



بررسی تأثیر رسانه ها بر تربیت و رشد کودکان و نوجوانان

پدیدآورده (ها) : سعید، زهره؛ فراهانی، محسن
علوم تربیتی :: پژوهش نامه تربیت تبلیغی :: زمستان 1391 - پیش شماره 2
از 39 تا 62
آدرس ثابت : <http://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/976100>

دانلود شده توسط : مرکز مدیریت حوزه های علمیه-کتابخانه ایت الله بروجردی
تاریخ دانلود : 25/12/1394

مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) جهت ارائه مجلات عرضه شده در پایگاه، مجوز لازم را از صاحبان مجلات، دریافت نموده است، بر این اساس همه حقوق مادی برآمده از ورود اطلاعات مقالات، مجلات و تألیفات موجود در پایگاه، متعلق به "مرکز نور" می باشد. بنابر این، هرگونه نشر و عرضه مقالات در قالب نوشتار و تصویر به صورت کاغذی و مانند آن، یا به صورت دیجیتالی که حاصل و برگرفته از این پایگاه باشد، نیازمند کسب مجوز لازم، از صاحبان مجلات و مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) می باشد و تخلف از آن موجب پیگرد قانونی است. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به صفحه [قوانین و مقررات](#) استفاده از پایگاه مجلات تخصصی نور مراجعه فرمائید.



پایگاه مجلات تخصصی نور

بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تربیت و رشد کودکان و نوجوانان

* زهره سعید

** دکتر محسن فراهانی



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 هستند. هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تربیت و رشد کودکان و نوجوانان است. ^{بلیثین هنطور، نموده‌ای از والدین و کودکان شهر کرمان انتخاب شده و با پرسشنامه‌ای که توسط محققان فراهم شده بود، مورد آزمون واقع شدند.} نتایج نشان داد که بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و رشد شناختی و اجتماعی کودکان رابطه معناداری وجود دارد؛ اما بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و رشد عاطفی و روانی کودکان رابطه معناداری وجود ندارد.

واژگان کلیدی: رسانه، رشد عاطفی، رشد شناختی، رشد روانی، رشد اجتماعی.

Email: zohrehsaeid@ymail.com

** کارشناس ارشد مشاوره، مدرس دانشگاه فرهنگیان پردیس باهنر کرمان

Email: farmahinifar@yahoo.com

** استادیار دانشگاه شاهد تهران، بخش تربیتی

تاریخ تأیید: ۱۳۹۱/۱۱/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۰۸/۱۴

مقدمه

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. رسانه‌ها از نخستین سال‌های کودکی با انسان همراه می‌شوند؛ چنان‌که بر اساس پژوهش‌های صورت گرفته، نوزادان نیز در حدود نیم ساعت در شبانه روز تلویزیون تماشا می‌کنند (نیومن^۱، ۱۹۹۷). آموزه‌ها و اطلاعات متنوعی از طریق رسانه‌ها؛ به ویژه تلویزیون، به کودکان و نوجوانان ارائه می‌شود. در این تحقیق، تأثیرات رسانه‌های ارتباطی از قبیل تلویزیون، سینما، ویدئو، ماهواره و مطبوعات، در رشد و تربیت کودکان و نوجوانان مورد بررسی قرار می‌گیرد (میرفخر ای، ۱۳۸۵).

رسانه‌ها به ابزارهای انتقال پیام‌ها از فرستنده یا فرستنده‌گان به مخاطب یا مخاطبان گفته می‌شود؛ که شامل روزنامه، کتاب، رادیو، تلویزیون، ماهواره، تکنولوژی‌های نوین ارتباطات و اطلاعات و اینترنت و... است. این وسائل دارای ویژگی‌هایی، مانند پیام‌گیران ناآشنا، سرعت عمل زیاد و تکثیر پیام هستند (دادگران، ۱۳۸۴، ۵۶).

در دنیای پُرستاب فن‌آوری امروز، رسانه‌های جمعی، افراد را به صورت انفرادی به خود مشغول کرده و آنها را از تعامل با دیگران باز می‌دارند. البته این موضوع نافی منافع ابزارهای تکنولوژیکی نیست؛ اما نوع بهره‌برداری غیرفرهنگی از ابزارهای فنی موجب شده است که کارکرد آنها عمدتاً درجهت

فصلنامه
علمی-تخصصی
پژوهشنامه
پژوهش
۱۳۹۱ زمستان
پیش شماره‌دوم
سال اول



تفویت فردگرایی سوق پیدا کند. به عبارتی، اگر جریان فرهنگی شدن ابزارهای رسانه‌ای تحقق یابد، مضرات آنها بهشت کاهش یافته و کارکرد اصلی خود را پیدا می‌کنند. برخی نظریه‌ها بیانگر این مطلب هستند که ذات ابزارهای الکترونیکی به دلیل استفاده از عنصر تغییر، نمی‌تواند موجد آرامش باشند؛ بلکه محل آن هستند. برخی دیگر، این نظریه را افراطی و یک‌سویه می‌دانند. کارکردهای رسانه‌های جمعی، به‌ویژه رسانه‌های شنیداری و غیرمعتمامل به دلیل کارکرد متنوع خود و ایجاد تغییرات پیوسته، به تدریج جای ارتباط بین فردی، از نوع چهره به چهره را گرفته و موجب شده‌اند تا فضای افرادی، به جای فضای جمعی و عاطفی در خانواده حاکم شود؛ به‌طوری‌که گسترش تکنیکی رسانه‌های شنیداری و رایانه‌ای، ارتباط مستقیمی با فردگرایی و دوری از فضای روانی و عاطفی خانواده را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، این ابزارها، به تدریج فضای روانی و می‌جیطی گفت‌وگو را در یک ارتباط بین فردی، خدشه‌دار می‌کنند و اعضای گروه را به جای هم‌گرایی، به واگرایی سوق می‌دهند؛ تا جایی که هر عضو خانواده، صرفاً در یک فضای فیزیکی مشترک زندگی کرده، اما هیچ تعاملی با هم نخواهند داشت. و متأسفانه، اهداف آنها نیز به تدریج نسبت به هم واگرا و منفک می‌شود. در این مسیر، تعامل واقعی فرد به جای آنکه با افراد دیگری در محیط انسانی سامان یابد، با رسانه‌های الکترونیکی، شکل می‌گیرد و به دلیل برتری تکنولوژیکی و تجهیزات خیره‌کننده رسانه‌ای، نوعی رُعب فرهنگی و انفعال شخصیتی در فرد ایجاد می‌شود. در نتیجه، افراد خانواده به جای گفت‌وگوی صمیمی با یکدیگر





که می‌تواند به تقویت پیوندهای عاطفی و انسجام اعضای خانواده منجر شود، با ابزارهای الکترونیکی ارتباط برقرار می‌کنند؛ ارتباطی که قادر بار عاطفی، احساسی و هیجانی است. آسیب ارتباطی ناشی از حضور رسانه‌ها، بیشتر در دو نوع ارتباط، بروز می‌کند؛ یکی، ارتباط بین فرزندان و والدین و دیگری ارتباط بین زن و شوهر است. تجربیات نشان می‌دهند که هر اندازه ارتباط میان فرزندان و والدین و همچنین ارتباط میان همسران به دلیل تغییر مخاطب کاهش یابد، پیوند عاطفی و هیجان و همچنین همگونی شناختی میان اعضاء خانواده نیز کاهش می‌یابد که این موضوع، انسجام گروه را به مخاطره می‌اندازد (کازنو^۱، ۱۳۸۴، ۱۳۷).

به اعتقاد بیلیگ^۲ (۱۹۹۵) رسانه‌های گروهی اغلب به شیوه‌ای غیر مستقیم، اما فراگیر، اطلاعات و آگاهی‌های بسیاری را به مخاطبان منتقل می‌کنند که زندگی روزمره آنان را زیباتر نمایند. 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 به ویژه تلویزیون، فیلم‌های سینمایی و مطبوعات می‌توانند بر دانش و اعتقادات ملی مخاطبان و گروه‌های سنی مختلف تأثیر بگذارند (آمادیو و همکاران^۳، ۱۹۹۲؛ به نقل از حسینی اجدانی و همکاران، ۱۳۸۸، ۵۲).

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

1. Kazno
2. Billig
3. Amadeo & at.al.

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. در طرف دیگر رشد دیگری وجود دارد که می‌تواند خود به خودی نامیده شود که آن را، رشد خود هوش می‌نامند که عبارت است از آنچه کودک به وسیله خودش یاد می‌گیرد. استفاده از رسانه‌های گروهی مثل تلویزیون و کامپیوتر و حتی بازی‌های کامپیوترا، 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 (ملوین و اورت^۱، ۱۳۸۳، ۳۰۰).

از آنجا که در این پژوهش، نقش رسانه‌ها به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر رشد، مورد بررسی قرار می‌گیرد، لازم است به خلاصه‌ای از پیشینه نظری در زمینه تأثیر رسانه‌ها بر مخاطبان پرداخته شود. دو نظریه «کاشت^۲» و «استفاده و رضامندی^۳» گیش از سایر نظریه‌ها به چارچوب این پژوهش، نزدیک هستند. نظریه کاشت، حاصل دو دهه مطالعه جرج گرینر^۴ (۲۰۰۰) درباره تأثیر تلویزیون بر مخاطبان است. بر اساس نظریه کاشت، افرادی که در مواجهه زیاد با وسائل ارتباط جمعی به ویژه تلویزیون قرار دارند، به مرور، جهان را به گونه‌ای ادراک می‌کنند که به جای انطباق با واقعیت بیرونی، بیشتر با آنچه رسانه‌ها درباره واقعیت بیان می‌کنند، همخوان است. گرینر در مطالعات خود، مخاطبان را به دو دسته پرمصرف و کم مصرف تقسیم می‌کند. بینندگان پرمصرف آن دسته از مخاطبان تلویزیونی هستند که

1. Melvin & Oert.

2. Cultivation theory

3. Use and gratification theory

4. Georg Gerbner



۴ ساعت یا بیشتر تلویزیون تماشا می‌کنند و انتخاب برنامه‌ای که می‌بینند برایشان اهمیت ندارد؛ اما بینندگان کم مصرف، روزانه ۲ ساعت یا کمتر به صورت برنامه‌ریزی شده یا انتخابی، تلویزیون تماشا می‌کنند. تلویزیون، منبع اصلی گروه پُر مصرف برای ساخت واقعیت است. در حالی که بینندگان کم مصرف، از سایر رسانه‌ها نیز به موازات تلویزیون استفاده می‌کنند. این نظریه پس از اصلاح، مخاطب تلویزیون را موجودی فعال می‌داند که محتوای برنامه‌های دریافتی را فعالانه تفسیر می‌کند.

نظریه استفاده و رضایتمندی افزون بر اینکه مانند نظریه کاشت، مخاطب را فعال و هدفمند می‌داند، بر انگیزه‌های استفاده از رسانه‌ها نیز به گونه‌ای خاص تأکید می‌ورزد. بر اساس این نظریه که در سال ۱۹۵۹ از سوی کاتر^۱ ارائه شد، مردم برای برآوردن برخی از نیازهای خود از رسانه‌ها استفاده می‌کنند. به بیان دیگر، انگیزه‌های متعددی وجود دارد که فرد را برای کسب رضایتمندی به سوی رسانه سوق می‌دهد. پژوهشگران این رویکرد، مخاطب را فعال و انتخاب‌کننده، محتوای رسانه، فرض می‌کنند و بر نیازهای شخصی، جهت‌گیری‌ها و فعالیت‌های تفسیری وی با ویژگی‌های فردی و اجتماعی تأکید می‌ورزند (موسکویچی، ۱۹۷۶). از تحقیقات متعددی که در آمریکا و انگلستان در مورد تأثیر تلویزیون بر روی بچه‌ها به عمل آمده، می‌توان ابتدا این نتیجه را گرفت که تلویزیون مثل سایر وسایل، چون بچه‌ها را با مسائل و ارزش‌های افراد بالغ در تماس قرار می‌دهد، اضطراب‌های آنان در مورد آینده‌شان و به طور کل احساس عدم امنیت‌شان را افزایش می‌دهد و خیلی

1. Katz

زود پیچیدگی، شرایط خانوادگی، اجتماعی و انسانی را بر آنها آشکار می‌سازد (ستوده، ۱۳۷۳، ۲۰۶). از سوی دیگر، با نزدیک شدن به سالین نوجوانی، اهمیت نقش رسانه‌ها در اجتماعی کردن افراد، فزونی می‌باید. چنان که آرنت (۱۹۹۵)، از پژوهش‌های خود نتیجه گرفت که با کاهش نقش والدین به عنوان عامل جامعه‌پذیری، قدرت رسانه‌ها در این زمینه افزایش می‌باید. این وضعیت به طور خاص در نوجوانان که به دنبال استقلال هستند و منابع جامعه‌پذیری خارج از خانواده را جستجو می‌کنند، مصدق بارزتری دارد (هومن و تامسون، ۲۰۰۹، ۸۳).

تلوزیون، رسانه‌ای است که در همه جا وجود دارد و محتوای آن به دقت تهیه شده و غالباً در واقع گرایی آن، کودکان استنباط مفهومی از محتوای تلویزیون، دارند و نه درباره زندگی واقعی جهانی که تلویزیون، ظاهراً آن را ترسیم می‌کند. فرایند ارتباطات از راه دور و استفاده از ماهواره و دیگر رسانه‌های گروهی برای پخش امواج در سطح گسترده، شمشیری دو لبه است که می‌تواند به آمدهای مثبت و منفی را به دنبال داشته باشد. الگوگرینی کودکان و نوجوانان از رسانه‌های تصویری در دهه‌های اخیر، توجه پژوهشگران روان‌شناسی را به خود جلب کرده است. تلویزیون به عنوان وسیله‌ای برای شکل دادن افکار عمومی، با زیر پوشش قرار دادن مضلات اجتماعی و مسائل مربوط به سیاست داخلی و خارجی و همچنین با عرضه برنامه‌های ت弗یحی و نمایشی اش، نقش خود را می‌نمایاند؛ اما بدون توجه به نوع برنامه‌ای که از آن پخش می‌شود؛ مانند مجله‌های خبری، موسیقی‌ها،



مسایقه‌های تلویزیونی، نمایش مجموعه‌ها و مانند آن، این وسیله ارتباطی در هر حال، ملزم به ارائه یک پیام ایدئولوژیک است.

کارکردهای مثبت تلویزیون

۱. پرکردن اوقات فراغت کودک

انسان‌ها هر سنی که داشته باشند، یک فعالیت اصلی و محوری دارند که گذراندن زمان در آن سن، حول آن محور است. این فعالیت اصلی در طول زمان (به سبب طبع خاص انسان) برای انسان ملال‌آور می‌شود. این تنوع، اولاً باید غیر از آن فعالیت اصلی باشد و ثانیاً در زمانی خارج از زمان آن فعالیت باشد تا آسیبی به این فعالیت اصلی نرسد. فعالیت اصلی کودک پیش از مدرسه، بازی و پس از مدرسه، درس است. طبیعی است که کودک از بازی و درس خسته شده و نیازمند یک فعالیت جانی می‌شود تا اوقات خالی از فعالیت اصلی را پر کند و خستگی‌های خود را پر طرف کند. تلویزیون یکی از بهترین چیزهایی است که می‌تواند اوقات فراغت کودک را پر کند (آذری، ۱۳۷۷، ۷۷).

برخی از اندیشمندان با طرح پرسش‌های غیرمستقیم از کودکان و ربط دادن پاسخ آنها به رفتارشان، به این نتیجه رسیده‌اند که دلایل تماشای تلویزیون توسط کودکان، دست‌کم به سه دسته بزرگ تقسیم می‌شوند. اولین دسته از این دلایل که حجمی چندین برابر دسته دوم دارد، شامل گذراندن اوقات فراغت است. کودکان وقتی با این هدف به تماشای تلویزیون می‌نشینند، بیشتر، خواهان برنامه‌های شاد و سرگرمی‌های ساده و پرهیجان

هستند. در این مرحله، توجه کمتری به برنامه‌های آموزشی شده و آرامش‌بخش‌ترین برنامه‌ای که موجب افزایش احساس خوش‌بینی و امنیت‌خاطر مخاطبان می‌شود، برنامه‌های خانوادگی است (همان).

در طی فرآیند رشدشناختی، کودک به تدریج مهارت‌های لازم برای یادگیری و درک تجارب جدید را می‌آموزد. با پیشرفت تکلم، کودک تعامل بیشتری با محیط پیدا می‌کند. وی هر روز از طریق بازی، تماشای تلویزیون و مشاهده اطراف خود اطلاعاتی به دست می‌آورد. وی به تدریج به کمک کلمات و نشانه‌ها به حل مسائل و ابراز افکار و احساسات خود می‌پردازد و با کسب اطلاعات جدید، به صورت متأثر درک خود را از دنیای اطرافش ساماندهی می‌کند.

پس از هیجانات اولیه؛ مانند شادی، غم و تریس، با رشد کودک به تدریج دامنه وسیع‌تری از هیجانات آشکار می‌شوند. کودک در سنین پیش‌دبستانی، هیجانات پیچیده‌تری، مانند احتساس گناه، شرم و خجالت را ابراز می‌کند. در این زمان وی مهارت بیشتری در تکلم به دست آورده و برای ابراز احساسات، به جای حرکات فیزیکی از کلمات استفاده می‌کند. کودک ممکن است در نامگذاری احساسات خود، مشکل داشته باشد. به علاوه کودک در این سنین، در برخورد با احساسات منفی شدید، ممکن است دچار سردرگمی و ترس شده، قادر به کنترل این هیجانات نباشد. بنابراین کودکان برای شناخت درست احساسات و نیز برای کنار آمدن با احساسات منفی و دشوار، نیاز به حمایت و یاری والدین دارند.





کودکان باید بدانند که هیجاناتشان واقعی و قابل قبول است و فقط باید به شیوه‌ای درست، ابراز شوند. بنابراین درباره احساسات و هیجانات مختلف، بایستی با کودک صحبت شود و یا از طریق برنامه‌های مختلفی که کودک در تلویزیون می‌بیند و یا رفتارهای والدین و اطرافیان نسبت به ابراز صحیح و به موقع هیجانات، آموزش لازم داده شود. می‌توان برای کودکان با کشیدن تصاویری از صورت‌های ساده با احساسات مختلف، کمک به نامگذاری هیجانات کرده و در این صورت است که کودک فرا می‌گیرد که احساسات منفی و مثبت خود را به صورت صحیح ابراز کند (درانی، ۱۳۸۱، ۴۷).

کودکان تمايل شدیدی به تأیید شدن توسط والدین دارند؛ درنتیجه می‌خواهند بچه خوبی باشند تا پدر و مادر به آنها محبت کنند. بسیاری از رفتارهای کودک در این سنین، به فرآیند تکاملی وی مربوط است، نه غیراخلاقی بودن شخصیت وی. کودک در این سنین، خودمحور بوده و کنترل تیکانه‌ها برایش دشوار است. آموزش اخلاقیات از طریق برنامه‌های کودکان به زند و ذرونه سازی این ارزش‌ها کمک می‌کند و همچنین به تدریج و با تلاش والدین در تعیین قوانین روش و ثابت در منزل، مانند «خشونت، کنک زدن و گاز گرفتن منوع است» کودک به نوعی آگاهی دست می‌یابد و مجموعه‌های از عادت‌های درونی در وی شکل می‌گیرد که بنیان اخلاقی کودک را می‌سازد. شیوه برخورد والدین با رفتارهای کودک و نیز طرز رفتار آنان با دیگران، راهنمای کودک در این فرآیند است. در ابتدا کودک برای جلب رضایت والدین و تأیید آنان از قوانین تعیت می‌کند و سرانجام این قانون‌ها، تبدیل به اصول اخلاقی درونی، شده و جزئی از شخصیت وی خواهد بود (کلین، ۲۰۰۴، ۱۱۳).

1. Clein

۲. تلویزیون و اجتماعی شدن

زندگی اجتماعی دارای شاخص‌ها و نمادهایی است. بدون شناخت نمادهای اجتماعی، نمی‌توان در اجتماع زیست. در واقع، مقدمه زندگی اجتماعی، اجتماعی شدن است. تولد کودک مقارن با اجتماعی شدن اوست. به همان نسبت که کودک رشد می‌کند، باید هم‌زمان رشد اجتماعی نیز داشته باشد؛ زیرا رشد، پرورش و جامعه‌پذیری، سه ماهیت همراه در وجود کودک است. کودکی یعنی سالهایی که انسان، راه و رسم زندگی را می‌آموزد. اولین جایی که کودک، اجتماعی شدن را می‌آموزد، خانواده است. ولی توان خانواده برای پاسخ‌گویی به این نیاز بزرگ، ناجائز است. گرچه مدرسه در کنار خانواده تا اندازه‌ای خانواده را در این راه یاری می‌کند، ولی به دلیل آنکه نیاز کودک فراتر از این حد است، باز هم این کمبود به وضوح مشهود است، ولی تلویزیون به سبب برنامه‌های فراگیر و متتنوع، بهترین وسیله‌ای است که می‌تواند این نیاز کودک را بر طرف کند؛ زیرا تلویزیون واسطه‌ای فراگیر است که در دسترس همه کودکان قرار دارد. کودکان از طریق تلویزیون، درباره خود، زندگی خود، چگونگی رفتار در شرایط گوناگون و چگونگی برخورد با مشکلات خانوادگی و شخصی، چیزهای زیادی می‌آموزند و این اجتماعی شدن از طریق تلویزیون با توجه به ویژگی‌های تلویزیون و کودک، از هر چیزی نافذتر است (شرام و همکاران، ۱۳۸۶، ۵).





برخی از جنبه‌های اجتماعی شدن کودکان عبارتند از:

- درک نقش جنسیتی: جنسیت در برگیرنده مجموعه‌ای از مفاهیم و باورهایست؛ درباره اینکه ما چگونه فردی هستیم، چگونه ویژگی‌ها و شخصیت خود را به نمایش بگذاریم، چگونه با دیگر مردم رفتار کنیم و چگونه باید باشیم؟
- انتخاب شغل: مسیر واقعی انتخاب کار یا حرفه ممکن است با توجه به قابل رؤیت بودن شغل‌های خاصی که در قلمرو عمومی، به ویژه از طریق رسانه‌های عمومی از جمله تلویزیون میسر می‌شود، شکل گیرد. تلویزیون، باورهای قالب‌بندی شده شغلی، در کودک ایجاد می‌کند که این می‌تواند کوتاه مدت یا بلندمدت باشد (گونتز و آر، ۱۳۸۰، ۵۹).
- نقش‌های خانوادگی: تلویزیون در شکل دهنی به باورهای کودکان درباره زندگی خانوادگی، نقش مهمی دارد. تلویزیون، خانواده‌های نمونه را برای بینندگان از جمله کودکان معرفی می‌کند و بر ارزش‌های خاصی تأکید می‌ورزد یا برخی از مسائلی که برای اعضای خانواده (دختران و پسران) مهم هستند، به بینندگان ارائه می‌کند. در این میان، کودک، نقش‌های خانوادگی خود را در خلال برنامه‌های تلویزیون می‌باید. بنابراین تلویزیون به یک معنا، نمایش‌دهنده خانواده و نقش‌های خانوادگی (نقش مادری، پدری، خواهری، برادری و روابط بین آنها) است که کودک آنها را می‌آموزد (عزیزی، ۱۳۸۳، ۱۰۷).
- معلومات عمومی: بیشتر بینندگان در اتاق جراحی، دادگاه، پاسگاه پلیس، زندان یا اتاق هیئت مدیره مؤسسه‌ای نبوده‌اند؛ اما درباره هر یک از

اینها اطلاعاتی دارند. بیشتر چیزهایی که درباره این موارد می‌دانند از طریق تلویزیون به دست آورده‌اند. اطلاعاتی که کودکان از طریق صفحه تلویزیون کسب می‌کنند، شاید کمتر از اطلاعات بزرگ‌ترها نباشد، با این تفاوت که کودکان تجربه‌ای کمتر از بزرگسالان نسبت به زندگی دارند و به تبع آن، ممکن است راحت‌تر به وسیله چیزهایی که در تلویزیون می‌بینند، فریب بخورند. واقعیت این است که با وجود تمام مزایای مثبت تلویزیون از قبیل نقش بر جسته آن در امر اطلاع‌رسانی و آموزش، فرهنگ پذیری، ایجاد تفنن و سرگرمی، تماسای تلویزیون به‌ویژه در سال‌های نخست زندگی کودک، اثرات بدی بر مهارت‌های فکری، ارتباطی، کلامی و حتی خلاقیت کودکان دارد. تماسای تلویزیون به صورت متمادی باعث می‌شود، کودکان از فعالیت‌هایی که می‌توانند و باید در زمان رشد خود انجام دهند غافل بمانند و در اصطلاح کودکی نکنند. به عنوان مثال، بازی ارتباط با کودکان دیگر و حتی بزرگسالان که به تقویت مهارت‌های کلامی و ارتباطی و عاطفی کودک می‌انجامد اگر در زمان خود و به موقع صورت نپذیرد، کودکان امروز را با مشکلات عدیده در آینده رو به رو خواهد کرد؛ کودک به عنوان مخاطب منفعل، ساعتها رو به روی تلویزیون می‌نشیند و به تماسای آن می‌پردازد و در واقع مهارت‌های لازم ضمن رشد را نیاموخته و تجربه نمی‌کند.

البته در کنار مسائل مطرح شده، تلویزیون نقش زیادی در تعلیم و تربیت دارد. برخی از کارکردهای مثبت تلویزیون عبارت است از: ۱. افزایش آگاهی کودکان در زمینه جغرافیایی، علمی و مسائل بهداشتی ۲. تشویق



کودکان به کارهای خوب با نمایش دادن مهربانی، سخاوت^۳. گسترش برنامه‌های آموزشی با استفاده صحیح از تلویزیون و تشویق کودکان^۴. ایجاد دوستی چه با دور هم جمع‌کردن خانواده و چه با در اختیار گذاشتن مجموعه‌ای از دوستان خیالی برای کودک^۵. ترویج و آموزش ارزش‌های اجتماعی و دینی^۶. معرفی روش‌های دوست‌یابی و حفظ دوستی^۷. ایجاد حس مسئولیت در کودکان^۸. جلوگیری از رفتار خودخواهانه کودکان با به تصویر کشیدن رفتارهای جامعه‌گرایانه (دلماتر و مایرز^۱، ۲۰۰۷، ۲۴۴).

جایگاه متفاوت تولید و ساخت و تفاوت در متن و محتوای برنامه‌های تلویزیونی و کامپیوتری، ممکن است بچه‌ها را با ابعاد مختلفی از جامعه آشنا کند و احتمال آن زیاد است که آمیزه‌های سالم و مفیدی برای جامعه پیدا نکنند. شاید به همین دلیل باشد که بسیاری روان‌شناسان، مشاوران و مریبان، از مخالفان سرسخت و خود تلویزیون و کامپیوتر در اتاق‌های خواب کودکان و نوجوانان هستند. استدلال این روان‌شناسان و مشاوران این است که نخست انسوای اجتماعی و نقصان در مهارت‌های اجتماعی-احساسی در این کودکان دیده می‌شود. داشتن وسایل الکترونیکی بصری در اتاق‌های کودکان، زمانی را که خانواده‌ها در کنار یکدیگر می‌گذرانند، بهشت کاهش و احتمال خطر آشنايی زودهنگام کودکان با مسائل جنسی را به نوعی افزایش می‌دهد. در این کودکان تعامل اجتماعی و در حقیقت زمان بازی با هم سن وسالان رفته رفته از بین می‌رود. اثرات منفی این قضیه در مدارس به خوبی قابل ملاحظه و محسوس است. معمولاً این بچه‌ها در کلاس درس، مدت زمان کوتاه‌تری

1. Delamater & Myers

توجه‌شان به درس معطوف است و تقریباً همیشه مایلند راه خود را در پیش گیرند. این کودکان در مهارت‌های اجتماعی، پایین‌تر از میانگین کلاس هستند و دچار ازوای اجتماعی می‌شوند؛ دوم اینکه دانستن چند مسئله در مورد پیشرفت و رشد ذهن کودکان است. استفاده از تلویزیون و کامپیوتر در صورتی می‌تواند در رشد ذهن کودک مؤثر باشد که سایر شرایط آموزش، نظیر محیط زندگی کودک در بهترین حالت خود باشد. در واقع تحریک و برانگیختن ذهن و هوش، نیازمند آن است که کودکان و نوجوانان ما در سلامتی و شادابی کامل به سر برند (گاربنر، ۱۹۹۴، ۱۳۸).

در کودکان، هم مهارت‌های روان‌شناسی و جامعه‌شناسی باید افزایش یابد و هم دانش اکتسابی آنها در زمینه‌های مختلف رشد کند. آنچه تلویزیون به کودک می‌دهد ممکن است در رشد روان‌شناسی و هوش انتزاعی او مؤثر بوده و تأثیراتی روی رشد فردی‌اش داشته باشد؛ اما به لحاظ جسمانی و هوش اجتماعی، نمی‌تواند پاسخگوی تیازهای او باشد و استفاده بیش از حد از این وسائل، سبب می‌شود که کودک از نظر جسمانی دچار ضعف شود و در منحنی رشد او تغییراتی ایجاد شود. در صورتی که رسانه، آنچنان بر زندگی کودک احاطه داشته باشد که او را از سایر فعالیت‌های اجتماعی، نظیر بازی با هم سن و سالان دور سازد، کودک در فضایی مجازی رشد و زندگی می‌کند. این فضای مجازی با زندگی واقعی بسیار فاصله دارد و سبب می‌شود در آینده، تطبیق‌پذیری کودک با جامعه دچار مشکل شود. احاطه تلویزیون و کامپیوتر ممکن است به سردي روابط اجتماعی کودکان با والدین و هم سن و



سالان بینجامد و این کم رنگ بودن سطح اجتماعی، سبب پایین آمدن مهارت‌های اجتماعی می‌شود، از جنبه دیگر می‌توان گفت، به دلیل منابع متنوع رسانه‌ای و موضوعات متفاوتی که حتی دسته‌بندی کردن آنها دشوار است، تنوع بیش از حد سبب می‌شود که هم‌زبانی و همگنی بین کودکان از بین برود. از آنجاکه اجتماع به انسان‌های نیاز دارد که هم زبان بوده و ادبیات مشترک داشته باشند، با از بین رفتن این زبان مشترک، حداقل تافق بین مردم جامعه وجود ندارد و اداره جامعه مختلف می‌شود؛ چرا که هنجرهای مشترک از بین می‌روند و مناسبات اجتماعی دچار مشکل می‌شوند.

اینترنت امروزه جایگاه ویژه‌ای در ساختار زندگی خانواده‌ها پیدا کرده است و رایانه به عنوان یک وسیله، اما با کاربردی متفاوت‌تر، متنوع‌تر و شخصی‌تر وارد خانه شده و عرصه زندگی اجتماعی را دچار تغییر و تحول نموده و روابط اجتماعی بعدهای با ویژگی‌های نوین در جامعه حاکم می‌سازد. دلیل اصلی خانواده‌ها از خرید رایانه و اتصال شبکه اینترنت در منزل، آموزش است. والدین اعتقاد دارند که این ابزار، نگرش کودک را به مدرسه، بهبود می‌بخشد؛ اما با گسترش سریع استفاده از این فن‌آوری، سوال مهمی که ایجاد می‌شود این است که تاثیر آن بر ارتباطات بین اعضاء خانواده به چه صورت است.

استفاده از اینترنت به چند دلیل بر روابط خانواد تأثیر می‌گذارد که عبارت است از:
- استفاده از اینترنت، یک فعالیت زمان‌گیر است؛ پس می‌تواند مدت تعامل کودک با خانواده‌اش را کاهش دهد. زمان اختصاص داده شده برای تعامل با یکدیگر، پیش شرط ارتباط با کیفیت است.

- اینترنت، کشمکش‌های جدیدی را در خانواده ایجاد کرده و وجود فقط یک رایانه در منزل، رقابتی بین کودک و والدین برای استفاده از رایانه ایجاد می‌کند که گاهی سبب کشمکش می‌شود.

- استفاده از صفحات وبی که از نظر محتویات، مناسب سن کودک نیستند، سبب بحث و کشمکش بین والدین و کودکان می‌شوند.

- والدین نگران هستند که اینترنت کودک را از سایر فعالیت‌ها منحرف کند و همچنین اثر ایزوله کننده‌ای بر او داشته باشد.

یکی دیگر از الگوهای رفتاری منفی که متأثر از رشد فناوری و اینترنت، اعتیاد به اینترنت است. نگران‌کننده‌ترین جنبه اعتیاد به اینترنت، آسیب دیدن کودکان است. آنها به راحتی به بازی‌های چند نفره حتی بخش‌های مبتنی، واپسیه می‌شوند. معتادان به اینترنت، ساعت‌های بسیار طولانی در طول روز را به استفاده از این وسیله ارتباطی می‌گذرانند به نحوی که عملکرد شغلی و اجتماعی آنها تحت تأثیر قرار می‌گیرد. کارشناسان، این نوع استفاده غیرطبیعی از اینترنت را "اصطلاحاً "اعتیاد به اینترنت" می‌نامند. علت اعتیاد به اینترنت در بسیاری از این افراد، دستیابی به راهی برای سرکوبی اضطراب‌ها و تنش‌های زندگی است. به گفته پژوهشگران، احتمال اعتیاد به اینترنت در افراد گوشه‌گیر و افرادی که در ارتباط‌های اجتماعی و بین‌فردي خود مشکل دارند بیش از سایرین است.

علاوه شناخته شده این اختلال شامل:

- استفاده از رایانه جهت خوش‌گذرانی، شادی یا تسکین استرس.
- احساس تحریک‌پذیری غیرقابل کنترل و افسردگی، زمانی که از رایانه استفاده نمی‌کنند.



- صرف زمان طولانی و هزینه زیاد برای سخت افزار و نرم افزار، روزنامه ها و فعالیت های مربوط به رایانه.

- بی خیال شدن نسبت به کار، مدرسه و خانواده (زوین^۱، ۲۰۰۳، ۲۲۹).

بدون شک، امروزه در فرایند جامعه پذیری، افراد با گرایش به سمت رسانه های جمعی بنا به هر دلیلی، افراد به اثربخشی و ادار می شوند به گونه ای که آنان آگاهانه و نا آگاهانه از برنامه هایی که تماشا می کنند، الگو و سرمشق می گیرند (رشیدپور، ۱۳۸۴، ۶۱). با توجه به اهمیت زیاد رسانه های جمعی در عصر حاضر و نقش بارز آنها در رشد و تربیت کودکان و نوجوانان، پژوهش حاضر به دنبال بررسی این سؤال است که آیا بین استفاده از رسانه های جمعی و رشد و تربیت کودکان رابطه ای وجود دارد؟

روش تحقیق

پژوهش حاضر بر اساس نحوه جمع آوری اطلاعات توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه پژوهش حاضر، کلیه کودکان و والدین آنها در شهر کرمان است. بدین منظور تعداد ۷۰ کودک و ۷۰ والد برآشناز جدول مورگان به عنوان نمونه انتخاب شدند و پرسشنامه های محقق ساخته که تأثیر استفاده از رسانه ها بر رشد شناختی، عاطفی، اجتماعی و روانی را می سنجید بر روی آنها اجرا شد. این پرسشنامه، ۱۸ سؤالی بود که به ترتیب ۴ سؤال برای سنجش مؤلفه شناختی، ۴ سؤال برای سنجش مؤلفه عاطفی، ۴ سؤال برای سنجش مؤلفه روانی و ۴ سؤال برای سنجش مؤلفه اجتماعی و ۲ سؤال نیز نوع و میزان استفاده از رسانه را شامل می شد. روایی پرسشنامه ها به وسیله محققان و استادان روان شناسی و جامعه شناسی تأیید شد و پایایی

این پرسشنامه نیز به روش آلفای کرونباخ $\alpha = 0.76$ به دست آمد. برای تحلیل داده از ضریب همبستگی، استفاده شده است.

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد ۳۷ درصد از کودکان، بیشترین وقت خود را پای برنامه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای، ۲۳ درصد بیشترین وقت خود را به بازی با کامپیوتر و سرگرمی با اینترنت، ۲۵ درصد بیشترین وقت خود را به مطالعه، ۱۰ درصد به گردش با دوستان و ۵ درصد نیز به سایر امور اختصاص می‌دهند و همچنین بیشترین استفاده از کامپیوتر و اینترنت و تلویزیون و ماهواره برای کودکان جنبه سرگرمی دارد.

سؤال پژوهش: آیا میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و رشد کودکان رابطه‌ای وجود دارد؟
فرضیه پژوهش: میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و رشد کودکان رابطه وجود دارد.

متغیر	رسانه جمعی
رشد شناختی	ضریب همبستگی ۰/۴۸
	سطح معناداری ۰/۰۲۶
رشد عاطفی	ضریب همبستگی ۰/۲۱
	سطح معناداری ۰/۶۸۲



رسانه جمعی		متغیر
۰/۶۳	ضریب همبستگی	رشد اجتماعی
۰/۰۰۳	سطح معناداری	
۰/۲۷	ضریب همبستگی	رشد روانی
۰/۰۵۳	سطح معناداری	

همان گونه که جدول فوق نشان می‌دهد، ضریب همبستگی به دست آمده بین متغیر رشد عاطفی و میزان استفاده از رسانه جمعی برابر با $0/21$ در سطح آلفای $0/05$ معنادار نیست. بنابراین فرض پژوهشی رد می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت که بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و رشد عاطفی کودکان رابطه معناداری وجود ندارد. همچنین ضریب همبستگی به دست آمده بین متغیر رشد اجتماعی و میزان استفاده از رسانه جمعی برابر با $0/63$ در سطح آلفای $0/01$ معنادار آزمیش پذیر نبود. فرض صفر رد می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت که بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و رشد اجتماعی کودکان رابطه معناداری وجود دارد و اینکه ضریب همبستگی به دست آمده بین متغیر رشد روانی و میزان استفاده از رسانه جمعی برابر با $0/27$ در سطح آلفای $0/05$ معنادار نیست. بنابراین فرض پژوهشی رد می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت که بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و رشد روانی کودکان، رابطه معناداری وجود ندارد.

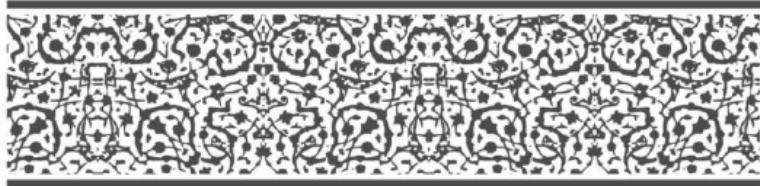
جمع‌بندی

نهاد خانواده، تحت تأثیر عوامل متعدد درونی و بیرونی این تغییرات را تجربه کرده است. همان‌طور که نتایج پژوهش حاضر نشان داد، بین میزان استفاده از رسانه‌هایی مانند تلویزیون و ماهواره و کامپیوتر و میزان تأثیرپذیری رشد اجتماعی و شناختی رابطه وجود دارد و بین میزان استفاده از رسانه‌هایی مانند تلویزیون و ماهواره و کامپیوتر و میزان تأثیرپذیری رشد عاطفی و روانی رابطه وجود ندارد. رسانه‌ها به عنوان یکی از عوامل مهم تأثیرگذار بر تحولات خانواده، نقش اساسی در دگرگونی روابط درونی بین اعضاء آن داشته‌اند. این تحولات باعث سست شدن پیوندهای درون خانواده، افزایش طلاق، ناتوانی در تربیت فرزندان و... شده و از سوی دیگر پیامدهای مشبّتی چون افزایش سطح آگاهی اعضاء خانواده، شناخت روش‌های بهتر در برخورد با فرزندان، استفاده بهینه از امکانات بهداشتی، آموزشی و... داشته



است. در واقع رسانه از سویی باعث تقویت برخی از ارزش‌های اجتماعی و از سوی دیگر باعث تضعیف آنها شده است. آنچه می‌تواند نقش و اهمیت رسانه را در بعد مثبت آن افزایش دهد، شناخت علمی و دقیق ویژگی‌ها و کارکردهای نوین خانواده است و تنها در این صورت رسانه می‌تواند با تولید برنامه‌های مناسب، ضمن دستیابی به اهداف تعریف شده از پیامدهای ناخواسته آن جلوگیری کند و همچنین رسانه می‌تواند با اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم بر نهاد خانواده، بسیاری از ناهنجاری‌های درون خانواده را کاهش دهد و در تعالی خانواده مؤثر واقع شود. از آنجا که الگوسازی رسانه برای والدین و فرزندان امری بدیهی است و تجربیات فراوانی این موضوع را به اثبات رسانده است، عملکرد رسانه در قالب طرح الگوهای موفق، ضمن تقویت باورهای درست و تصحیح نگرش‌های نادرست، منجر به تغییر رفتار به عنوان هدف غایی آموزش خواهد شد.

مرکز حفیفان آموزه علوم مددی



منابع

۱. آذری، سعید؛ اثرات رفتاری تلویزیون بر کودکان و نوجوانان؛ مجله پژوهش و سنجش ش ۱۵ و ۱۶؛ پاییز و زمستان ۱۳۷۷.
۲. بری گونتز و بیل مک آر؛ کودک و تلویزیون؛ ترجمه نصرت فتی تهران: سروش، ۱۳۸۰.
۳. درانی، کمال؛ «استفاده از رسانه‌های گروهی نزد دانش آموزان دوره راهنمایی و متوسط شهر تهران در رسانه‌های تصویری»؛ مجله روان‌شناسی و علوم تربیتی؛ دوره جدید؛ سال چهارم، شماره ۲، ۱۳۸۱.
۴. حسینی انجданی، مریم و دیگران؛ «نقش رسانه‌ها در رشد هویت ملی نوجوانان شهر تهران»؛ فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی؛ شماره ۲، پیاپی (۸۵)، ۱۳۸۸.
۵. ستوده، هدایت‌الله روان‌شناسی اجتماعی؛ تهران: آواز نور ۱۳۷۸.
۶. عزیزی، شهلا؛ خانواده و تلویزیون؛ تهران: مرندیش، ۱۳۸۳.
۷. دادگران، سید محمد؛ مبانی ارتباط جمیعی؛ تهران: نشر مروارید و فیروزه، چاپ هشتم، ۱۳۸۴.
۸. کازنو، زان؛ جامعه‌شناسی و سایل ارتباط جمیعی؛ ترجمه باقر ساروخانی؛ چاپ هشتم، انتشارات اطلاعات ۱۳۸۴.
۹. ملوین، دفلور؛ اورت، ای دنیس؛ شناخت ارتباطات جمیعی؛ ترجمه سیروس مرادی؛ تهران: دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۳.
۱۰. میرفخرایی، تڑا؛ «زبان، رسانه و بازنمایی هویت»؛ فصلنامه پژوهش و سنجش، ۱۳۸۵ (۴۸) ۱۳.
۱۱. ولیر شرام جک لایل و ادوین بی پارکر؛ تلویزیون در زندگی کودکان؛ ترجمه محمود حقیقت کاشانی؛ تهران: مرکز تحقیقات و مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما، ۱۳۷۷.
۱۲. رشیدپور، حمید؛ «تربیت دینی و اخلاقی»؛ نشریه پیوند؛ شماره ۲۴، ۲۴، ۱۳۸۴.



13. 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.
14. Billig, M; *Banal Nationalism*. London: Sage, 1995.
15. Clein.J; *Screening women and elderly adults for family and intermate partner violence*. Journal of clinical guide lines, 2004.
16. Delamater, J.D. and Myers, D.J.; *Social psychology*, Sixth ed. London: Thomson Wadsworth, 2007.
17. Gerbner, G; "Cultivation Theory: Cultural Indicators Project", Retrieved from www.communication.ac.uk, 2000.
18. Gerbner, George; *Growing up with television: the cultivation precesses, Inj. Media effects in theory and research*, 1994.
19. Hoffman, L.H. and Thomson, T. E; "The Effect of Television Viewing on Adolescents Civic Participation", *Journal of Broad casting & Electronic Media*, 53 (1), 2009.
20. Moscovici, S; *Social influence and social change*, London: Academic Press, 1976.
21. Newman, P and Newman, B; *Children and adolescents development*, London: Rutledge, 1997.
22. Zevin, J; "Perceotions of national identity", *Social Studies*; V. 94 (5), 2003.