان. تهران: نشر دوران.
۱۰. عظیمی، محمد حسین (۱۳۹۵). کودک، رسانه و ارتباط متقابل. نشریه علوم و فنون مدیریت اطلاعات، ۱(۱)، صص ۶۹-۹۴.
۱۱. طاهریان، مریم (۱۳۹۶). تأثیر مخاطره‌انگیزه رسانه‌های اجتماعی بر کودکان و نوجوانان. نشریه روزنامه‌نگاری الکترونیک، ۲(۶)، https://www.civilica.com/Paper-JR_EJR-JR_EJR-2-2_003.html
۱۲. مک‌کوایل، دنیس (۲۰۰۵). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی. مترجم: اجلالی، پرویز. تهران: نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.