

تبیین تعاملات دین و رسانه با نگاهی به تربیت کودک

فاطمه محمدی سیجانی* (نویسنده مسئول)

داوود رحیمی سجاسی**

چکیده

هدف: هدف مقاله حاضر، بررسی تعاملات و سرفصل‌های مشترکی است که بین رسانه و دین در مورد تعلیم و تربیت کودکان وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش: روش پژوهش به صورت تحلیلی-توصیفی بوده و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی انجام شده است.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان می‌دهد که رسانه‌ها (به‌خصوص رسانه‌های تصویری مثل تلویزیون) در امر تربیت کودکان (خواه دینی و خواه غیردینی) نقش برجسته و قابل توجهی ایفا می‌کنند. همچنین مشخص شد که همکاری بین رسانه و دین از یک سو موجبات گسترش و نهادینه‌سازی مفاهیم و آموزه‌های دینی را فراهم کرده و آن‌ها را در اختیار مخاطبان بیشتری قرار می‌دهد. از سوی دیگر، رسانه نیز با انتشار آموزه‌ها و مفاهیم دینی، مشروعیت یافته و مورد پذیرش عامه مردم قرار می‌گیرد.

نتیجه‌گیری: از نتایج همکاری و تعاملات دین و رسانه می‌توان به این موارد اشاره کرد:

* دکترای مدیریت رسانه، مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، ایران

.fatemeh.81@gmail.com

** استادیار، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران d.rahimi@shahed.ac.ir



بسط نفوذ دین، گفتمان دینی، تبلیغ دین، ایجاد تجربه دینی، خلق نمادهای مقدس، ایجاد تحول روحی، اطلاع‌رسانی از ادیان دیگر، الگوآفرینی دینی، مدرسه مجازی و ...

کلیدواژه‌ها: رسانه، دین، تعلیم و تربیت، تربیت دینی، کودکان

مقدمه

امروزه با پیشرفت علوم، فنون و به تبع آن تغییر تمام شئون زندگی، تربیت فرزندان، دیگر به‌مثابه یک امر درون خانوادگی و فارغ از فضای بیرونی به‌شمار نمی‌رود و برخی عوامل خارج از خانواده می‌توانند تأثیری همسنگ تأثیر خانواده داشته باشند. در چنین شرایطی بایستی والدین، خود را با شرایط جدید وفق داده و بتوانند سیر تربیت فرزندان خود را با سیر تغییرات جامعه هماهنگ کنند. بنابراین امروزه تمام والدین نیاز دارند تا از نظریات جدید محققان در مورد تربیت کودکان بهره ببرند. نظریاتی که البته نمی‌توان آن را در تمام شرایط به‌کار برد و از هر فرد تا فرد دیگر متفاوت است (امامی میبیدی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۳). در طول دو قرن گذشته رسانه‌هایی همچون رادیو، تلفن و بعد از آن‌ها به تدریج رسانه‌های پیشرفته‌ای مثل تلویزیون، سینما، کامپیوتر، اینترنت و در نهایت ماهواره توسط انسان به‌کار گرفته شد که نقش بسیار مهمی در تربیت و تعلیم اقشار مختلف جامعه به‌خصوص کودکان داشته و دارند (احسانی، ۱۳۹۶: ۱۱).

در رابطه با تعاملات دین و رسانه در تربیت کودک باید گفت که ارتباط دو سویه دین و رسانه از قدمتی دیرینه برخوردار است. در این تعامل، گاه رسانه‌های جمعی با پرداختن به متون آموزه‌های دینی مشروعیت یافته‌اند، گاه دین برای اشاعه و تبلیغ خود از امکانات ویژه وسایل ارتباط جمعی بهره برده است. با ظهور رسانه‌های جدید و نظریه‌های ارتباطی خاص آن‌ها و البته بنابر شرایط اجتماعی هر دوره، دیدگاه‌های تازه‌ای درباره تعامل دین و رسانه شکل گرفته و اندیشمندان این دو حوزه، می‌کوشند میان دین و رسانه و نقش آن‌ها در تعلیم و تربیت ارتباطی مؤثر برقرار کنند (جوادی‌یگانه و عبداللهیان، ۱۳۹۷: الف). بنابراین با توجه به اینکه بیشتر قریب به اتفاق جمعیت کشور ما مسلمان و حکومت آن نیز اسلامی است، یکی از

وظایف اصلی رسانه‌ها، اهتمام به انعکاس موازین دینی جهت تربیت نسل جدید است. باید توجه داشت که ظهور دین و معارف دینی در رسانه‌های جدید، موضوعات و مباحث مهمی درباره شرایط دین در شبکه رسانه‌ای پدید آورده و محققان بسیاری به این مسئله توجه می‌کنند. برخی پژوهش‌ها به موضوع دین، معارف دینی و اینترنت از جنبه ارائه مذهب، معنویت و فضای مجازی پرداخته‌اند.

زالسکی^۱ خاطر نشان می‌سازد که: «سرانجام اینترنت از آن دسته مذاهب و تعلیمات معنوی حمایت خواهد کرد که گرایش به آناشری داشته و بدون سلسله‌مراتب پیچیده عمل می‌کنند و اقتدار، نفوذ و نیروی خود را در شبکه از دست می‌دهند (زالسکی، ۱۹۹۷: ۱۱۱-۱۱۲). مطلب مهمی که کمتر به آن پرداخته شده، دگرگونی‌های سریع رسانه‌ای و نبود چارچوب‌های مناسب برای مطالعه ارتباط بین دین و رسانه است. مشکل عمده، تعامل معارف دینی و رسانه‌ها و آینده پژوهی این رابطه است که نبود تمایز منطقی میان مطالعات نظری و مطالعات کاربردی در ارتباط میان این دو باعث تعدد آراء و تحلیل‌های مختلف از آن شده است. استفاده مذهبی از رسانه‌ها، استفاده رسانه‌ای از دین، رسانه مذهبی یا مذهب رسانه‌ای شده از جمله مفاهیمی هستند که از عصر رسانه و گسترش فناوری‌های جدید رسانه‌ای سرچشمه گرفته و هر نوع تلاشی در این زمینه، نیازمند فهم چالش‌های میان فناوری و مذهب است (بیچرانلو، حاجی محمدی، ۱۳۹۳: ۶۵).

پرسش‌های پژوهش

پرسش اصلی:

مصادیق تعاملات دین و رسانه در زمینه تربیت کودک شامل چه مواردی است؟

پرسش‌های فرعی:

۱. تأثیرگذاری دین بر رسانه شامل چه مواردی است؟

۲. رسانه در خدمت دین چه کارکردهایی دارد؟

۳. مصادیق تعاملات دین و رسانه در تربیت کودکان شامل چه مؤلفه‌هایی است؟

در بررسی پیشینه‌های پژوهش، می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

تاجیک اسماعیلی (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان «پیش‌بینی میزان دین‌داری دانش‌آموزان براساس وابستگی به اینترنت و باور به دنیای عادلانه» را به‌وسیله پرسشنامه انجام داده و جامعه آماری پژوهش، شامل کلیه دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه شهر تهران بوده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که ابعاد اعتقادی، عاطفی و پیامدی، از ابعاد دین‌داری فقط براساس باورهای ناعادلانه به‌صورت منفی قابل پیش‌بینی بوده، یعنی با صرف اندازه‌گیری میزان باورهای دنیای ناعادلانه در افراد می‌توان میزان ابعاد اعتقادی، عاطفی و پیامدی دین‌داری در آنان را پیش‌بینی کرد.

حیدریان (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان «آشنایی با راهکارهایی جهت جذب دانش‌آموزان به مفاهیم دینی» انجام داده است. این پژوهش، به دلیل گسترش دین‌گریزی در میان دانش‌آموزان، که آینده‌سازان جامعه هستند، لازم دانسته جهت آشنایی و جذب آنان به مفاهیم دینی، با روشی کتابخانه‌ای و نگاهی تبیینی، راهکارهایی برای جذب تمامی قشرهای دانش‌آموز به دین، براساس روایات معصومین علیهم‌السلام که جامع‌ترین اصول آموزشی است، به هر سه عنصر-خانواده، مراکز آموزشی، مربیان- ارائه دهد.

مصباحی جمشید (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان «مسائل تربیت دینی در فضای مجازی و نحوه مواجهه با آن» با روش توصیفی-تحلیلی انجام داده و یافته‌ها حاکی از آن است میان عناصر تربیت دینی و ویژگی‌های فضای مجازی تناظری برقرار است که در برخی موارد به تحقق تربیت دینی مطلوب یاری می‌رساند و در مواردی نیز به‌عنوان مانع عمل می‌کند. تحلیل این تناظر علاوه‌بر اینکه به شناخت عوامل و موانع تربیت دینی یاری می‌رساند، راهکار مواجهه با مسائل تربیت دینی در فضای مجازی را نیز نشان می‌دهد.

جوادی‌یگانه و عبداللهیان (۱۳۹۷) در اثر خود «مجموعه مقالات دین و رسانه: رسانه

دینی و دین رسانه‌ای» تلاش کرده‌اند تا دیدگاه اندیشمندان و صاحب‌نظران حوزه‌های گوناگون

علوم اجتماعی و مطالعات رسانه از چشم‌اندازهای گوناگون را در باب حضور دین در رسانه و رسانه دینی در اختیار مخاطبان قرار دهند.

کریمی و قویمی (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان «نقش رسانه جمعی (تلویزیون) در آموزش مذهبی کودکان (مطالعه موردی: دانش‌آموزان ۱۲-۸ سال منطقه ۷ آموزش و پرورش استان تهران)» انجام دادند که نتایج به دست آمده گویای این حقیقت است که آموزش مستقیم از تلویزیون در امر یادگیری مؤثر است. آموزش و پرورش با رسانه تلویزیون در ارتباط است و تلویزیون به‌عنوان یک وسیله آموزش غیررسمی جایگاه ویژه‌ای دارد. این نتایج با نتایج دیگر پژوهش‌ها مشابه نیز همخوانی کاملی دارد.

لازم به ذکر است که هر کدام از پژوهش‌هایی که به آن‌ها اشاره شد، مبحث دین و رسانه را از یک زاویه خاص مورد بررسی قرار داده‌اند ولی هیچ‌کدام به‌طور اختصاصی نقش دین و رسانه را در تربیت کودک در نظر نگرفته‌اند. بنابراین با توجه به اهمیت تربیت کودک و شیوه‌های تأثیرگذاری بر آن، این پژوهش بر آن است تا با تبیین و بررسی تعاملات سازنده بین دین و رسانه، شاخص‌های تربیت کودک از این زاویه را مورد شناسایی قرار دهد و به این منظور به رویکردها و نظریه‌های مطرح در زمینه نسبت دین با رسانه استناد شده است. وجه تمایز این پژوهش با پژوهش‌های نام‌برده در این است که علاوه بر بررسی تعاملات دین و رسانه، به نقش این تعاملات در آموزش کودکان نیز می‌پردازد.

روش پژوهش

در این پژوهش از روش توصیفی-تحلیلی استفاده شده و با مبنا قراردادن چند مسئله نظری به‌عنوان پایه پژوهش، مسائلی را که تربیت دینی در تعامل با رسانه به‌طور اعم با آن روبه‌رو است، مورد بررسی و تبیین قرار داده است. این پژوهش از حیث هدف، کاربردی است و جامعه تحلیلی شامل کلیه اسناد و پایگاه‌های اطلاعاتی موجود بوده است.

۱. **تربیت کودک:** تربیت به‌معنای پرورش دادن و پروراندن است و پروراندن هر چیزی به کمال رساندن آن تا شکوفایی تمام قابلیت‌ها است. بنابراین، تربیت انسان پرورش دادن جسم

و روح او است به گونه‌ای که به کمال شایسته خود برسد. در واقع تربیت در انسان به معنای فراهم آوردن زمینه رشد و پرورش استعدادهای درونی و قوای جسمانی و روانی او برای وصول به کمال مطلوب است و این کار در واقع عملی است آگاهانه با هدف رشد دادن، ساختن، دگرگون کردن و شکوفا کردن استعدادهای مادرزادی بشر (اسماعیلی یزدی، ۱۳۸۳: ۴۳). در تربیت صحیح باید به استعدادهای درونی کودک توجه کرده و توانایی‌های مختلف وی را به فعلیت درآورد. حضرت علی علیه السلام یکی از حقوق فرزندان بر پدر را، تربیت شایسته فرزند شمرده و می‌فرماید: «حق فرزند بر پدرش این است که نام نیکو برای او برگزیند و به خوبی ادب و تربیتش کند و به وی قرآن بیاموزد». آن حضرت در کلامی دیگر فرموده است: «هیچ پدری به فرزندش، موهبتی مانند تربیت نیکو نبخشیده است» (نهج البلاغه، نامه ۳۱: ۲۱۴).

۲. رسانه و انواع آن: معنای لغوی واژه مدیا، وسیله، واسطه و یا واسطه انتقال است. در زبان فارسی واژه «رسانه» معادل اصطلاحی آن به کار می‌رود. این واژه به طور معمول وسیله بیان، قالب بیان، واسطه بیانی یا ابزار بیانی ترجمه شده است و در جوامع پیشرفته به رسانه‌های گروهی جامعه اشاره دارد که کار آن‌ها، رمزگذاری و انتقال پیام به یک جمعیت وسیع است. با این تعریف، رادیو، تلویزیون و روزنامه‌ها از مصادیق روشن رسانه هستند (اسلامی، دبیری و علی‌زاده، ۱۳۹۰: ۳۷۴). رسانه‌ها در یک تقسیم‌بندی کلی پنج نوع هستند:

۱. رسانه‌های نوشتاری: روزنامه، مطبوعات (کتاب و نشریه و...)، اعلامیه، پلاکارد و ...
۲. رسانه‌های شنیداری: نوار کاست، رادیو و ...
۳. رسانه‌های دیداری: هنرها، نقاشی، کنده‌کاری، خطاطی، کاریکاتور و ...
۴. رسانه‌های شنیداری-دیداری: تئاتر، تلویزیون، سینما، کامپیوتر و ...
۵. رسانه‌های شخصی: برخورد و گفتگو (دیالوگ)، سخنرانی، موعظه و ... (رامین، ۱۳۹۱: ۱۴۴).

۳. دین: علامه طباطبایی معتقد است «دین مجموعه‌ای از معارف مربوط به مبدأ، معاد و قوانین اجتماعی از عبادات و معاملات که از طریق وحی و نبوت به بشر رسیده، نبوتی که

صدقش با برهان ثابت شده و نیز مجموعه‌ای از اخبار که مخبر صادق، از آن خبر داده، مخبری که باز صادق بودنش به برهان ثابت شده است» (طباطبایی، (بی‌تا)، ج ۲: ۱۸۲؛ ج ۱۵: ۸). جوادی‌آملی (۱۳۷۸) باور دارد که دین مجموعه عقاید، اخلاق، قوانین و مقررات برای اداره امور جامعه انسانی و پرورش انسان‌ها است. گاهی همه این مجموعه حق و گاهی همه آن باطل و زمانی مخلوطی از حق و باطل است. اگر مجموعه حق باشد، آن را دین حق و در غیراین صورت آن را دین باطل و یا التقاطی از حق و باطل می‌نامند (جوادی‌آملی، ۱۳۷۸: ۱۱۲). کلیفورد گیرتر^۱ معتقد است: «دین همواره هم جهان‌بینی است و هم خلیقات، رفتارها، ارزش‌ها، نگرش‌ها و عواطف» (شرف الدین، ۱۳۸۴: ۴۹).

۴. **رسانه دینی:** رسانه‌ای است که وجهی از آن، فرهنگ دینی اجتماع را بازتاب داده و روی دیگر آن، دین را به‌عنوان فرهنگ به جامعه تزریق کرده و باعث رشد و اعتلای آن در تمامی ابعاد اجتماع می‌شود. در ادامه این فرآیند، مردم با دین ارتباط برقرار کرده و به‌منظور دستیابی به جامعه‌ای دین‌محور، به کنش و رفتارشان سمت‌وسویی دینی می‌بخشند. از دید ارسطو، دین، به‌عنوان جهان‌نمادین ارزش‌های غایی، بیش از هر چیز دیگری، برای هدایت فناوری پیچیده به سوی رسیدن به اهداف مطلوب ضروری است (مختاری، ۱۳۹۶: ۱۲۴). رسانه از نگاه دینی و قرآنی باید در محتوا و هدف، حق‌محور و عدالت‌مدار باشد. عظیم‌ترین رسانه دینی ما (قرآن کریم)، خود دارای این ویژگی است: (لَا يَأْتِيهِ الْبَاطِلُ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَلَا مِنْ خَلْفِهِ تَنْزِيلٌ مِنْ حَكِيمٍ حَمِيدٍ) «باطل از پیش‌رویش و از پشتش در آن راه ندارد و فروفرستاده شده‌ای از سوی حکیم ستوده است» (فصلت: آیه ۴۲). (ذَلِكَ تَنْزِيلُهُ عَلَيْكَ مِنَ الْآيَاتِ وَالذِّكْرِ الْحَكِيمِ) «این‌ها است که ما آن را از آیات و قرآن حکمت‌آمیز بر تو می‌خوانیم» (آل‌عمران: آیه ۵۸). اگر رسانه دینی در هدف و محتوا «حق‌محور» باشد، نوبت به آن می‌رسد که در شیوه‌ها و ابزارها هم حق را مقدم بدارد و با استحکام، اتقان و استدلال در عرصه خبررسانی، خبرسازی و... گام بردارد. دراین صورت، رسانه توان هدایت‌گری خود را بدون آسیب، به ظهور خواهد رساند: (ذَلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ) «آن کتاب

هیچ تردیدی در آن نیست، راهنمای پارسایان است» (بقره: آیه ۲، ۲۳؛ نساء: آیه ۸۲). (الذین یبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللّٰهِ وَ یُخَشَوْنَہُ وَ لَا یُخَشَوْنَ اَحَدًا اِلَّا اللّٰهَ) «کسانی که پیام‌های خدا را می‌رسانند و از او می‌هراسند و از هیچ کس جز خدا نمی‌هراسند» (احزاب: آیه ۳۹).

۵. تربیت دینی: صاحب‌نظران، تربیت دینی را «هر نوع بسترسازی که به شکوفایی ابعاد گوناگون وجود انسان پردازد و آن را در جنبه‌های مثبت بارور سازد» تعریف می‌کنند. در واقع تربیت دینی به معنای به‌کارگیری توانایی‌های آدمی برای نیل به قرب الهی و جهت‌گیری به سمت اهداف متعالی است (امینی، ۱۳۸۰: ۱۵۲). استقرار نگرش جامع توحیدی، در کودک و تنظیم جهت‌گیری او به سوی خداوند، همواره یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های پیام‌آوران الهی و مریبان تربیت دینی بوده و هست: «وَ اِلٰہِکُمْ اِلٰہٌ وَّاحِدٌ لَا اِلٰہَ اِلَّا ہُوَ الرَّحْمٰنُ الرَّحِیْمُ» «و خدای شما، خداوند یگانه‌ای است که غیر از او معبودی نیست. اوست بخشنده مهربان» (بقره، ۱۶۳). امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «احادیث اسلامی را به فرزندان خود آموزش دهید پیش از آنکه مخالفان بر شما سبقت گیرند (کلینی، ۱۴۰۷.ه.ق، ج ۶: ۷۶). هدف تربیت دینی آن است که افراد جامعه را در فهم دین یاری رساند تا آن‌ها بتوانند آگاهانه درباره آن بیندیشند. این کار زمانی ممکن است که اذهان و عواطف آدمی، درهای خود را به روی دین نبندند و تصور نشود که دین چیزی منسوخ و مطالعه آن فاقد ارزش است. بنابراین تنها راه سعادت‌مند شدن انسان، بهره‌مندی او از تعلیم و تربیت دینی است (رحیمی، ۱۳۸۵: ۴۱). رهبر معظم انقلاب درباره تربیت دینی کودکان نظرات خودشان را در قالب سخنرانی‌هایی بیان کرده‌اند که برخی از اصلی‌ترین مؤلفه‌ها در این سخنرانی‌ها به شرح ذیل است:

جدول شماره ۱: مؤلفه‌های تربیت دینی در سخنان رهبر انقلاب

موضوع اصلی	بیانات	تاریخ
لزوم تلاش	مسئله تعلیم و تربیت، مسئله زندگی بخشیدن و ولادت	دیدار معلمان
معلمان برای	بخشیدن به یک مخاطب و یک انسان است. شما تلاش	استان فارس
تعلیم و تربیت	کنید، سعی کنید یک بخشی از زمینی را که خشک به نظر	۸۷/۲/۱۲

	<p>می‌رسد، بکاوید و از آنجا چشمه‌ای جاری شود. اسلام با این چشم به تعلیم و تربیت و به معلم نگاه میکند.</p>	<p>اسلامی</p>
<p>دیدار معلمان استان فارس ۸۷/۲/۱۲</p>	<p>از این مسئله غفلت نکنید که تربیت کردن هم جزء کار شماسست؛ و چه بهتر که با نفوذ معلمی، با تأثیر روحی معلم بر متعلم استفاده کنید و یک نقطه‌ی روشن و نورانی در قلب دانش آموز باقی بگذارید. یک کلمه از خدا، یک کلمه از پیغمبر، یک جمله از قیامت، یک کلمه از معنویت و سلوک الی‌الله و محبت به خدا، گاهی ممکن است از شما به‌عنوان دبیر ریاضی یا دبیر ادبیات یا معلم کلاس اول دبستان یا دوم دبستان صادر شود که شخصیت این کودک یا این نوجوان، این انسانی را که مخاطب شماسست، شکل مطلوب بدهد.</p>	<p>تأثیر عمیق سخنان معلم بر ذهن و روح کودک</p>
<p>جمعی از معلمان استان کرمان ۸۴/۲/۲۱</p>	<p>تشکیل هویت نسل جدید به دست معلم است؛ یعنی حتی نقشی پُررنگ‌تر از خانواده و پدر و مادر. در اکثر موارد حرف معلم بر حرف پدر و مادر در ذهن کودک و نوجوان ترجیح پیدا می‌کند.</p>	<p>القاء تفکر دینی به کودکان با اتکاء بر کارزمای معلم</p>
<p>جمعی از معلمان استان کرمان ۸۴/۲/۲۱</p>	<p>چرا باید ما به کودکان دبستانی زبان انگلیسی یاد بدهیم؟ چقدر دولت انگلیس و آمریکا باید پول خرج کنند تا بتوانند این‌طور آسان زبان خودشان را در میان یک ملت بیگانه ترویج کنند؟ البته بنده با فراگرفتن زبان خارجی صددرصد موافقم؛ نه یک زبان، بلکه ده زبان یاد بگیرند؛ چه اشکالی دارد؟ منتها این کار جزء فرهنگ جامعه نشود.</p>	<p>لزوم اولویت‌گذاری فرهنگی در مدارس</p>
<p>جمعی از معلمان استان</p>	<p>اگر می‌خواهید کار معلمی شما مورد رضای خدا و نسل‌های آینده قرار گیرد و از شما به‌نیکی یاد شود، بچه‌ها</p>	<p>لزوم تربیت دینی کودکان</p>

<p>کرمان ۸۴/۲/۲۱</p>	<p>را متدین بار بیاورید. این فقط کار معلم تعلیمات دینی نیست؛ یک نکته گویی به جا و با یک تک مضراب می تواند تفکر دینی را در اعماق دل شاگرد و مخاطب خود جا دهد تا یادش نرود. گاهی حتی بیش از معلم دینی می تواند اثر بگذارند.</p>	<p>توسط معلم در هر جایگاهی</p>
<p>جمعی از معلمان استان کرمان ۸۴/۲/۲۱</p>	<p>هدف های کلان ما ارتقاء معرفت دینی روشن بینانه است. من روی عنوان «روشن بینانه» تکیه می کنم. معرفت دینی باید ارتقاء و گسترش پیدا کند؛ اما یک معرفت روشن بینانه، آگاهانه و رفتار دینی مخلصانه. رفتارهای دینی می تواند ریاکارانه و ظاهر سازانه یا مخلصانه باشد. ما باید مردم را به رفتار و عمل دینی بکشانیم و این عمل، مخلصانه از آن ها صادر شود.</p>	<p>ارتقاء معرفت دینی با رفتار دینی مخلصانه</p>
<p>مسئولان سازمان صد او سیما ۸۳/۹/۱۱</p>	<p>بیان و تبیین دینی باید شبهه زدا، روشن، قوی، هنرمندانه و متنوع و در همه سطوح، صحیح باشد. درست است که تبیین دینی نخبگان، در سطح متوسط، در سطح پایین و در سطح کودکان است، اما همان چیزی که در سطح کودکان است، به طور مطلق باید صحیح باشد.</p>	<p>لزوم تبیین دینی شبهه زدا، روشن و متنوع برای کودکان</p>
<p>اجتماع زنان خوزستان ۷۵/۱۲/۲۰</p>	<p>علت این که اسلام این قدر به نقش زن در داخل خانواده اهمیت می دهد این است که زن اگر به خانواده پایبند شد، علاقه نشان داد، به تربیت فرزند اهمیت داد، آن ها را شیر داد، آن ها را در آغوش خود بزرگ کرد، برای آن ها آذوقه های فرهنگی - قصص، احکام، حکایت های قرآنی، ماجراهای آموزنده - فراهم کرد و در هر فرصتی به فرزندان خود مثل غذای جسمانی چشانید، نسل ها در آن جامعه، بالنده و</p>	<p>توجه به نقش زن در تربیت دینی کودکان</p>



	رشید خواهند شد.	
جمعی از مسئولان وزارت آموزش و پرورش ش ۷۰/۱۰/۲۵	به اعتقاد من، آن چیزی که امروز بیش از همه باید در آموزش و پرورش ما به آن توجه بشود، اعتقاد اسلامی و عمل اسلامی است که در دانش آموزان باید احیاء گردد. باید این طور باشد که اگر کودکی از یک خانواده بی اعتقاد و بی مبالات نسبت به عمل و اعتقاد اسلامی به مدرسه می آید باید این جا آن خلأها جبران بشود؛ یعنی این کودک، هم در علم، هم در عمل، هم در اعتقاد، به یک آدم متدین تبدیل شود؛ باید همت این باشد.	احیاء اعتقاد و عمل اسلامی در کودکان از هر طبقه ای
مسئولان وزارت آموزش و پرورش ش ۷۰/۱۰/۲۵	در مدارس، همت باید بر این باشد که بچه ها از لحاظ دینی - هم در قلمرو اعتقاد، هم در قلمرو تربیت و اخلاق، هم در قلمرو تعبد عملی - انسان های مسلمان بار بیابند؛ این، علاج و اساس کار ماست. البته روحیه دانش دوستی، جزء تربیت های اسلامی است؛ یعنی اگر ما بخواهیم اخلاق اسلامی را گسترش بدهیم، این هم در آن هست.	لزوم برنامه ریزی جهت تربیت دینی در مدارس
جمعی از مسئولان وزارت آموزش و پرورش ش ۷۰/۱۰/۲۵	سرلوحه و محور برنامه های آموزش و پرورش در تنظیم کتاب، در تربیت معلم، در نظارت بر کار بخشهای مختلف آموزش و پرورش، در نظارت بر کار آموزش دهندگان و داخل مدارس باید بر این باشد که ببیند آیا تفکر اسلامی منتقل می شود، یا نه؛ انسان سازی بر مبنای اسلام و مسلمان سازی کودکان در این مدارس انجام می گیرد، یا انجام نمی گیرد. هر چه ما در این جهت کمبود داریم، بایستی همت کنیم و آن کمبود را برطرف نماییم.	نظارت بر عملکرد آموزش و پرورش جهت حرکت در راستای مسلمان سازی کودکان

<p>دیدار شاعران ۹۲/۵/۱</p>	<p>من یک توصیه‌ی دیگر هم دارم توجه به شعر کودک که متضمن مفاهیم حکمت اسلامی و حکمت سیاسی باشد، به نظر ما یکی از کارهای لازم است و امروز یک مقداری جایش خالی است. شعر کودک و کتاب کودک و نوجوان از جمله بخش‌های مهمی است که امروز مورد توجه است.</p>	<p>استفاده از شعر جهت القاء مفاهیم دینی به کودک</p>
<p>دیدار جمعی از روحانیون استان همدان ۸۳/۴/۱۵</p>	<p>یکی از مهم‌ترین نقاط تلاش‌های غرب، افکار دینی و به‌خصوص افکار اسلامی است. شما شاید شنیده باشید که در سرزمین فلسطین به‌وسیله صهیونیست‌ها یا در امریکا کنفرانس‌های شیعه‌شناسی تشکیل می‌شود و کسانی روی آراء و لایه‌های فکری و شکل اجتماعی شیعیان پژوهش می‌کنند؛ این برای این است که بتوانند با شیعه مبارزه کنند.</p>	<p>حفاظت از اصول دین در مقابل مهاجمان</p>
<p>دیدار معلمان و فرهنگیان ۹۸/۲/۱۱</p>	<p>آموزش و پرورش باید بتواند انسان‌هایی تربیت کند دانا، توانا، خردورز، پارسا، پرهیزکار، پاکدامن، کارآمد، مبتکر، شجاع، اهل اقدام باشند و از دشمن ترسند، از تهدید ترسند، خواب‌رفتگی و غفلت پیدا نکنند؛ انسان‌های این‌جوری تربیت کند. تربیت یک‌چنین انسان‌هایی، یک‌چنین جوان‌هایی، پایه‌ی اصلی ایران سربلند فردا و تمدن نوین اسلامی است.</p>	<p>تربیت نسلی آگاه، متدین و شجاع در برابر تهدیدات دشمنان</p>
<p>دیدار معلمان و فرهنگیان ۹۸/۲/۱۱</p>	<p>نوع کاری که در دانشگاه شهید رجایی انجام می‌گیرد بایستی موجب تربیت دینی و انقلابی معلمان باشد. کاری کنید که مدرسه و کلاس، از معلم بهره‌مند بشود که خود این معلم به‌معنای واقعی کلمه معلم دین و تقوا و پارسایی و انقلاب باشد. فشار این و آن را هم قبول نکنید؛ زیر فشار</p>	<p>لزوم توجه به اعتقادات دینی در انتخاب معلم</p>

[قرار نگیرد]، مّر قانون را رعایت کنید، بر طبق قانون حرکت کنید.
--

۶- نظریه‌های نسبت رسانه و دین: دیدگاه‌های مختلفی به تعامل دین و رسانه در نوع، میزان و چگونگی آن وجود دارد. با بررسی ریشه‌ها و رویکردهای اصلی نظریات مختلف در این باب می‌توان آن را بر مبنای چند رویکرد (پارادایم) اصلی که رواج آن‌ها بستگی زیادی به شرایط تاریخی، سیاسی و اجتماعی جوامع داشته است، دسته‌بندی نمود:

۶-۱. رویکرد ذات‌گرایا ابزارگرا (۱۹۳۰-۱۹۴۰): در این نظریه که توسط متفکرانی چون ترنر^۱ به کار گرفته شده، رسانه به‌عنوان ابزاری برای مدرن کردن و نوسازی جامعه تلقی شده و معتقد است که دین و رسانه دو امر جدا بوده و هر یک کار خود را می‌کنند. پدیده‌های رسانه‌ای پیوندی انکارناپذیر با فرهنگ عامه‌پسند دارند، به‌همین خاطر، تا مدت‌ها نه عالمان دین و نه پژوهشگران دین جایگاه ارزشمندی برای مطالعه پدیده‌های رسانه‌ای و به‌طورکلی پدیده‌های مرتبط با آن قائل نبودند. این دو گروه از دو موضع متفاوت این پدیده‌ها را طرد می‌کردند (معمدنژاد، ۱۳۵۵: ۶۹).

۶-۲. رویکرد کارکردگرا (۱۹۷۰-۱۹۴۰): در رویکرد کارکردگرا نوعی تعامل میان رسانه و دین پدید آمد. دین می‌تواند کارکردی برای رسانه داشته باشد و آن فراهم کردن محتوا، ارزش‌ها و نمادها است. در مقابل، رسانه نیز به تبلیغ دین و گسترش پیام آن کمک می‌کند. بنابراین، دیدگاه کارکردگرایانه می‌کوشد به‌سازشی مسالمت‌آمیز میان رسانه و دین برسد و نقشی تفکیک‌شده برای هر یک داشته باشد. با پیدایش این دیدگاه، بحثی با عنوان کلیسای الکترونیکی در سال ۱۹۴۰م. مطرح شد که طی آن مبلغین کلیسایی به استودیوها آمدند و به اجرای برنامه‌های تلویزیونی و تبلیغات مذهبی مشغول شدند. آن‌ها حتی شبکه‌های دینی راه انداختند و به معرفی رسالت مذهبی خود پرداخته و درواقع، نوعی دیدگاه کارکردگرایانه را میان این دو حوزه برقرار کردند (گیویان، ۱۳۸۶: ۶۷).

۳-۶. **رویکرد فرهنگ‌گرا (۱۹۸۰-۱۹۹۰):** در دیدگاه فرهنگ‌گرا، رسانه دیگر ابزار نیست؛ بلکه رسانه در اینجا از معانی مشترکی استفاده می‌کند که به‌ضرورت دین نیست و درواقع، حوزه فرهنگ است. بنابراین در آن، نوعی استقلال رسانه از دین پدید می‌آید. درواقع، بحث‌ها کم‌کم به این سمت می‌رود که رسانه می‌تواند حتی به جای دین، نقش میانجی‌گری را در جوامع معاصر ایفا کند (اسمیت، ۱۳۸۳: ۲۴).

در این نگاه، نمادها در ارتباط با نهادهای اجتماعی و گروه‌های انسانی توضیح داده نمی‌شوند، بلکه «فرهنگ» به‌عنوان مقدم‌ترین سطح از معنا، ارزش‌ها و نگرش‌هایی تفسیر می‌شود که به شکلی مؤثر در کار شکل‌بخشی به سازمان‌های اجتماعی هستند (گیویان، ۱۳۸۶: ۶۵).

۴-۶. **رویکرد نوزادگر (۱۹۹۰ تاکنون):** پارادایم نوزادگرایی رسانه می‌گوید که رسانه نمی‌تواند دین را تعریف کند، چراکه خود تصویرساز بوده و نماد می‌آفریند و این به نوعی سکولار کردن امری قدسی است. درواقع، رسانه به دلیل آنکه نمادهای دینی را پایین آورده و نمایشی می‌کند، خود حاوی وجهی سکولار است. علاوه‌بر آن، رسانه در جهان معاصر مروج نوعی فرهنگ نمایش‌سالاری بوده که در نتیجه آن، فرهنگ بصری در جوامع، سلطه بیشتری یافته است (گیویان، ۱۳۸۶: ۶۸).

۵-۶. **رویکرد نمادگرایی خلاق:** به‌عنوان یک رویکرد جدید در عرصه تعامل دین و رسانه: ممکن است با رویکردی فلسفی و از منظری جوهر‌گرا برای هر یک از دین و رسانه، ذاتی قائل شد و سپس نسبت این دو را تحلیل کرد. این نظریات تعامل دین با رسانه را قبول می‌کند اما رسانه را در خدمت دین دانسته و وسیله‌ای برای گسترش و توزیع پیام دین می‌داند (آذری، ۱۳۸۴: ۱۹).

۶-۶. **رویکرد تضاد و تباین دین و رسانه:** این رویکرد معتقد است دین یک نهاد سنتی است که به توزیع معرفت می‌پردازد و باید به آن مثل سایر نهادهای سنتی نگریسته شود، اما رسانه مفهومی مدرن است که دارای کارکردهای سرتاسر جدید بوده و با دین تباین دارد ولی همانند دین به توزیع معرفت پرداخته و به رابطه انسان با محیط پیرامون خود شکل

می‌بخشد. در این رویکرد، رسانه در دنیای جدید، رقیب دین است و می‌کوشد جای دین را بگیرد (گیویان، ۱۳۸۶: ۶۹).

بحث پیرامون نتایج

بحث در مورد نتایج به دست آمده از بررسی تعاملات دین و رسانه با پاسخ به پرسش‌های پژوهش ادامه می‌یابد.

پاسخ به پرسش اصلی: مصادیق تعاملات رسانه و دین

مصادیق‌های عینی و ملموس همکاری دین و رسانه در راستای اهداف در نظر گرفته‌شده تربیتی عبارتند از:

الف. بسط نفوذ دین: رسانه می‌تواند دین را در تلاش برای جذب مخاطبان جدید، تعمیق باورهای مؤمنان، بسط قلمرو و نفوذ به عرصه‌ها و ساحت‌های گوناگون حیات فردی و اجتماعی کمک کند. رسانه همچنین، ورود دین به عرصه‌هایی همچون امور تجاری و تبلیغی که در ظاهر تمایل چندانی به ورود بدان ندارد را تسهیل می‌کند (پورطهماسبی و پورطهماسبی، ۱۳۹۱: ۱۶۶).

ب. گفتمان دینی: رسانه و فناوری‌های نوین با توجه به خصیصه گفتمان و در اختیار داشتن فرارسانه‌هایی چون کامپیوتر، اینترنت، ماهواره‌ها و سایر رسانه‌های دیجیتال نوین در فرایند تربیت، منجر به نهادینه کردن دین می‌شود. به طوری که با استفاده از این امکانات، محیط چندرسانه‌ای (مولتی مدیا) را ایجاد کرده و با ترکیب انواع نوشته و متن، صدا، تصویر و ... محیط معنوی مناسب و ایده‌آلی را پدید می‌آورد و در این گفتمان دینی، با گفتگو (دیالوگ) و تبادل آراء و مذاکره از طریق رسانه‌ها، زمینه تجربه دینی و به طبع تربیت دینی میسر می‌شود (زارعان، ۱۳۷۹: ۱۳).

ج. تبلیغ هرچه بیشتر دین: به بیان برخی نویسندگان، دین‌داران از سال‌های پایانی دهه ۱۹۹۰ به دادوستد اطلاعات مذهبی بر روی بزرگراه‌های اطلاعاتی پرداخته‌اند. عموم مذاهب

و آیین‌های معنوی، روی شبکه جهانی چندین مرکز اطلاعاتی دارند. هزاران فرد یا مؤسسه که میان آن‌ها معابد متروک نیز هست، به نوعی به آموزش‌های معنوی از طریق رایانه مشغول هستند. فرار گرفتن متون اسلامی در این شبکه‌ها، نمایانگر تمایل دین‌داران به استفاده از هر نوع ابزار رسانه‌ای است (محمدی، ۱۳۸۲: ۹۱).

د. تبلیغ دین با قرائت‌های متکثر: دست‌یابی گسترده دین‌مداران و علاقه‌مندان تبلیغ دین به رسانه‌های گوناگون دارای قابلیت‌ها و ظرفیت‌های متنوع، امکانات وسیع و روزافزونی را برای پراکنش پیام دین با قرائت‌ها و روایت‌های گوناگون، اعم از رسمی و غیررسمی متناسب با نیاز و تقاضای مخاطبان و اقتضائات محیط فراهم ساخته است. از این رو، دست‌یابی آسان، امکان بهره‌گیری همگانی و تنوع قابلیت‌های رسانه‌ای، زمینه پویایی برای رواج فهم‌ها، قرائت‌ها، تفسیرها و الگوهای فکری گوناگونی، متکثر از آموزه‌ها و تعالیم دین فراهم ساخته است (شرف‌الدین، ۱۳۸۷: ۳۶).

ه. بازتولید پیام‌های دین در قالب‌های جدید: از نگاه برخی، رسانه را باید به‌عنوان یک فضای جدید، یعنی جایگاه و مکانی ویژه که خلق یک متن جدید دینی را در خود می‌پروراند، ملاحظه کرد؛ جایگاهی بدون شک متفاوت و گاه نوین که نمادهای جدید تقدس را با ظرفیت‌ها و معانی جدید می‌آفریند. این فضا، سبک‌های جدیدی را برای ارائه و نمایش آن تعریف می‌کند. در واقع کار رسانه، ایجاد و خلق یک متن جدید، در فضای جدید است (مهری، ۱۳۸۶: ۴۲).

و. تقویت روح جمعی: رسانه‌های فراملی و فرامنطقه‌ای همچون ماهواره‌ها و اینترنت می‌توانند وجدان جمعی و احساس تعلق مشترک مؤمنان ساکن در مناطق گوناگون و پراکنده در گوشه‌وکنار جهان را تقویت کرده و به بازیابی هویت دینی آن‌ها، فراسوی هویت‌های متنوع دیگر کمک کنند. وحدت و پیوستگی آن‌ها را بر پایه اصول مذهبی مشترک، به‌رغم فاصله‌های مرئی و نامرئی تشدید کنند و امکان تأثیرگذاری آن‌ها بر فرایندهای موجود جامعه جهانی را افزایش دهند.

ز. ایجاد زمینه برای احساسات و تجربه دینی: تجربه دینی، نوعی احساس و دریافت

شهودی است که تحت تأثیر ارتباط و جذب مستمر پیام‌های قدسی، تجربه حضور در مکان‌ها و زمان‌های خاص و مشارکت فعال در انجام اعمال عبادی و معنوی برای مؤمنان حاصل می‌شود. نمایش‌های معنوی تلویزیونی در ایجاد و تشدید هم‌نوایی و هم‌دلی مخاطب، نقش محوری دارند (باربرو، ۱۳۸۵: ۱۵۲).

ح. بازیابی و خلق نمادهای مقدس: از جمله اقدامات رسانه‌ها، خلق نمادهای مقدس و بسط سپهر تقدس به اشیا و پدیده‌های عادی است. به بیان برخی محققان، فلان قطعه از زمین، روستای زادگاه، معبد و کلیسای مقدس، قدرت افسون‌گری خود را از دست داده‌اند. در عوض، این رسانه‌های گروهی هستند که به خلق نمادهای مقدس می‌پردازند و قبیله کوچ‌نشین جوانان با این توت‌م‌ها، احساس هویت می‌کند و می‌آموزد که چگونه هر مکانی را که برای استقرار و اسکان برمی‌گزیند، مقدس و سحرآمیز کند (باربرو، ۱۳۸۵: ۹۲).

ط. بسترسازی برای ایجاد تحول روحی: فیلم و برنامه‌های نمایشی در صورت بهره‌گیری از جاذبه‌های معنوی و عرفانی، پردازش‌های رسانه‌ای مناسبی برای پخش در اوقات ویژه و همچنین قدرت زیادی برای ایجاد تکانه‌های روانی مثبت و زمینه‌سازی برای تحول روحی در افراد دارند. به بیان ترنز، فیلم و سایر رسانه‌ها، افراد را وارد مرحله آستانه‌ای می‌کنند که طی آن از زندگی روزمره خود فاصله گرفته و برای تحول آمادگی می‌یابند. این امر باعث می‌شود تا مراسم عبادی در جامعه، نه نقش محافظه‌کارانه، بلکه نقش خلاق ایفا کنند (هورر، ۱۳۸۶: ۴۰).

ی. اطلاع‌رسانی و اطلاع‌یابی از ادیان گوناگون: با وجود رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی نظیر ماهواره، اینترنت و... افراد در جوامع مختلف، بیشتر از هر زمان دیگری توانسته‌اند راجع به دین‌ها و فرهنگ‌های مختلف آگاهی یابند و افق دید پیروان یک دین را نسبت به وضعیت سایر ادیان بسط داده و به طبع در افزایش واقع‌بینی آن‌ها از یکدیگر و کاهش پیش‌داوری‌های تعصب‌آلود مؤثر خواهد بود. رسانه‌ها می‌توانند به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای تقویت جهان‌گستری با استفاده از آموزه‌های دینی در قالب نیازهای هزاره جهانی، بازتعریف و تجدیدساختار ایجاد کنند (رضایی‌زارچی، ۱۳۸۵: ۲۶۴).

ک. الگوآفرینی دینی: از ویژگی‌های رسانه اسلامی، آفرینش الگو و نماد تربیتی-دینی است؛ رسانه اسلامی با توجه به رسالت دینی و اسلامی خود، نه تنها از ارائه خشونت طلبی، مصرف‌گرایی و ... جلوگیری می‌کند بلکه آن را نفی می‌کند. رسانه اسلامی با خلق کتاب‌ها، فیلم‌ها و بازی‌های رایانه‌ای و ... به خلق اسطوره تربیت دینی می‌پردازد. رسانه اسلامی با تبعیت از سیره ائمه اطهار علیهم‌السلام و با ارائه تصویری از زندگانی آن‌ها همچون ساده‌زیستی علی علیه‌السلام، واقعه کربلا و قیام حسینی، مباحث علمی امام صادق علیه‌السلام و با نمایش زحمات و مصائب پیامبر اعظم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم و حضرت علی علیه‌السلام، سایر دلاوران عرصه دین اسلام به ارائه الگو می‌پردازد (جوادی‌یگانه، ۱۳۸۶: ۸۱).

پاسخ به پرسش فرعی اول: تأثیرگذاری دین بر رسانه شامل چه مواردی است؟

دین نه تنها از رسانه برای اشاعه ارزش‌های مورد تأیید خود بهره می‌برد، بلکه بر دیگر کارکردهای رسانه و شیوه رفتار آن هم تأثیر می‌گذارد. میزان این تأثیر به نفوذ دین و حوزه‌ای بستگی دارد که دین برای مداخله و صدور حکم خود، صالح می‌داند. بنابراین، دینی که خود را مسئول تنظیم همه بخش‌های زندگی فردی و اجتماعی بشر می‌داند، به خود حق می‌دهد که در همه عرصه‌های کار رسانه‌ای دارای قواعد ارشادی یا الزامی باشد (اسماعیلی یزدی، ۱۳۸۳: ۱۰).

مطالبی که در ادامه می‌آید بخشی از موارد اثرگذاری دین بر رسانه هستند:

الف. دین همچون قطب‌نمایی می‌تواند جهت و مسیر درست را به رسانه نشان دهد و به این وسیله آن را از نقاط منفی بر حذر دارد و به سمت وسوی مشخص و متعالی، رهنمون شود. اقداماتی همچون اقتناع‌سازی منفی، ذهن‌شویی و تلقین، اغوا و فریب، دروغ‌پردازی و شایعه‌پراکنی، تحریف و سانسور غیرموجه، ورود به حریم خصوصی افراد، تبلیغات مصرف‌گرایانه، جنگ روانی، تخریب ارزش‌ها، ترویج منکرات، دامن‌زدن به انحرافات و کج‌روی‌ها، سرگرم‌سازی غفلت‌انگیز، کلیشه‌سازی، تقویت فردگرایی افراطی، مسئولیت‌زدایی از توده‌ها، اخلال در نظم اجتماعی و امنیت عمومی، مخفی‌کاری و توجیه

مظالم ارباب قدرت، دین‌ستیزی و دین‌گریزی و... از شایع‌ترین آسیب‌های رسانه‌ای است که دین در برابر آن مواضع قاطع و صریحی گرفته است (شرف‌الدین، ۱۳۸۷: ۳۴).

ب. دین بر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، چیدمان زیرساخت‌ها، تبیین رسالت، تعیین راهبرد و نگرش رسانه اثر گذاشته و به آن جهت می‌دهد. البته این جهت‌دهی در ادامه بر محتوای رسانه اثر می‌گذارد و محتوای رسانه هم پس از رسیدن به مخاطب، باعث اثرگذاری بر وی می‌شود و به رفتار و کردار او جهت می‌دهد.

ج. دین می‌تواند به رسانه مشروعیت ببخشد. فناوری، به‌خصوص فناوری رسانه‌ای، جزء جهان سکولار به‌شمار می‌آید، اما همین که برای تبلیغ مسیحیت و انجیل به‌کار می‌رود، تقدس می‌یابد. رسانه‌ها مواهب مقدس خداوند در عصر آخرالزمان هستند و ادبیات جذاب و شورآفرین آنان، خود نمادی مقدس است. درخواست از مخاطبان برای استفاده از تلویزیون به نیت کسب نیروی معنوی به‌معنای بسط و گسترش این نمادگرایی است.

د. دین به واسطه رهنمودهای اخلاقی و متعالی، موجب رشد و تعالی رسانه می‌شود و در نتیجه سطح فرهنگ، اندیشه و کردار جامعه را ارتقا می‌دهد و موجبات تعهد و مسئولیت‌پذیری رسانه در قبال جامعه را فراهم می‌کند. از آنجایی که دین و فرهنگ ارتباطی منطقی با یکدیگر برقرار می‌کنند؛ دین می‌تواند سبب غنای اندوخته فرهنگی جامعه شود و خود نوعی میراث فرهنگی به‌شمار آید. میراثی که به‌واسطه رسانه از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود (وایت، ۱۳۸۵: ۸۱).

پاسخ به پرسش فرعی دوم: رسانه در خدمت دین چه کارکردهایی دارد؟

فرصت‌های منحصر به فردی که رسانه‌ای شدن در اختیار دین قرار می‌دهد بسیار حائز اهمیت هستند. رسانه می‌تواند با قدرت خود، تأثیر مستقیم در نوع و کیفیت آموزش در سطحی بسیار وسیع داشته باشد. استفاده صحیح و اصولی از قدرت رسانه، در راستای نهادینه‌سازی آموزه‌های دینی در تربیت کودکان از اصلی‌ترین منافع است که رسانه برای دین دارد. برخی از این کاربردها عبارتند از:

الف. افزایش مخاطبان در سطح بسیار وسیع: وقتی صحبت از تأثیرات عمیق و سریع

فرهنگی حاصل از فعالیت رسانه‌ای به میان می‌آید می‌توان گفت که کثرت چند صد برابری مخاطبان چنان قدرتی به رسانه می‌دهد که تفاوت‌های ماهوی با رسانه‌های سنتی پیدا می‌کند به خصوص نظر به ویژگی‌های پیام دینی که همواره در یک بافت معنوی ارائه می‌شود، این تغییرات بیشتر جلب توجه می‌کند.

ب. رسانه‌های امروزی واجد خصیصه تعمیم‌دهی و عمومی کردن هستند. به نحوی که ارائه ارزش‌های دینی از طریق آن‌ها در بسیاری موارد منجر به بسط و توسعه همه‌جانبه آن‌ها می‌شود و از همین طریق می‌توان بسیاری از اعتقادات، احکام و اخلاق را در جامعه به‌عنوان هنجار مطرح کرد.

ج. استفاده از ویژگی آموزشی رسانه در امور دینی چیزی نیست که بتوان از کنار آن به سادگی عبور کرد. بسیاری از آموزش‌ها ناظر بر اعتقادات، احکام و اخلاق دینی با جذاب‌ترین و تأثیرگذارترین روش‌ها در رسانه قابل ارائه است (موسوی مهر، ۱۳۹۳: ۱۷۸).

پاسخ به پرسش فرعی سوم: تعاملات دین و رسانه در تربیت کودکان شامل چه مؤلفه‌هایی است؟

باتوجه به مؤلفه‌هایی که رهبر انقلاب در رابطه با تربیت دینی بیان کردند می‌توان نتیجه گرفت که در نظر گرفتن این سرفصل‌ها به‌یقین در موفقیت سیستم آموزشی در نیل به اهداف تربیت دینی کودکان مؤثر خواهد بود.

- لزوم تلاش معلمان برای تعلیم و تربیت اسلامی
- تأثیر عمیق سخنان معلم بر ذهن و روح کودک
- القاء تفکر دینی به کودکان با اتکاء بر کاریزمای معلم
- لزوم اولویت‌گذاری فرهنگی در مدارس
- لزوم تربیت دینی کودکان توسط معلم در هر جایگاهی
- ارتقاء معرفت دینی با رفتار دینی مخلصانه
- لزوم تبیین دینی شبهه‌زدا، روشن و متنوع برای کودکان

- توجه به نقش زن در تربیت دینی کودکان
- احیاء اعتقاد و عمل اسلامی در کودکان از هر طبقه‌ای
- لزوم برنامه‌ریزی جهت تربیت دینی در مدارس
- نظارت بر عملکرد آموزش و پرورش جهت حرکت در راستای مسلمان‌سازی کودکان
- استفاده از شعر جهت القاء مفاهیم دینی به کودک
- حفاظت از اصول دین در مقابل مهاجمان
- تربیت نسلی آگاه، متدین و شجاع در برابر تهدیدات دشمنان
- لزوم توجه به اعتقادات دینی در انتخاب معلم

از سوی دیگر تربیت صحیح با کمک ابزارهای مختلف به‌ویژه رسانه، یکی از راه‌های کلیدی در مسیر توسعه و ترویج فعالیت‌های دینی است (واعظی و کریمی، ۱۳۹۴: ۴۲).

باتوجه به مباحث مطرح شده می‌توان گفت تلاقی میان رسانه و دین از اواسط قرن بیستم توجه پژوهش‌گران و دانشمندان را به خود جلب کرد. از مدت‌ها پیش کتابشناسی جامعی که فهرستی از کتاب‌های راهنمای نحوه اجرای این پژوهش را ارائه می‌داد، وجود داشت ولی نخستین اثر قابل توجه اجتماعی-علمی در سال ۱۹۵۵م. پدیدار شد و نقطه عطفی در مطالعات دین در رادیو و تلویزیون بود (پارکر، باری^۱ و اسمیت^۲، ۱۹۵۵). تاریخ نشان می‌دهد تا دهه ۱۹۶۰م. همواره نوعی انفکاک میان این دو حوزه و پژوهش‌های مربوط به آن وجود داشته است. از این دوره به بعد است که تحت‌تأثیر عواملی، تعامل میان این دو واقعیت، دو متن، دو نهاد یا دو عنصر فرهنگی رفته‌رفته، دست‌مایه بررسی‌های علمی و تأملات محققانه واقع شد و نقطه تلاقی‌ها و سطوح تماس بالفعل یا بالقوه این دو از منظرهای مختلف (فلسفی، روان‌شناختی، جامعه‌شناختی، فرهنگی، حقوقی، اخلاقی، زبان‌شناختی و هنری) بررسی شد (شرف‌الدین، ۱۳۸۷: ۱۶). از نگاه رسانه‌ای، مفاهیم و آموزه‌های دینی، پیام‌هایی

هستند که در قالب‌هایی چون نوشتار و گفتار منتقل و منتشر می‌شوند. همچنین مخاطبان این پیام، توده مردم و جامعه هستند. وسیله انتشار این پیام در ابتدای امر، فرهنگ و پس از آن رسانه است که با ابزارهای مختلف آن را افزایش می‌دهد.

در نهایت، جامعه آموزه‌های دینی را به کار بسته و رشد و تعالی می‌یابد. از طرفی مالکین رسانه، همواره به قدرت و نفوذ دین در جامعه توجه داشته‌اند و پی برده‌اند که بدون توسل به آموزه‌ها و فرهنگ دینی، نمی‌توان در جامعه نفوذ کرد و محتوای مورد نظر را به گوش مخاطب رساند. بنابراین فرهنگ دینی همواره به نوعی بر محتوا و مطالب رسانه‌ها اثر می‌گذارد و به‌عنوان متغیری مستقل، نقش مهمی در جهت‌دهی به رسانه‌ها داشته است. از این رو، می‌توان نتیجه گرفت که برخلاف کشمکش‌هایی که در بدو تولد رسانه بین این دو نهاد وجود داشت، امروزه شاهد هستیم که این دو عنصر مهم جامعه، به نوعی همزیستی و تعامل با یکدیگر دارند و هریک با بهره‌گیری از دیگری، به فرآیند بازتولید و رشد خود ادامه می‌دهد. امروزه ادیان به‌ویژه مسیحیت، نگاهی تیزبینانه به رسانه داشته، به طوری که مرکز مسیحیت کاتولیک، در پیش گرفتن موضعی کاملاً مثبت و مشوقانه، رسانه‌ها را هدایای الهی دانسته، در عین تأکید بر مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها، نهاد کاتولیک را به استفاده صحیح از فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ها ملزم کرده است (همان: ۳۵).

نتیجه‌گیری

باتوجه به اینکه بحث تربیت کودک از اساسی‌ترین مباحث مطرح در جوامع محسوب می‌شود، بدیهی است عوامل تأثیرگذار بر آن نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از نتایج این پژوهش و پژوهش‌های مشابه می‌توان دریافت که احاطه مطلق والدین بر تربیت کودک به پایان رسیده و رسانه (به‌خصوص رسانه‌های تصویری) نقش پررنگ‌تر و فعال‌تری در این زمینه ایفا می‌کند. لحاظ نمودن نکات تربیتی مدنظر والدین، بستگی به سیاست‌های رسانه‌ای دارد که به‌طور مستقیم توسط حکومت اعمال می‌شود. معمولاً رسانه‌ها با توجه به نوع حکومت و ایدئولوژی حاکم بر جامعه، خط‌مشی خود را تعیین می‌کنند و مسلم است که در جوامع

اسلامی مثل ایران، رسانه در راستای تعالی کودک و مطابق با معیارهای انسانی و الهی حرکت می‌کند. در واقع، هدف از تربیت دینی کودکان، رشد و بالندگی جامعه اسلامی است. کودکانی که آینده و فردای جامعه اسلامی را رقم خواهند زد. بنابراین، آموزه‌های دینی باید به هر صورت ممکن در اختیار تربیت آنان قرار بگیرد. رسانه در این مورد می‌تواند کمک بسیار مؤثری برای ترویج و فهم آموزه‌های دینی کند. باید سیاست‌های رسانه‌ای به‌نحوی تنظیم شود که کودکان از طریق رسانه‌هایی که به آن‌ها علاقمند هستند مورد آموزش قرار بگیرند و البته لزوم استفاده از قالب‌های رسانه‌ای جذاب نیز اصلی انکارناپذیر در دستیابی به اهداف تربیت دینی کودکان است. از طرف دیگر، رسانه نیز تحت لوای مفاهیم دینی، مشروعیت می‌یابد و به اهداف خود که از جمله دستیابی به مخاطب هرچه بیشتر است نزدیک‌تر می‌شود. در خاتمه پیشنهاداتی باتوجه به نتایج حاصل از پژوهش ارائه می‌شود:

به نظر می‌رسد در رابطه با تحکیم مبانی اعتقادی از سنین خردسالی و نهانینه کردن آن در جامعه، راه بسیار سختی در پیش روی متولیان امر باشد. برخوردهای ناصحیح و غیراصولی برخی بنیادگرایان به نام دین، لطمه بزرگی بر نگرش عامه مردم به امور دینی وارد آورده است. بنابراین پیشنهاد می‌شود:

الف) کارگروهی متشکل از روحانیون و دانشگاہیان با هدف تحکیم مبانی اعتقادی در کودکان و نوجوانان تشکیل شده و با حمایت دولت و مجلس، آئین‌نامه‌هایی را در این رابطه به تصویب برسانند.

ب) در رابطه با تبلیغات دینی، حتماً ردیف بودجه توسط دولت در نظر گرفته شده و توسط افراد صالح صرف اهداف دین‌پذیری کودکان و نوجوانان گردد.

ج) از هرگونه برخورد خشونت‌بار و با اجبار در مدارس جهت انجام فرایض دینی خودداری شود.

د) روشن‌گری دینی و تبیین تمایز میان بنیادگرایی و اعتدال‌گرایی در دین اسلام در منابع درسی دانش‌آموزان قرار گیرد. ه) ساخت برنامه‌های جذاب با مضمون مذهبی در دستور متولیان رسانه ملی قرار گیرد.

منابع

۱. قرآن کریم
۲. احسانی، حمیده (۱۳۹۶). نقش و تأثیر رسانه‌ها در تربیت اجتماعی و دینی کودکان، نوجوانان، جوانان و خانواده. دو ماهنامه نخبگان علوم و مهندسی، ۲(۶)، ۱۰-۲۰
۳. اسلامی، محمدتقی؛ دبیری، احمد؛ علی‌زاده، مهدی (۱۳۹۰). اخلاق کاربردی: چالش‌ها و کاوش‌های نوین در اخلاق عملی. قم: پژوهشگاه علم و فرهنگ اسلامی.
۴. اسماعیلی‌یزدی، عباس (۱۳۸۳). فرهنگ تربیت. قم: مسجد مقدس جمکران.
۵. اسمیت، فیلیپ (۱۳۸۳). درآمدی بر نظریه‌های فرهنگی. ترجمه: حسن پویان. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها.
۶. امامی‌میبدی، مهدی‌دخت؛ ناصری‌وراعون، موسوی‌بفروئی؛ فلاح‌زاده ابرقونی (۱۳۹۹). تربیت کودک. سومین همایش ملی سبک زندگی و سلامت، اسفند ۱-۲، (۱-۱۴). یزد: دانشگاه آزاد اسلامی.
۷. امینی، ابراهیم (۱۳۸۰). اسلام و تعلیم و تربیت (جلد ۲). تهران: انتشارات اولیاء و مربیان جمهوری اسلامی ایران.
۸. آذری، غلامرضا (۱۳۸۴). اصول و مبانی ارتباطات انسانی-جمعی. تهران: اداره کل آموزش دانشگاه صداوسیما.
۹. باربرو، جیزس مارتین (۱۳۸۵). رسانه‌های گروهی به‌مثابه جایگاه مقدس‌سازی دوباره فرهنگ‌های معاصر. ترجمه: مسعود آریایی‌نیا. تهران: انتشارات صداوسیما.
۱۰. بیچرانلو، عبدالله؛ حاجی‌محمدی، علی (۱۳۹۳). تعامل دین و رسانه در فضای نوین رسانه‌ای. قم: صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی.
۱۱. پورطهماسبی، سیاوش؛ پورطهماسبی، سعید (۱۳۹۱). رویکرد اسلامی در بهره‌گیری از رسانه‌های پست مدرن در تربیت دینی. پژوهش‌نامه تربیت تبلیغی، ۱(۲)، ۱۴۷-۱۷۹.
۱۲. تاجیک اسماعیلی، سمیه (۱۳۹۹). پیش‌بینی میزان دینداری دانش‌آموزان براساس وابستگی به اینترنت و باور به دنیای عادلانه. نشریه دین و ارتباطات، ۲۷(۵۸)، ۲۹-۷۹.
۱۳. جوادی‌آملی، عبدالله (۱۳۷۸). شریعت در آینه معرفت. قم: اسراء.
۱۴. جوادی‌یگانه، محمدرضا؛ عبداللهیان، حمید (۱۳۸۶). مجموعه مقالات دین و رسانه: رسانه دینی و دین رسانه‌ای. تهران: مرکز پژوهش‌های اسلامی.
۱۵. حیدریان، فاطمه (۱۳۹۹). آشنایی با راهکارهایی جهت جذب دانش‌آموزان به مفاهیم دینی. مطالعات راهبردی علوم انسانی و اسلامی، ۳(۳۱)، ۱-۲۰.

۱۶. رامین، فرح (۱۳۹۱). ارتباطات و رسانه دینی. فصلنامه رسانه، ۲۳ (۲)، ۱۴۱-۱۵۹.
۱۷. رحیمی، علیرضا (۱۳۸۵). تربیت دینی کودک. تهران: نشر نهج.
۱۸. رضایی زارچی، محمدرضا (۱۳۸۵). بررسی نسبت جهانی شدن با تربیت دینی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم انسانی دانشگاه شاهد.
۱۹. زارعان، محمدجواد (۱۳۷۹). فروردین و اردیبهشت). تربیت دینی، تربیت لیبرال. ماهنامه معرفت، ۳۳، ۸-۱۵.
۲۰. شرف‌الدین، سیدحسین (۱۳۸۷). آبان. دین و رسانه. ماهنامه معرفت، ۱۳۱، ۱۳-۳۸.
۲۱. طباطبایی، محمدحسین (بی تا). ترجمه تفسیر المیزان (جلد ۲، ۱۵). ترجمه: سیدباقر موسوی‌همدانی، قم: جامعه مدرسین.
۲۲. کریمی، حمید؛ قویمی، فاطمه (۱۳۹۶). تیر). نقش رسانه جمعی (تلویزیون) در آموزش مذهبی کودکان، (مطالعه موردی: دانش‌آموزان ۱۲-۸ سال منطقه ۷ آموزش و پرورش استان تهران). ماهنامه پژوهش ملل، ۲(۱۹)، ۱۱۱-۱۲۳.
۲۳. کلینی، محمدبن یعقوب (۱۴۰۷ ه.ق). الکافی (جلد اول). تهران: دارالکتب السالمیه.
۲۴. گیویان، عبدالله (۱۳۸۶). دین، فرهنگ و رسانه. فصلنامه رسانه، ۱ (۶۹)، ۶۵-۸۲.
۲۵. مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ ه.ق). بحارالانوار. بیروت: داراحیاء التراث العربی.
۲۶. محمدی، مجید (۱۳۸۲). دین و ارتباطات. تهران: نشر کویر.
۲۷. مختاری، امیر (۱۳۹۶). رهیافتی بر تعامل دین با رسانه. فصلنامه دین و رسانه، ۱۲-۱۳ (۱۰۷-۱۰۸)، ۱۰۹-۱۳۰.
۲۸. مصباحی جمشید، پرستو (۱۳۹۹). مسائل تربیت دینی در فضای مجازی و نحوه مواجهه با آن. پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، ۲۸(۴۸)، ۸۷-۱۰۸.
۲۹. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۵۵). وسایل ارتباط جمعی. تهران: انتشارات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.
۳۰. موسوی‌مهر، سید محمدمهدی (۱۳۹۳). تأثیرات رسانه‌ای شدن در ایجاد انگاره جدید از دین. دو فصلنامه علمی-پژوهشی دین و ارتباطات، ۲۱(۲)، ۶۵-۱۸۸.
۳۱. مهری، بهار (۱۳۸۶). تلویزیون، ابژه‌های دینی و سکولاریسم. دین و رسانه، مجموعه مقالات، ۴۲.
۳۲. واعظی، سیدحسین؛ کریمی، حمدالله (۱۳۹۴). ویژگی‌ها و اصول رسانه دینی و غیردینی مبتنی بر تربیت اسلامی و تعامل با رسانه. نشریه مطالعات رسانه و امت، ۱(۲)، ۲۵-۴۶.
۳۳. وایت، رابرت ای (۱۳۸۵). نقش دین و رسانه در ساخت فرهنگ: بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ. ترجمه: مسعود آریایی‌نیا. تهران: سروش.
۳۴. هوور، استوارت. ام (۱۳۸۶). مخاطبان و رسانه‌ای کردن دین در: دین و رسانه (مجموعه مقالات). تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو.

35. Parker, Everett C.; Barry, David W.; Smythe, Dallas W. (1995). *The Television Radio Audience and Religion*. New York: Harpercollins.
36. Zaleski, Jeffrey (1997). *The Soul of Cyberspace: How New Technology is Changing Our Spiritual Lives*. New York: Harpercollins.



Explaining the interactions between religion and media with a view to child education

Fatemeh Mohammadi Sijani¹ (author in charge)

Dawood Rahimi Sajasi²

Abstract

Purpose: The aim of this paper is to examine the interactions and common topics between media and religion regarding children's education.

Methodology: The research method is analytical-descriptive and has been done using library and internet resources.

Findings: The findings show that the media (especially video media such as television) play a significant role in the education of children (whether religious or secular). It was also found that the cooperation between the media and religion on the one hand causes expansion and institutionalization of religious concepts and makes them available to a larger audiences. On the other hand, the media is legitimized and accepted by the public by publishing religious teachings and concepts.

Conclusion: The results of cooperation and interactions between religion and media can be noted as: expanding the influence of religion, religious discourse, promoting religion, creating religious experience, creating sacred symbols, creating spiritual transformation, informing about other religions, creating religious role models, schools. Virtual and...

Keywords: media, religion, education, religious education, children

¹ – Ph.D. in Media Management, Lecturer at Islamic Azad University, Tehran, Iran.
fatemeh.81@gmail.com.

² – Assistant Professor, Faculty of Humanities, Shahed University, Tehran, Iran.
d.rahimi@shahed.ac.ir.