



doi: 10.30497/rc.2024.245378.2010



Received: 2023/11/04

Accepted: 2024/06/11

Compilation of the child's programming instruction; based on the Quranic growth system

Fatemeh Fayyaz[—]

Iman Zaghian[—]

Hani Chitchian[—]

Mohammadhosein Bakhshizade Moghadam[—]

Abstract

In the process of socialization, various institutions such as the media play a role. The current research was to compile a development of a child planning instruction based on the Islamic system of growth and development. The studied community includes all the books related to Islamic growth that have been published so far, and the sample studied in this research also purposefully selected from a collection of 15 volumes in the field of the second period of growth with the approach of brotherhood (1401-1392) in the field of growth and development which have been written with an Islamic approach and using the verses of the Holy Quran and hadiths. These sources were coded using the directed content analysis method. After the preparation of the initial draft of the child planning document based on the Islamic growth and development system, its initial version was presented to 20 experts in the field of children in order to check the validity of the content, and it was reviewed and modified. Based on the findings of this research, the stages of programming for children were defined as the stages presented in the document as follows: 1- Determining the relation of the subject with the developmental needs of the second period of growth, 2- Going through the steps of dealing with the issue (stages of the realization of "Al-Kheyri"), 3- Choosing the method of activating thinking, 4- Considering the rules of planning and 5-Choosing the program evaluation method. In order to achieve the educational goals in harmony with the upstream documents, it is very important to compile instruction such as the child planning instruction, which presents the stages and methods of planning based on the child's needs in terms of structure and content with an Islamic approach. And it can increase the targeted effect of television programs on children.

Keywords: Instruction, Television programming, Islamic development system, Children.

— Department of psychology, Women research center, Alzahra university, Tehran, I.R.Iran (Corresponding author).

f.fayyaz@alzahra.ac.ir

0000-0003-0490-179X

— Ph.D. Student of Cognitive Psychology (Cognitive Sciences) of Tehran Kharazmi University (Karaj Branch), Tehran, I.R.Iran.

iman.zaghian98@gmail.com

0000-0002-7086-9348

— Lecturer and Researcher of Quran and Etrah assembly, University of Tehran, Tehran, I.R.Iran.

Hani_chitchian@yahoo.com

0009-0002-9985-1499

— Ph.D of Philosophy of Education. Department of Education and Counseling, Islamic Azad University Central Tehran Branch, Tehran, I.R.Iran.

Mohammadhosein.bm@gmail.com

0000-0003-4792-9952

دستورالعمل برنامه‌سازی تلویزیونی کودک مبتنی بر منظومه رشد قرآنی

فاطمه فیاض*

ایمان زاغیان**

هانی چیت‌چیان***

محمدحسین بخشی‌زاده مقدم****

چکیده

در فرایند جامعه‌پذیری، نهادهای مختلفی مانند رسانه نقش دارند. هدف از پژوهش حاضر ارائه دستورالعملی شامل اصول و مراحل برنامه‌سازی کودک مبتنی بر منظومه اسلامی رشد و تحول بوده است. جامعه مورد مطالعه شامل تمامی کتب مرتبط با رشد اسلامی بوده که تا به حال منتشرشده و نمونه مورد مطالعه در این تحقیق نیز به روش هدفمند انتخاب شده و شامل مجموعه ۱۵ جلدی در زمینه دوره دوم رشد با رویکرد اخوت (۱۴۰۱-۱۳۹۲) در زمینه رشد و تحول بوده است که با رویکردی اسلامی و با استفاده از آیات قرآن کریم و روایات نگاشته شده است. این منابع با روش تحلیل محتوای جهت‌دار کدگذاری شدند. پس از آماده‌شدن پیش‌نویس اولیه دستورالعمل برنامه‌سازی کودک مبتنی بر منظومه رشد و تحول اسلامی، نسخه اولیه آن جهت بررسی روایی محتوا، به ۲۰ نفر از متخصصان حوزه کودک عرضه شد و مورد جرح و تعدیل قرار گرفت. بر اساس یافته‌های این پژوهش مراحل برنامه‌سازی برای کودکان به‌عنوان مراحل ارائه شده در دستورالعمل بدین ترتیب تعریف شد: ۱- تعیین نسبت موضوع با نیازهای تربیتی دوره دوم رشد، ۲- طی کردن گام‌های پرداختن به موضوع (مراحل تحقق خیرگزینی)، ۳- انتخاب شیوه فعال‌سازی تفکر، ۴- در نظر داشتن الزامات برنامه‌سازی و ۵- انتخاب شیوه ارزیابی برنامه. در راستای دستیابی به اهداف تربیتی هماهنگ با اسناد بالادستی، تدوین دستورالعمل‌هایی چون دستورالعمل حاضر که مبتنی بر اقتضائات کودک، مراحل و شیوه برنامه‌سازی را از نظر ساختار و محتوا با رویکردی اسلامی ارائه بدهد، اهمیتی بسیار دارد و می‌تواند اثرگذاری هدفمند برنامه‌های تلویزیونی را بر کودک افزایش دهد.

واژگان کلیدی: دستورالعمل، برنامه‌سازی تلویزیونی، منظومه رشد قرآنی (اسلامی)، کودکی.

* گروه روان‌شناسی و علوم تربیتی، پژوهشکده زنان، دانشگاه الزهراء سلام‌الله‌علیها، تهران، جمهوری اسلامی ایران (نویسنده مسئول).

f.fayyaz@alzahra.ac.ir

** دانشجوی دکتری روان‌شناسی شناختی (علوم‌شناختی)، گروه روان‌شناسی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه خوارزمی، تهران (کرج، پردیس)، جمهوری اسلامی ایران.

iman.zaghian98@gmail.com

*** کارشناسی ارشد تفسیر قرآن، عضو گروه مجمع مدارس قرآن و عترت دانشگاه تهران، تهران، جمهوری اسلامی ایران.

Hani_chitchian@yahoo.com

**** دکترای فلسفه تعلیم و تربیت، گروه تربیت و مشاوره، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه آزاد

اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، جمهوری اسلامی ایران.

Mohammadhosein.bm@gmail.com

مقدمه

در فرایند جامعه‌پذیری، خانواده، مدرسه و رسانه‌های گروهی، درون‌دادهای لازم را برای تحول بهینه فراهم کرده و در عمل نقش هدایت کودکان و نوجوانان را به‌عهده گرفته‌اند (Hermansyah & et al., 2023؛ رضایی بایندر، ۱۳۸۲). رسانه‌ها یکی از عوامل مهم تغییرات اجتماعی در جوامع‌اند. این نهادها، در به‌وجودآوردن یا ازبین‌بردن جنبش‌ها و نهضت‌های اجتماعی و فرهنگی نقش به‌سزایی دارند (Boulianne, 2019). درواقع، امروزه رسانه‌ها به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی انتقال و گسترش ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی در رفتار کودکان و نوجوانان نقش مهمی را عهده‌دار شده‌اند (منتظر قائم و حاجی کاظم تهرانی، ۱۳۹۳).

رسانه اصطلاح فارسی شده واژه لاتین Medium است و جمع آن Media است و منظور از آن گروهی از ابزارها هستند که مورد توجه تعداد کثیری از مردم قرار گرفته‌اند (Meyrowitz, 1994). رسانه از منظرهای مختلفی دسته‌بندی می‌شود؛ مثلاً رادیو و تلویزیون، بازی‌های رایانه‌ای، تلفن ثابت و همراه، رایانه‌های رومیزی، اتاق‌های گفتگو، اینترنت و تمام خدمات قابل دسترس در اینترنت (عظیمی و شکرخواه، ۱۳۹۴)، از نمونه دسته‌بندی‌های رسانه است. این رسانه‌ها که دارای گستردگی فراوان هستند با توجه به ویژگی‌هایی که دارند، بر کودکان اثرهای متفاوتی دارند و برخی کارشناسان معتقدند صاحبان رسانه‌ها با بهره‌گیری از این ابزار قدرتمند به‌دنبال آن هستند تا مخاطبان خود را خصوصاً کودکان و نوجوانان را شستشوی مغزی دهند (Boldt, 2007)؛ البته آثار رسانه‌ها به یک میزان ماندگار و قدرتمند نیست و برخی از آن‌ها اثرگذاری سریع و کوتاه‌مدت دارند و برخی دیگر اثرگذاری عمیق‌تر و بلندمدت‌تری دارند.

رسانه تلویزیون ازجمله رسانه‌های ترکیبی است که می‌کوشد همزمان بیشتر حواس را فعال کند؛ حس شنوایی، حس دیداری و قوه تخیل و تفکر (عظیمی و شکرخواه، ۱۳۹۴). تلویزیون در کنار جذابیتی که برای کودکان دارد، می‌تواند اهداف خاصی مثل آموزشی و علمی، رفتاری، اجتماعی، فرهنگی را دنبال کند. الگوهای رفتاری کودکان، والدین و شخصیت‌های تلویزیونی هستند (عظیمی و شکرخواه، ۱۳۹۴). تلویزیون

به‌عنوان یکی از انواع رسانه‌ها، با جذابیت‌های تصویری و قدرت همانندسازی بر شکل-دهی به هویت کودک و درونی‌شدن فرهنگ و الگوهای فکری و رفتاری وی تأثیرگذار است (فرخ‌نژاد و میرفخرایی، ۱۳۹۸). کودک هنگام تماشای تلویزیون خود را در قالب شخصیت‌های تلویزیونی می‌گنجاند و سعی می‌کند اعمال و رفتار شخصیت‌های مود علاقه‌اش را تقلید کند و این امر موجب اثربخشی کودک از پیام‌های مثبت و منفی برنامه‌های تلویزیونی می‌شود (Anderson & Pempek, 2005). به‌همین‌منظور جهت ساخت برنامه مناسب برای کودکان باید به فرم و محتوا توجه ویژه‌ای شود چراکه محتوای برنامه‌های تلویزیونی وابسته به فرهنگ و ارزش‌های هر کشور می‌باشد (خوانچه سپهر و دیگران، ۱۳۹۱). با اینکه کودکان بیشتر برای سرگرمی تلویزیون را تماشا می‌کنند؛ اما می‌توان از این طریق به آنان آموزش‌های غیرمستقیم ارائه کرد (Silverstone, 1999)؛ البته باید توجه داشت که تأثیرات تلویزیون بر کودکان دامن‌های از جنبه‌های مثبت و منفی را شامل می‌شود (سپاسگر شهری، ۱۳۸۶).

در جامعه ایران، با توجه به نقش اساسی دین و مذهب در جامعه، حکومت و رسانه می‌توان کارکرد اساسی تلویزیون را انسان‌سازی دانست (نیازی و ولایتی، ۱۳۹۱)؛ اما با این حال برخی نگاه‌ها، از اساس این گونه کارکرد تلویزیون را رد می‌کنند. از این‌منظر، سه نوع نگاه نسبت به کارکرد تلویزیون وجود دارد: اولی تلویزیون را یک ابزار کاملاً سکولار و مناسب نظام‌های غیردینی می‌داند. دومی آن را ابزار کاملاً بی‌جهت و خنثی می‌بیند و سومین نگاه که مبنای پژوهش حاضر بوده است، رسانه تلویزیون را مانند هر ابزار دیگر متضمن کارکردها، محدودیت‌ها و اقتضائات خاصی می‌داند که می‌تواند در جهت تقویت، گسترش و بالندگی فرهنگ و نظام دینی قرار گیرد. این نوع نگاه به استفاده به‌جای این رسانه تأکید دارد و به‌کارگیری ناشیانه، بدون برنامه‌ریزی و محاسبات لازم و به‌عبارت‌دیگر بدون مدیریت فرهنگی می‌تواند به آثار سوء فرهنگی و اجتماعی بیانجامد (فهیمی‌فر و ترقی، ۱۳۹۰). یکی از لوازم حیاتی در عرصه - برنامه‌سازی کودک در رسانه ملی با توجه به نحوه اثرگذاری و میزان آن بر کودکان، لزوم شناسایی کودک هدف، یعنی کودک ایرانی است (حسینی و دیگران، ۱۳۹۱). تهیه و تدوین برنامه‌های کودک و نوجوان باید مبتنی بر ویژگی‌های رشدی و اقتضائات آنان

در ابعاد مختلف شناختی، اجتماعی، هیجانی و جسمی باشد و اگر این ظرفیت‌ها لحاظ نشود، طبیعی است که موجب ناکارآمدی برنامه‌ها شده و می‌تواند اثرهای نامطلوب بر زندگی کودکان و نوجوانان برجای بگذارد. روان‌شناسان مختلفی در مورد سیر تحول انسان و ویژگی‌های دوره‌های مختلف رشدی نظریه‌پردازی کرده‌اند؛ برای مثال پیاژه، اریکسون و فروید مراحل مختلف رشدی را از نگاه خاصی تبیین نموده‌اند. توانایی‌های شناختی کودکان دست‌کم تا ۱۲ سالگی در حال رشد و تکامل است؛ بنابراین نه تنها برنامه‌هایی غیر از برنامه‌های بزرگسالان را ترجیح می‌دهند بلکه به‌طور متفاوت به برنامه‌ها واکنش نشان می‌دهند و آن‌ها را تعبیر می‌کنند؛ به‌هرحال در تهیه برنامه‌های مخصوص آنان باید ویژگی‌های تحولیشان را در نظر گرفت (رضایی بایندر، ۱۳۸۲). یکی از نظریاتی که با نقش برنامه‌های تلویزیونی بر آموزش کودکان ارتباط زیادی دارد، نظریه یادگیری مشاهده‌ای یا یادگیری اجتماعی بندورا است. بندورا بر این موضوع تأکید دارد که همه رفتارها را می‌توان بدون تجربه مستقیم و از طریق مشاهده کردن یاد گرفت. بر اساس نظریه جانشینی بندورا، یادگیری انسان در اثر مشاهده رفتار دیگران و پیامدهای آن اتفاق می‌افتد (Bandura, 1977). تلویزیون از طریق استفاده از اصول مهم سرمشق‌گیری و طراحی شخصیت‌ها و الگوهای جذاب برای سنین مختلف می‌تواند بر یادگیری کودکان تأثیر به‌سزایی داشته باشد. توجه به ویژگی‌های شخصیتی این الگوها، سن و جنسیت آن‌ها و نوع ارتباط‌گیری آن‌ها با کودکان می‌تواند بر شدت تأثیرگذاری آن‌ها اثر بگذارد.

از طرفی دیگر برای سرمشق‌گیری هدفمند و مؤثر نیاز است که به رشدمدار بودن برنامه‌های تلویزیونی توجه شود. علم رشد، حیطه‌ای از مطالعات است که به فهم ثبات و تغییرات در طول زندگی فرد می‌پردازد (Lerner & et al., 2014; Overton & Berk, 2018; Molenaar, 2015). رویکردهای مختلف نظری در حوزه رشد و تحول انسانی نظریه‌هایی ارائه کرده‌اند که از جمله آن‌ها رویکردهای روان‌تحلیل‌گری و بافتاری، نظریه شناختی پیاژه، پردازش اطلاعات و نظریه اجتماعی فرهنگی و یگوتسکی، رفتارگرایی و یادگیری اجتماعی، نظریه زیست‌بوم شناختی و دیدگاه عمر، به عملکردهای مختلف انسان از ابعاد روان‌شناختی توجه نموده‌اند (Crain, 2014; Berk,)

2018). روان‌شناسان بر این موضوع تأکید دارند که برای تأثیرگذاری و سودمندی بیشتر فعالیت‌های آموزشی مستقیم و غیرمستقیم باید محتوای برنامه‌ها را متناسب با فرایند تحول ذهن تدوین کرد و برای یاددادن هر مفهوم ویژه زمان مناسب را تشخیص داده و سپس به عمل پرداخت (منصور، ۱۳۷۶).

در کنار روان‌شناسان غربی و تبیین‌های آن‌ها از رشد و تحول کودک، روان‌شناسان اسلامی نیز در زمینه رشد و تحول کودک مبتنی بر منابع اسلامی (قرآن و عترت)، در دهه‌های اخیر، پژوهش‌های متعددی انجام داده‌اند. منظومه اسلامی رشد و تحول یا منظومه رشد قرآنی که طی چندین پژوهش از طریق روش‌های تدبر در قرآن، بر اساس مجموعه ۱۵ جلدی روش‌های تدبر در قرآن کریم (اخوت، ۱۳۹۲) به‌دست آمده است، مدل نظری جدیدی است که بر اساس رویکردی روشمند طی سلسله پژوهش‌هایی از قرآن و روایات نورانی اهل بیت (علیهم‌السلام) استخراج شده است و رشد انسان را در ۶ مرحله حدوداً ۷ ساله مدون کرده است. کودکی اول، کودکی دوم، نوجوانی، دوره بلوغ عاطفی، بلوغ لیبی و بلوغ عبودیتی، شش دوره رشدی انسان را تشکیل می‌دهند. بر اساس این رویکرد که مجموعه‌ای شامل ۳۴ جلد کتاب است، هر دوره دارای اقتضائات رشدی و اهداف رشد خاص خود است. از دیدگاه قرآن کریم انسان دارای دو ساحت طبیعی و فطری است. ساحت طبیعی انسان به‌واسطه تداوم زندگی دنیایی از دوره‌ها و مراحل برخوردار است و دوره‌های بلوغ طبیعی او را شکل می‌دهد. ساحت فطری انسان مانند بعد طبیعی دچار تغییر و تحول نمی‌شود بلکه این ظرفیت انسان است که در جلوه دادن ساحت ملکوتی دستخوش تغییر می‌شود که این ظرفیت شامل مراتبی است که می‌توان از آن به مراتب رشد یاد کرد (اخوت، ۱۳۹۳).

دریافت مراتب رشد در بستر دوره‌های بلوغ طبیعی رخ می‌دهد؛ بنابراین رشد از دیدگاه قرآن را می‌توان این‌گونه تعریف نمود: «دریافت هدایت و نفع حقیقی که در اثر قرار گرفتن فرد در مسیر درست زندگی و در مقابل غی می‌باشد که فرد در مسیر غیرفطری قرار می‌گیرد و غی تبعات حاصل از پیمودن مسیر خلاف و صیوریت باطل است» (اخوت، ۱۳۹۳). براین اساس مفهوم رشد در قرآن که با مفهوم متداول آن در علم بسیار متفاوت است، از یک‌سو با دوره‌های بلوغ و ویژگی‌های مادی و طبیعی انسان در

ارتباط است و ازسوی دیگر با مفاهیمی چون حق، نور، هدایت و نفع حقیقی مرتبط است (اخوت، ۱۳۹۴). به وسیله دوره‌های بلوغ طبیعی و مراتب رشد می‌توان زندگی پیوسته و یکپارچه انسان را دارای مقاطع مختلف دانست و دانستن ویژگی‌های هر مقطع، امکان برنامه‌ریزی و ارزیابی را به انسان می‌دهد و این خود از نعمت‌های خاص الهی به انسان است که می‌تواند دوره‌های بلوغ و مراتب رشد خود را احصاء نموده و در جهت برنامه‌ریزی رشد خود و دیگران تلاش کند (اخوت، ۱۳۹۳). دوره اول رشد که مقارن با کودکی است، در ذیل دوره‌های رشد انسان مورد توجه قرار می‌گیرد و منظور از کودک در این پژوهش، کلمه طفل در قرآن است که به قبل از فعال شدن توان-های جنسی (نور / آیه ۵۹) در انسان که با نوعی بلوغ و داشتن تکلیف شرعی است، مقارن است (اخوت و ادیب، ۱۳۹۸).

به گواه آیات و روایات و بسیاری از پژوهش‌ها، دوره کودکی مهم‌ترین دوره زندگی هر انسانی است. نداشتن تصویر درست از این دوره و همچنین اعمال آموزش‌ها و تربیت‌های نامناسب در این دوره منجر به آسیب‌های جدی به کودک می‌شود. بر اساس منظومه رشد قرآنی مهم‌ترین مؤلفه‌های رشد در این دوره، حواس، ادراکات، عواطف، نطق (بروزات)، قول (باورها و تعاریف ثبت شده در ذهن) و کلام است (اخوت و ادیب، ۱۳۹۸). همچنین با توجه به آیات و روایات، اولین دوره رشد انسان، دوره استقرار طبیات است؛ زیرا طیب بودن پایه تمام برکاتی است که به انسان عطا می‌شود. این مفهوم به صورت پیوسته در بستر رشد کودک، حقایق و گزاره‌هایی که دریافت می‌کند، روابطی که با والدین و دیگران شکل می‌دهد و صفات او جریان دارد. در این صورت توان تفکر و رجوع به عقل، کلام طیب، نطق تأدیب شده و عواطفی سرشار از ایمان محقق می‌گردد (اخوت و دیگران، ۱۳۹۷).

دوره دوم رشد دوره کودکی دوم و تقریباً معادل دوره دبستان و حدوداً بین ۶ تا ۱۲ سالگی است که کودک در دوره‌ای بین کودکی و نوجوانی قرار دارد. مقصد اصلی رشد در این دوره، رسیدن به «توان خیرگزینی» از طریق فعال کردن قدرت تفکر حقیقی در کودکان می‌باشد که در برنامه‌سازی برای کودک نیز از مهم‌ترین اصول محسوب می‌شود (اخوت، ۱۳۹۳). آگاهی نسبت به قدرت انتخاب و مهارت در چگونگی انتخاب صحیح

از طریق فعال‌شدن تفکر حقیقی در این راستا اهمیت دارد. تفکر حقیقی به معنای درک نیازهای حقیقی و سیر دادن آن تا شناخت عینی بایدها و نبایدها و اعمالی است که موجب پاسخ صحیح به نیازهای حقیقی می‌شود (اخوت و دیگران، ۱۳۹۷).

برنامه‌های کودک از دیرباز به‌عنوان یکی از ارکان پخش خدمات عمومی در نظر گرفته شده است (Rutherford & Brown, 2013) و رسانه‌های دولتی و خصوصی در کشورهای مختلف تابع قوانین خاص خود می‌باشند که با قانون اساسی آن کشور هماهنگی دارد. به گفته اوسی - هره^۱ (۲۰۱۱) نوع سیستم پخش ملی هر کشور تعیین‌کننده ماهیت رسانه کودکان آن کشور است. با توجه به تأثیرپذیری بالای کودکان و نوجوانان از برنامه‌های تلویزیونی، شبکه کودک در هر کشوری از حساسیت‌های خاصی برخوردار است. پخش یا عدم پخش آگهی تبلیغاتی و قوانین مربوط به آن، محتوای برنامه‌ها و اصول و قواعدی که باید در ساخت برنامه رعایت شود، همگی تحت تأثیر قوانین، دستورالعمل‌ها یا اسناد شبکه و منطبق با قوانین ملی آن کشور است. دسترسی به دستورالعمل‌ها یا اسناد برنامه‌سازی با توجه به اینکه مخصوص مدیران شبکه‌هاست و ممکن است ملاحظات را دربرداشته باشد، به راحتی امکان‌پذیر نیست؛ در ایران نیز دستورالعمل‌ها، اسناد و سیاست‌های متعددی در بخش رسانه‌های جمعی در طی ۴۰ سال اخیر تدوین و به مدیران مربوطه ابلاغ شده است (Talebian, 2020). با توجه به اهمیت توجه به برنامه‌سازی برای کودک در تلویزیون و اهمیت انطباق آن با ویژگی‌های رشدی کودکان و همچنین در نظر داشتن اهداف و غایت‌های مطلوب رشد با توجه به اسناد بالادستی، هدف این نوشتار، «تدوین دستورالعمل (شامل اصول و مراحل) برنامه‌سازی کودک مبتنی بر رویکرد رشدی قرآنی (اسلامی) اخوت (۱۳۹۹-۱۳۹۰)» بوده است که به‌عنوان یکی از رویکردهای قرآنی در ایران پژوهش‌های متعددی را به‌خود اختصاص داده و دوره‌های رشدی را مبتنی بر سیر تدریجی شکوفایی توان‌ها و همچنین در نظر داشتن غایت‌های فطری کودک و نوجوان در تناسب با ویژگی‌های شناختی، هیجانی، اجتماعی و زیستی آن‌ها با تأکید بر غایت‌های فطری تدوین کرده است.

۱. پیشینه پژوهش

برخی مطالعات انجام گرفته با موضوع برنامه‌سازی تلویزیونی برای کودک ارتباط داشتند که در ادامه بیان شده‌اند.

سند دین، رسانه و کودک (شریعتمدار و باهنر، ۱۳۹۲)، و اصول برنامه‌سازی دینی کودک (نصراللهی و شریعتمدار، ۱۳۹۲)، از اسنادی هستند که با موضوع مطالعه حاضر ارتباط تنگاتنگی دارند. سند راهبردی دین، رسانه و کودک با هدف ارتقای عملکرد رسانه‌های اسلامی در تربیت نسل جدید، رویارویی با تهاجم فرهنگی و رشد هویت اسلامی تدوین شده است و ترسیم‌کننده راهبرد و اصول فعالیت رسانه‌های اسلامی در حوزه برنامه‌های خاص دینی برای کودکان است. این سند ارزشمند که در سه فصل شامل تعامل کودک با رادیو و تلویزیون، مخاطب‌شناسی در برنامه‌های دینی کودک و شیوه‌های آموزش دینی در کودک، تهیه و تدوین شده است، بیشتر ناظر به بیان اصول تربیت دینی و رشد تفکر دینی و مختص به ساخت برنامه‌های در حوزه آموزش‌های دینی برای کودکان است حال آنکه اصول و فرایند برنامه‌سازی در پژوهش حاضر، نه‌تنها قابل استفاده برای آموزش‌های دینی بلکه قابل استفاده برای هر نوع برنامه کودک با موضوعات مختلف و مسائل مربوط به کودکان است. پژوهش حاضر با استفاده از اصول مربوط به اقتضائات رشدی در دوره دوم کودکی، سیر برنامه‌سازی برای کودک را به همراه مؤلفه‌های مهم ارائه کرده است که برنامه‌ساز با هر موضوعی می‌تواند با استفاده از مؤلفه‌های فرایندی آن، برنامه خود را تولید نماید؛ بنابراین اصول و فرایند در پژوهش حاضر از این نظر که مبتنی بر مبانی اسلامی است با سند دین، رسانه و کودک هماهنگی دارد ولی از این نظر که الگویی برای همه موضوعات برنامه‌سازی و نه فقط موضوعات دینی است متمایز است.

باهنر و بلندیان (۱۳۹۲)، پژوهشی با عنوان الگوی مطلوب برنامه‌های دینی کودکان (۷-۱۲) ساله در تلویزیون بر اساس آرا و نظر کارشناسان انجام دادند. این پژوهش به روش کیفی به‌طور عام و به روش گروه اسمی به‌طور خاص به انجام رسیده است. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش متخصصان، افراد مطلع و خبرگانی هستند که بر جنبه‌های سه‌گانه روان‌شناسی، تعلیم و تربیت دینی و علوم ارتباطات و برنامه‌سازی

کودک اشراف علمی یا تجربی داشتند. کارشناسان تربیت دینی در این پژوهش به معرفی یک نظریه با عنوان نظریه عقلانی - اخلاقی تربیت دینی پرداختند، کارشناسان حیطه روان‌شناسی نیز با ترکیب نظریه رشد شناختی ژان پیاژه، رشد اخلاقی کلبِرگ و نظریه یادگیری مشاهده‌ای بندورا چهارچوبی را فراهم ساختند که با تعریف ویژگی‌های کودک می‌تواند که یاری‌دهنده برنامه‌سازان قرار گیرد. کارشناسان حوزه ارتباطات نیز بر رویکرد نوین دریافت تأکید داشتند، این رویکرد بر نقش مخاطب در تفسیر و معناسازی پیام رسانه تأکید کرده و به‌جای تولید معنا بر تفسیر معنا تمرکز دارد. در این پژوهش جالب توجه اگرچه برنامه‌سازی برای کودکان ۷ تا ۱۲ سال از منظر دینی انجام شده است؛ اما پشتوانه نظری مشخصی نداشته و صرفاً به‌صورت کلی به تجمیع نظر متخصصان پرداخته است.

هاشمیان و جمالزاده (۱۳۹۵)، در پژوهش خود به بررسی گفتمان مطلوب رسانه ملی در حوزه کودک پرداختند و با روش تحلیل کیفی با رویکرد عرفی یا قراردادی سه اصل «هنجارهای رسانه ملی از دیدگاه رهبران جمهوری اسلامی»، «اصول تربیت اسلامی کودک» و «مؤلفه‌های تربیت کودک از دیدگاه امام و رهبری» را به‌عنوان نظام‌بنایی این گفتمان معرفی کردند. نتایج این پژوهش نشان داد که گفتمان مطلوب رسانه ملی در حوزه کودک از عناصر آموزش و احکام و آموزه‌های دینی، بهداشت و سلامت جسم، سرگرمی و نشاط، افزایش علاقه و دلبستگی به انقلاب اسلامی، تقویت روحیه مشارکت‌جویانه، دشمن‌شناسی و تقویت بنیه علمی تشکیل شده که همه این عناصر حول محور دال مرکزی «رشد و تربیت دینی و اخلاقی» قرار می‌گیرند.

علوی وفا (۱۳۹۶)، چالش‌ها و موضوعات راهبردی رسانه ملی در افق ۱۴۰۴ را در پژوهش خود بررسی و واکاوی نمود. او ابتدا عوامل و روندهای تأثیرگذاری بر جهت‌گیری و کارکردهای مهم سازمان صداوسیما را مورد شناسایی قرار داد و سپس با استفاده از روش پنل خبرگی، چالش‌ها و موضوعات مهم راهبردی رسانه ملی با رویکرد آینده‌نگاری در دهه آتی را تبیین کرد. او تبیین خود را به شش حوزه مدیریت محتوا، فناوری و زیرساخت، مخاطبان و ذی‌نفعان، ساختار و قالب برنامه‌سازی، مدیریت رسانه و محیط رقابت و مدیریت منابع مالی و سرمایه‌های انسانی تفکیک کرد

و در نهایت با استفاده از روش دلفی موضوعات و چالش‌های آتی رسانه ملی در افق ۱۴۰۴ را اولویت‌دهی و امتیازبندی کرد. او در ۸ کلان‌چالش نتایج خود را جمع‌بندی کرد؛ تشدید رقابت رسانه‌ای، اثربخشی محتوایی رسانه، تغییرات فناوری - آرایش سپهر رسانه، مدیریت سازمان، ذائقه‌شناسی مخاطبان، محدودیت‌های منابع مالی، هم‌افزایی نهادهای عمومی، کشوری و لشکری و تصمیمات حقوقی و سیاسی این محورهای ۸ گانه بودند.

مختاریان‌پور و صمدی (۱۳۹۶)، پژوهشی با عنوان «خط‌مشی‌گذاری سازمان صداوسیما در حوزه برنامه‌سازی کودک و نوجوان» انجام دادند. در این پژوهش برای پرداختن به این مسئله از راهبرد پژوهش «نظریه داده‌بنیاد با رویکرد گلیزر» و روش گردآوری داده «مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته» با مدیران سازمان صداوسیما، مدیران گروه و کارشناسان حوزه کودک و نوجوان استفاده شده است. حاصل پژوهش ۴۷۷ کد، ۹۷ مفهوم و در نهایت، ۱۴ مقوله شامل مقوله محوری «تقدم اولویت‌های ذهنی و سلیقه‌ای بر خط‌مشی‌ها»، مقوله‌های «جابه‌جایی ارزش‌ها و اهداف با خط‌مشی‌ها»، «خلاف سیاستی»، «غفلت از حوزه کودک در سطح کلان سازمان»، «نبود ساختار نظارتی کارآمد»، «عملکرد جزیره‌ای در خط‌مشی‌گذاری سازمان»، «فشار کسری بودجه»، «عدم تربیت نیروی انسانی»، «فقدان ریل‌گذاری صحیح در انتقال خط‌مشی‌ها»، «تغییرات ساختاری»، «مخاطب‌محوری افراطی»، «تغییر ذائقه مخاطب»، «بیکاری تهیه‌کنندگان کودک» و در نهایت، «ستاره‌سالاری بی‌ضابطه و هدف» بوده است. در این پژوهش بیشتر بر روی عوامل چالش‌زای موجود در حوزه برنامه‌سازی کودک در این حوزه تأکید شده است.

اخوت و چیت‌چیان (۱۳۹۷)، سند تولید محتوا برای رسانه را مبتنی بر منظومه رشد قرآنی منتشر کردند. این سند که مبانی نظری پژوهش حاضر نیز با آن هماهنگی دارد تلاش کرده تا بر اساس اهداف و سندهای بالادستی نظام و منویات مقام معظم رهبری در منظومه‌ای منسجم مبتنی بر منظومه رشد که با رویکردی قرآنی به‌دست آمده است، سند تولید محتوا برای رسانه را ارائه دهد. با توجه به اینکه این سند، دستورالعمل کلی رسانه ملی را در تولید محتوا و برنامه‌سازی برای همه مخاطبان ارائه داده است، پژوهش حاضر در ارائه اصول و فرایند برنامه‌سازی برای کودک با رویکرد منظومه رشد قرآنی،

زیرمجموعه این سند قرار گرفته و در ذیل آن قرار می‌گیرد. پژوهش حاضر، مربوط به کودکان ۷ تا ۱۲ سال است که در دوره دوم رشد قرار داشته و برنامه‌سازی باید متناسب با اقتضائات رشدی آن‌ها در این سنین تحقق یابد؛ اما در سند تولید محتوا برای رسانه (اخوت و چیت‌چیان، ۱۳۹۷)، ویژگی‌های عام رسانه، اهداف و شیوه‌های تولید محتوا برای همه گروه‌های سنی ارائه شده است.

موضوع فرخ‌نژاد و میرفخرایی (۱۳۹۸)، در پژوهش خود نظام معنایی گفتمان انقلاب اسلامی و کودک مطلوب آن را با رویکرد لاکلائو و موفه، از بیانات و مکتوبات رهبران انقلاب اسلامی مفصل‌بندی کرده و در مرحله بعد نظام معنایی برنامه‌های تلویزیونی شبکه کودک در بازه شش ماهه دوم سال ۹۶ را تحلیل گفتمان کردند. در اندیشه رهبران انقلاب، کودک مطلوب، به معنای پرورش یافتن قوای روحی، جسمی و شکوفایی استعدادهای ذاتی وی است این مهم بدون توجه به دال مرکزی توحید میسر نمی‌شود. هویت‌های کودک مؤمن، انقلابی، عالم و فلسفه‌دان، اخلاق‌مدار، تندرست و جامعه‌پذیر هفت هویت کودک مطلوب گفتمان انقلاب اسلامی را تشکیل می‌دهد. این پژوهشگران بر اساس این هفت هویت برنامه‌های مختلف رسانه ملی را مورد بررسی قرار داده‌اند.

کریمیان و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهش خود به شیوه‌های تقویت خداآواری کودک در تلویزیون پرداختند و با توجه به سطح ادراک و شناخت کودک این موضوع را تبیین نمودند.

مرور پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهد، تاکنون دستورالعمل راهبردی برای برنامه‌سازی در حوزه کودک که در عین اینکه بر مبنای رویکردهای اسلامی در رشد تدوین شده باشد، پاسخگوی تولیدات برای همه موضوعات و مسائل کودکی باشد، تدوین و منتشر نشده است. مطالعه حاضر در صدد استخراج دستورالعملی نسبتاً جامع و عمومی برای هر برنامه‌سازی برای کودکان در هر موضوعی با رویکردی اسلامی به رشد بوده که با نظر داشتن اقتضائات رشدی این دوران، در همه موضوعات و مسائل کودکی نگاهی به غایت‌ها و اهداف رشدی دارد که کودک باید به آن برسد؛ بنابراین در عین اینکه به دنبال تکمیل دستورالعمل‌های گذشته است، تمایزی ویژه از آن‌ها نیز دارد.

۲. روش پژوهش

روش مورد نظر در پژوهش حاضر تحلیل محتوای کیفی بوده است. تعریف تحلیل محتوا هدف تحقیق را ترسیم می‌کند و پژوهشگر را در موقعیتی خاص در مقابل واقعیت خود قرار می‌دهد (کرپیندورف، ۱۳۹۳). تحلیل محتوا شامل سه روش کلی می‌شود که عبارت‌اند از: تحلیل محتوای عرفی یا قراردادی، تحلیل محتوای جهت‌دار و تحلیل محتوای تلخیصی. با توجه موضوع پژوهش، روش مناسب جهت استفاده برای این پژوهش تحلیل محتوای جهت‌دار^۲ است. در شرایطی که نظریه یا تحقیقات قبلی در مورد یک پدیده کامل نیست، محقق روش تحلیل محتوای جهت‌دار را برمی‌گزیند (Hsieh & Shannon, 2005). این روش، یک روش قیاسی مبتنی بر نظریه است و تمایز آن با سایر روش‌ها بر اساس نقش نظریه در آن می‌باشد. تحلیل محتوای جهت‌دار روشی است که به توصیف و گسترش یک نظریه یا دیدگاه پیرامون یک موضوع می‌پردازد که بدان اشاره شده است. نظریه از پیش موجود می‌تواند به طرح پرسش‌های متناسب با تحقیق کمک کند. این امر پیش‌بینی‌هایی در مورد متغیرهای مورد نظر یا درباره ارتباط بین متغیرها فراهم می‌کند. این موضوع می‌تواند به تعیین طرح رمزگذاری اولیه و ارتباط بین رمزها کمک کند که نشانه مقوله‌بندی به شیوه قیاسی است. هدف تحلیل محتوای جهت‌دار معتبر ساختن و گسترش دادن مفهومی چهارچوب نظری است (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰).

به‌همین جهت در این پژوهش با استفاده از منظومه رشد قرآنی تلاش شده است دستورالعمل (اصول و مراحل) برنامه‌سازی برای کودکان ۶ تا ۱۲ سال در دوره دوم رشدی تدوین شود. از این‌رو مباحث رشد و تحول اسلامی که بر اساس مجموعه ۱۵ جلدی روش‌های تدبیر در قرآن کریم از اخوت (۱۳۹۲) نگاشته شده و مجموعاً شامل ۳۰۰۰ صفحه می‌باشد مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. اصول مرتبط با رشد اسلامی به‌عنوان رمزگذاری اولیه این پژوهش در نظر گرفته شد. سپس این اصول در برنامه‌سازی برای کودک به پنج گام اساسی به‌عنوان مقوله‌های اصلی پژوهش رسید. برای رسیدن به این پنج گام تعدادی زیرمؤلفه بر اساس مبانی منظومه رشد استخراج شد. بر اساس رمزهای اولیه (اصول رشد)، مقوله‌ها (پنج گام اصلی) و زیرمؤلفه‌های آن،

پیش‌نویسی ابتدایی مبتنی بر مؤلفه‌های تأثیرگذار در خصوص برنامه‌سازی تلویزیونی در دوره دوم رشد بر اساس منظومه رشد قرآنی طراحی گردید. مقوله‌های استخراج شده در تحلیل کیفی جهت‌دار شامل رویکرد تربیتی برنامه، گام‌های تحقق خیرگزینی، شیوه تفکری، الزامات برنامه‌سازی و ارزیابی میزان موفقیت بودند. پس از استخراج مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها، این دستورالعمل اولیه در بوته نقد و بررسی به‌وسیله گروهی از متخصصان و صاحب‌نظران حوزه کودک قرار گرفت و همچنین مفاهیم استخراج شده مندرج در آن توسط این متخصصان مورد تبیین و توسعه بیشتر قرار گرفتند. این متخصصان شامل ۲۰ نفر بودند که به تفکیک دارای عناوین شغلی ریاست و معاونان شبکه کودک، روان‌شناسان کودک، کارشناسان شبکه کودک، تهیه‌کنندگان و سردبیران برنامه‌های کودک بودند. جلسات نقد و بررسی متخصصان در قالب ۱۲ جلسه ۵ ساعته در طی ۶ ماه برگزار شد که در مجموع ۶۰ ساعت به طول انجامید. درنهایت با اعمال نظرهای متخصصان و کارشناسان پیش‌نویس این دستورالعمل (شامل اصول و مراحل برنامه‌سازی) آماده و تأیید شد. برخی از نظرهای پنل تخصصی سند در طی ۴۰ ساعت بحث و گفتگو، شامل موارد ذیل بود:

- بازنویسی اصول و مراحل برنامه‌سازی به‌صورت ساده‌تر و به زبان عامیانه‌تر برای استفاده برنامه‌سازان؛

- خلاصه‌سازی دستورالعمل و کاستن از مبانی نظری و افزودن بر راهبردها؛
- لزوم به‌کارگیری اصول و فرایندها برای برنامه‌های تولید شده و در حال تولید و ارزیابی کارایی آن در نقد برنامه‌های تولید شده و تولید برنامه‌های جدید؛
- افزودن مثال‌های کاربردی در متن دستورالعمل به‌منظور تفهیم بهتر مبانی و راهبردها؛
- لزوم احصاء و دسته‌بندی نظام مسائل دوره کودکی دوم با توجه به نیاز شدید برنامه‌سازان به این موضوعات برای ساخت برنامه و تعیین اولویت آن‌ها بر اساس مبانی.

نظرهای اعضای پنل تخصصی در اصلاح و بازبینی در اصول، مراحل و راهبردهای برنامه‌سازی اعمال شد و درنهایت دستورالعمل اصلاح شده که شامل اصول و مراحل برنامه‌سازی برای کودک بود، توسط کارشناسان پنل تخصصی تأیید شد.

۳. یافته‌های پژوهش

نتایج نشان داد برای برنامه‌سازی کودک بر اساس رویکردی اسلامی به رشد باید به چند پیش فرض اصلی که مبنای برنامه‌سازی و نگاه به رشد کودک است، توجه داشت. این پیش فرض‌ها که برخی ناظر به اصل و برخی ناظر به مبنا و برخی ناظر به اهداف رشدی هستند، در دو بخش عمومی و اختصاصی دوره کودکی دوم، شامل موارد زیر است:

عمومی:

- هدف رشد دستیابی به کمال و رسیدن به مقام عبودیت پروردگار است؛
- با توجه به ظرفیت و توان‌های انسان، غایت‌های رشدی در هر دوره با دوره دیگر متفاوت است؛

- سیر رشد در دوره‌های مختلف از رشد فردی به رشد اجتماعی است؛
- توان‌های انسان که با سیر بلوغ منطبق‌اند، به تدریج شکوفا می‌شوند. احساس، ادراک و عمل (دوره اول)، تفکر (دوره دوم)، تعقل (دوره سوم)، باورمندی (دوره چهارم) و فعل و توجه (دوره پنجم و ششم) از توان‌هایی هستند که به تدریج در دوره‌های مختلف زندگی باید به شکوفایی برسند؛

- مراتب فطری رشد که اهداف رشدی را تشکیل می‌دهند، نیز در هر دوره با توجه به ظرفیت‌های انسان در آن دوره متفاوت‌اند. در دوره اول تا پنجم زندگی^۳ این غایت‌های رشد فطری شامل طیب‌گزینی، خیر‌گزینی، حُسن‌گزینی، ایمان‌گزینی و صدق‌گزینی می‌باشد. طیب‌گزینی به انس با انواع طبیات مادی و معنوی، فردی و اجتماعی، عینی و غیرعینی دلالت دارد مانند (علاقه داشتن به غذاهای خوب و سالم). خیر‌گزینی به معنای قدرت انتخاب خیر و فعال‌شدن توان اختیار است و خیر به معنای نفعی است که ترجیح داده شده است (مانند انتخاب دوست با ویژگی‌های خوب). حُسن‌گزینی به معنای درک انواع نیکویی‌ها و زیبایی‌ها و مراتب مختلف آن‌ها و توان بروز آن‌هاست (مانند کمک کردن به دیگران همراه با اخلاق زیبا و ابراز محبت). ایمان‌گزینی به معنای باورمندی به حق و تثبیت ایمان به خداوند و

۳. هر دوره به‌طور تقریبی بین ۵ تا ۷ سال است و مدت آن به عوامل مختلفی چون عوامل مادرزادی، محیط رشد، جنسیت، اقلیم و... دارد.

بروز آن در عرصه‌های مختلف زندگی است (مانند داشتن باورهای الهی در رابطه با همسر) و صدق‌گزینی به معنای انطباق عمل‌ها با باورهای الهی و بروز آن در عرصه‌های اجتماعی و مسئولیت‌پذیری می‌باشد (مانند مدیریت جهادی). هر یک از غایت‌های فطری رشد دارای مؤلفه‌ها و محورهای خاص بوده و مقدمه‌ای برای غایت‌های بعدی شده و ظرفیت‌های دریافت حق را افزایش می‌دهند؛

- رشد مطلوب به معنای طی کردن مراتب فطری رشد در بستر شکوفایی و بلوغ توان‌های طبیعی است. مثلاً رسیدن به غایت خیرگزینی در بستر فعال‌سازی تفکر غایت رشد ۷ سال دوم را تشکیل می‌دهد. طی کردن مراتب رشد نیازمند بلوغ طبیعی است و درعین‌حال طی کردن بلوغ طبیعی بدون مراتب رشد نیز مطلوب نیست؛

- ولیّ رشد در همه دوره‌ها خداوند متعال است که این ولایت توسط افرادی در هر دوره برقرار می‌شود؛

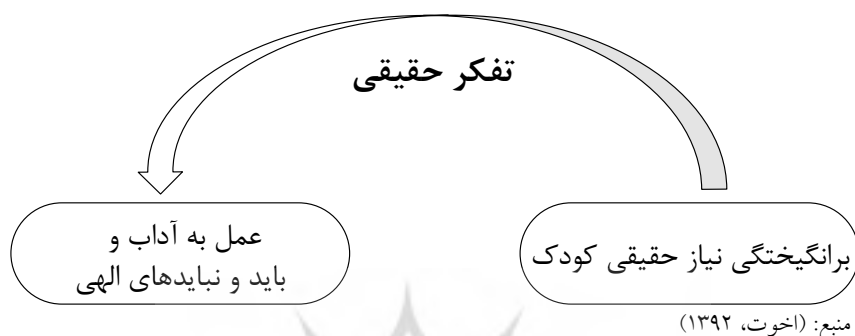
- انسان در بدو تولد لوح سفید نیست و دارای فطرتی خداگرا و خداجوست که زمینه رشد و شکوفایی فطری را برای او فراهم می‌آورد. خداوند فجور و تقوای انسان را به او الهام کرده است.

اختصاصی دوره دوم رشد:

- دوره دوم رشد، دوره کودکی دوم و تقریباً معادل دوره دبستان و حدوداً بین ۶ تا ۱۲ سالگی است که کودک در دوره‌ای بین کودکی و نوجوانی قرار دارد؛

- هدف اصلی رشد در این دوره (دوره کودکی دوم)، رسیدن به «توان خیرگزینی» از طریق فعال کردن قدرت تفکر حقیقی در کودکان می‌باشد. خیرگزینی به معنای توان انتخاب و گزینش خیر و بهترین گزینه بر اساس مبناهای درست مثل مبناهای فطری، عقلی یا شرعی است که در دوره دوم کودکی باید توجه به اینکه در انتهای آن کودک به بلوغ عقلی نزدیک شده و قدرت درک خوب و بد و توان انتخاب را پیدا می‌کند و به عبارت دیگر به استطاعت می‌رسد، موضوعیت پیدا می‌کند. توان خیرگزینی در برنامه‌سازی برای کودک نیز باید از مهم‌ترین اصول محسوب شود. آگاهی نسبت به قدرت انتخاب و مهارت در چگونگی انتخاب صحیح از طریق

فعال شدن تفکر حقیقی در این راستا اهمیت دارد. تفکر حقیقی به معنای درک نیازهای حقیقی و سیر دادن آن تا شناخت عینی بایدها و نبایدها و اعمالی است که موجب پاسخ صحیح به نیازهای حقیقی می‌شود؛



شکل (۱): سیر تفکر حقیقی در دوره دوم رشد

- تحقق این فرایند در دوره کودکی دوم موجب شناخت خیر و گزینش آن (خیرگزینی) در کودک می‌شود و عبودیت الهی را در این دوره محقق می‌سازد. نتایج تحلیل محتوای جهت‌دار بر اساس کتاب‌های متعدد منظومه رشد قرآنی نشان داد در برنامه‌سازی برای کودکان ۷ تا ۱۲ سال، ۵ محور کلی (به‌عنوان مقوله‌های اصلی استخراج شده) دارای اهمیت است که هریک دارای زیرمحوورهایی می‌شود. این ۵ محور شامل رویکرد تربیتی برنامه، گام‌های تحقق خیرگزینی، شیوه تفکری، الزامات برنامه‌سازی و ارزیابی میزان موفقیت است که به‌نوعی سه مرحله پیش، حین و پس از تولید برنامه را مورد نظر قرار می‌دهند و می‌توان آن را به صورت چرخه‌ای دانست که طراحی، اجرا و ارزیابی را در برنامه‌سازی برای کودک این دوره بیان می‌کند. با توجه به اینکه این دستورالعمل در ارائه اصول و مراحل برنامه‌سازی می‌بایست مسیر برنامه‌سازی را به‌عنوان سیری مشخص و گام‌به‌گام به برنامه‌ساز ارائه دهد، ۵ محور اصلی استخراج شده در قالب ۵ مرحله اصلی برنامه‌سازی مشخص شدند که در ادامه به معرفی آن‌ها و زیرمحوورهای آن‌ها که به‌عنوان راهبردهای تحقق آن محورند، پرداخته شده است.

جدول (۱): مقوله‌های اصلی استخراج شده و زیرمحوورها

مقوله‌های اصلی استخراج شده در قالب مراحل برنامه‌سازی	معرفی مرحله	زیرمحوورها
مرحله اول: تعیین نسبت موضوع با نیازهای تربیتی دوره دوم رشد	طبیعتاً در برنامه‌سازی می‌تواند موضوعات مختلفی ناظر به مسائل فردی و اجتماعی، خرد و کلان مدنظر قرار گیرد؛ لیکن هر موضوعی می‌بایست در نسبت با محورها، تربیتی دوره دوم رشد بررسی شده و با آن رویکرد ارائه شود.	۱. در نظر گرفتن مهم‌ترین نیازهای رشدی کودک ۲. مشخص نمودن نیازهای کاذب در نسبت با آن موضوع ۳. مشخص کردن آداب و بایدها و نبایدهای مرتبط با موضوع
مرحله دوم: گام‌های پرداختن به موضوع (تحقق خیرگزینی)	لازم است برنامه‌ساز در طرح برنامه خود بر اساس اقتضائات رشدی کودکان در سنین ۶ تا ۱۲ سال، به موضوع بپردازد. استفاده از محورها، خیرگزینی، در جهت فعال کردن تفکر در حوزه نیاز انتخاب شده، مرحله دیگری است که برنامه‌ساز در طرح برنامه لازم است آن‌ها را در ارتباط با موضوع منتخب، مشخص نماید و شامل مراحل است.	۱. دلالت دادن به منافع و مضرات مرتبط با موضوع ۲. مقایسه، اولویت‌بندی و ترجیح بین منافع و مضرات ۳. فهماندن ضرورت چهارچوب داشتن و شناخت آن در نسبت با منفعت ترجیح داده شده ۴. ترغیب به انتخاب‌گری و پذیرش مسئولیت آن ۵. بهره‌مندی از مشارکت جمعی برای انجام دادن کار خوب
مرحله سوم: شیوه تفکری مورد استفاده	در مرحله سوم، برنامه‌ساز لازم است شیوه تفکری مورد استفاده خود را برای بسط موضوع و فعال کردن تفکر مخاطب مشخص نماید و معلوم نماید که از بین ۶ نوع تفکر معرفی شده از چه انواعی برای فعال‌سازی نیاز تا طی کردن مراحل تفکر و رسیدن به آداب استفاده می‌نماید و چگونگی آن را توضیح دهد.	۱. تفکر پرسشی ۲. تفکر شنیداری ۳. تفکر مشاهده‌ای ۴. تفکر بنیادی ۵. تفکر قرآنی ۶. تفکر اجتماعی

مقوله‌های اصلی استخراج شده در قالب مراحل برنامه سازی	معرفی مرحله	زیرمحوورها
مرحله چهارم: در نظر گرفتن الزامات برنامه سازی	برنامه ساز می بایست الزامات برنامه سازی برای موضوع انتخابی خود را مشخص نماید. الزامات برنامه سازی، شامل آن دسته از الزاماتی است که در بالابردن اثر برنامه بر مخاطب نقش داشته و لازم است برنامه ساز نسبت به خود را با آن‌ها مشخص نماید. این الزامات شامل مؤلفه جذابیت، جنسیت، اقلیم و فرهنگ، شخصیت پردازی، کلام و ادبیات و شیوه تعاملی بودن است.	۱. انتخاب قالب جذاب متناسب با موضوع و هدف تربیتی برنامه ۲. در نظر گرفتن اقتضائات جنسیتی ۳. اقلیم و فرهنگ ۴. کلام و ادبیات ۵. طراحی شیوه تعاملی برنامه
مرحله پنجم: شیوه ارزیابی	هر برنامه برای بررسی میزان و سطح اثرگذاری آن بر مخاطب نیازمند ارزیابی است.	۱. ارزیابی در مرحله پیش از تولید ۲. ارزیابی پس از تولید ۳. ارزیابی پس از پخش

بر اساس محوره‌های ۵ گانه و زیرمحوورها شکل ۲ مراحل برنامه سازی برای کودک ۶ تا ۱۲ سال را نشان می دهد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



منبع: (اخوت، ۱۳۹۲)

شکل (۲): مراحل برنامه‌سازی رشد مدار در سنین ۶ تا ۱۲ سال

۴. مراحل برنامه‌سازی کودکان

۴-۱. تعیین نسبت موضوع با نیازهای تربیتی کودک

انتخاب موضوع بر اساس نیازهای حقیقی کودک و مشخص کردن آداب و بایدها و نبایدهای الهی آن اصلی‌ترین محور برنامه‌سازی برای کودک است که مشخص کردن آن رویکرد تربیتی برنامه را شکل می‌دهد. بدین ترتیب برنامه‌ساز مشخص می‌کند که اولاً، به کدامیک از نیازهای حقیقی کودک می‌پردازد و ثانیاً به دنبال چه هدفی است و می‌خواهد چه آدابی را با چه چهارچوبی در کودک محقق سازد. این آداب می‌تواند در ذیل باید و نبایدهای فطری، عقلی یا شرعی قرار گیرد ولی در هر حال برنامه‌ساز قبل از تدوین طرح برنامه خود می‌بایست نسبت به این دو محور نظر مشخص و دقیقی را

داشته باشد و آن را ارائه دهد.

در این رویکرد، انتخاب نیاز و فعال کردن نیاز کودک در ارتباط با آن، با هدف رساندن کودک به مقصدی است که بتواند آن نیاز را با در نظر داشتن بایدها و نبایدهای الهی رفع کرده و در این اقدام به صورت مستمر عمل کند. نیازهای کودک یا همان دغدغه‌ها، سؤالات، خواسته‌ها و امیال حقیقی با توجه به اقتضائات رشدی او قابل دسته‌بندی است. این نیازها را می‌توان در ۱۰ دسته کلی تفکیک نمود:

توانمندی‌های پایه

یادگیری نافع

ارتباط با دیگران

هویت‌یابی

جنسیت و نقش‌های آن

دین

مواجهه با نعمت‌ها

نظم و برنامه‌ریزی

دشمن‌شناسی

مواجهه با مشکلات و موانع

در این رویکرد، اولویت موضوعات بر اساس ارتباط موضوعات با این ۱۰ محور تعریف می‌شود که شامل طیف وسیعی از موضوعات می‌شوند. موضوع انتخابی برنامه‌ساز می‌تواند از بین موضوعات کلی (محورهای موضوعی) و جزئی (زیرمحورهای موضوعی) انتخاب شود و یا توسط مدیران و برنامه‌سازان بر اساس مسائل اجتماعی در حوزه کودکان در این بازه سنی پیشنهاد شود. در هر دو صورت، موضوعی که در برنامه برای کودک انتخاب می‌شود باید شروط زیر را داشته باشد و برنامه‌ساز لازم است موضوع انتخابی را بر اساس شاخص‌ها و معیارهای ۴گانه ارزیابی کند:

۱- موضوع انتخابی باید در حیطه نیازهای حقیقی کودک باشد. رفع هر نیاز در کودک با رسیدن نفع و منفعت به او مرتبط است. پس باید مشخص شود که موضوع در حوزه نیازهای کودک، چه نفعی برای کودک داشته و او را از چه ضرری دور می‌کند؛

- ۲- قوانین مربوط به موضوع باید در حیطه فهم کودک باشد؛
 - ۳- موضوع انتخابی نباید خارج از حیطه دستورات الهی باشد؛
 - ۴- عمل به آن در توان و وسع کودک در زمان حاضر باشد.
- پیش از تدوین طرح برنامه نسبت هر موضوعی با کودک باید بر اساس ۴ محور مذکور مشخص شود و در طرح برنامه تبیین شود.

۲-۴. مراحل تحقق خیرگزینی یا گام‌های پرداختن به موضوع

گام‌های پرداختن به موضوع به‌طور منطقی دارای تقدم و تاخیر نسبت به یکدیگرند و برای برنامه‌ساز مطلوب این است که ترتیب آن‌ها را رعایت نماید. این گام‌ها لازم است در طرح کلی برنامه مشخص شوند ولی برنامه‌ساز می‌تواند در قسمت‌های مختلف برنامه به همه یا بخشی از آن بپردازد.

۱- برنامه‌ساز لازم است مشخص نماید که منافع و مضرات مرتبط با موضوع انتخاب شده چیست و چه محورهایی دارد و از آن‌ها در طرح برنامه خود استفاده نماید. برای این هدف توجه به راهبردهای زیر اهمیت دارد:

- مشخص کردن فواید و پیامدهای مثبت و مطلوب موضوع مورد نظر در ابعاد مختلف زندگی برای کودک؛

- تعیین کردن آسیب‌هایی که در مورد آن موضوع می‌تواند کودک را تهدید کند و ضررهای احتمالی آن؛

- تصویر کشیدن حالت‌های مختلف آن موضوع؛

- توجه دادن به زوایای پنهان موضوع دارای منفعت از این نظر که گاهی برای برخی خیر نیست؛

- مشخص کردن نسبت موضوع با زندگی و نیازهای کودک.

۲- برنامه‌ساز لازم است چگونگی ایجاد مقایسه، اولویت‌بندی و ترجیح بین منافع و مضرات را در برنامه مشخص نماید. اینکه چگونه و از چه طریقی فرایند مقایسه و ترجیح را برای مخاطب ایجاد می‌کند، اهمیت دارد. ارائه دستورالعمل‌های خشک و توصیه‌ای بدون فعال کردن تفکر در فرایند تربیت در این دوره قابل قبول نیست.

- برنامه‌ساز باید راهبردهایی را جهت فعال کرد ۹ امکان مقایسه، تحلیل، اولویت‌بندی بین منافع و مضرات برای کودک فراهم سازد و آن را در طرح برنامه بیان نماید. در این راستا توجه به راهبردهای زیر توصیه می‌شود:
- بیان منافع انتخاب و مضراتی که در اثر عدم انتخاب آن متوجه کودک می‌شود،
 - منافع مادی و غیرمادی ترجیح موضوع؛
 - ایجاد اولویت‌بندی و مقایسه بین گزینه‌های مختلف؛
 - ارائه انواع معیارهای درست و نادرست و نتیجه ترجیح بر اساس آن معیارها.
- ۳- برنامه‌ساز هم‌چنین باید در مرحله سوم، تلاش نماید تا کودک را به فهم ضرورت چهارچوب داشتن در زندگی و در همه امور و خصوصاً موضوع برنامه سوق دهد و نشان دهد که امور بدون داشتن چهارچوب و باید و نباید چگونه انجام می‌شوند. هر کاری آدابی دارد و برای تحقق یافتن آن باید به شیوه اجرایی کردن آن و عملیاتی کردن آن توجه کرد. درعین حال بدون در نظر داشتن باید و نبایدهای الهی، نیز امور مسیر و جهت صحیحی به‌خود نخواهند گرفت. مهارتی که خیلی خوب انجام شود ولی بدون در نظر داشتن چهارچوب‌های الهی باشد، می‌تواند انسان را در مسیر نامطلوبی قرار دهد. برنامه‌ساز باید درعین توجه دادن به ضرورت داشتن چهارچوب‌های رفتاری مربوط به آن موضوع، به ضرورت وجود باید و نبایدهای الهی نیز اشاره کرده و پیامدهای فقدان آن را نشان دهد. هم‌چنین معیارها، باید و نبایدها، اصول و ضوابط خوب در ارتباط با انجام موضوع منتخب را که در صدد ارائه آن به کودکان است، مشخص ساخته و در طرح برنامه درج نماید.
- ۴- مرحله چهارم، مشخص کردن چگونگی ترغیب کودک به انتخاب‌گری و پذیرش مسئولیت در خصوص آن موضوع است. برای رسیدن به این هدف توجه کردن به راهبردهای زیر اهمیت دارد:
- نشان دادن نتیجه انتخاب‌های متفاوت؛
 - ارائه راهکارهای ساده، عملیاتی و عینی در خصوص موضوع منتخب؛
 - نشان دادن نتیجه مطلوب مسئولیت‌پذیری کودک در خصوص موضوع منتخب و پیامدهای اهمال‌کاری یا بی‌تفاوتی نسبت به آن موضوع؛

- آموزش راهکارهای جبران خطاها و اصلاح آن‌ها؛
- معرفی فرد مسئولیت‌پذیر به عنوان فردی شجاع که پیامدهای منفی را نیز می‌پذیرد؛
- نشان دادن پیامدهای عجله یا کندی در خصوص آن موضوع؛
- آموزش در خصوص عوامل منفی درونی و بیرونی مثل راحت‌طلبی و یا سخنان دوستان در جهت ایجاد مانع برای انجام دادن رفتار و داشتن انتخاب‌های خوب؛
- نشان دادن اهمیت توکل به خدا و استعانت جستن از خدا برای خوب انجام شدن کارها و اثربخش بودن آن‌ها؛

- معرفی ویژگی‌ها و صفات منفی که مانع از انتخاب خیر می‌شود؛
- معرفی ویژگی‌های مثبتی که لازم است در کودک برای انتخاب خیر تقویت شود؛
- آموزش مهارت‌هایی که کودک برای گزینش موضوع خیر و سپس انجام دادن آن لازم است، فراگیرد؛

- افزایش امید و انگیزه برای انتخاب؛
- توصیه به مشورت گرفتن از بزرگ‌ترها و افراد متخصص.

۵- مرحله پنجم، به عنوان هدف مطلوب برنامه‌ساز تلقی می‌شود که همه مراحل برای رسیدن به آن طی می‌گردد. این مرحله سوق دادن به عمل به آداب و رعایت باید و نبایدهای الهی در خصوص آن موضوع است که تلاش می‌شود در قالب جمعی و با بهره‌گیری از مشارکت دیگر همسالان انجام شود. در این مرحله کودک تلاش می‌کند تا آداب شناخته شده را که نسبت به ضرورت آن ادراک پیدا کرده و نسبت به عمل به آن ترغیب شده است، در قالب فضای جمعی محقق سازد. این فعالیت جمعی هم موجب ترغیب بیشتر کودک و هم موجب تثبیت این رفتار در او می‌شود.

۴-۳. انتخاب شیوه تفکری مورد استفاده

استفاده از انواع تفکر برای فعال‌سازی آن به برنامه‌ساز امکان می‌دهد که گام‌های پرداختن به موضوع را بهتر طی نماید و در مراحل ۵ گانه پرداختن به موضوع از آن‌ها استفاده کند. با توجه به موضوع برنامه و انتخابی که برنامه‌ساز دارد، می‌تواند از یک یا چند نوع از انواع تفکر استفاده نماید و در طرح برنامه توضیح دهد.

برنامه‌ساز لازم است بر اساس ملاک‌های هریک از انواع تفکر در تدوین طرح برنامه استفاده نموده و موضوع خود را بر اساس آن بسط دهد و چگونگی فعال کردن تفکر را در رابطه با موضوع انتخابی و بر اساس آن ویژگی‌ها مشخص کند.

۱- تفکر پرسشی: این نوع تفکر در اثر سؤال برانگیخته می‌شود و در واقع یکی از برانگیزاننده‌های مهم تفکر، سؤال است.

۲- تفکر شنیداری: تفکر شنیداری تفکری است که به‌وسیله مواجهه با شنیدنی‌ها، فهم گزاره‌ها و پیام‌های شنیداری و انطباق آن با حق به‌وسیله رجوع به عقل فعال می‌شود.

۳- تفکر مشاهده‌ای: تفکر مشاهده‌ای به معنای دیدن صورت مادی پدیده‌ها و رخدادها، تصویرسازی از آنها در قوه مصوره، ارتباط دادن تصاویر به‌وسیله قوه وهم و دریافت قانون و حقیقت پدیده‌ها و انطباق آن با گزاره‌های حق برای مواجهه درست با هر پدیده و رخداد در بیرون است.

۴- تفکر بنیادی: تفکر بنیادی تفکری است که موجب استخراج قوانین و حقایق و معیارها در مواجهه با پدیده‌ها و رخدادها و انطباق دادن آن با حق می‌باشد. در اثر فعال کردن تفکر بنیادی، کودک کم‌کم معیارهای زندگی خود را فهم و درونی کرده و طبق آن رفتار خواهد کرد.

۵- تفکر قرآنی: تفکر قرآنی تفکری است که از طریق مواجهه با آیات قرآن کریم فعال می‌شود و موجب اصلاح نیازها، امیال، مقاصد، باورها و افعال در اثر فعال شدن این نوع تفکر محقق می‌شود. ارتقای تفکر حقیقی بدون قرآن امکان‌پذیر نیست.

۶- تفکر اجتماعی: تفکر اجتماعی در سطح کودکی به معنای قدرت الفت و انس گرفتن و ارتباط با مؤثر با دیگران با محوریت مقاصد و اهداف حق است. این تفکر زمان شکوفایی‌اش از دوره چهارم رشد به بعد می‌باشد؛ اما کودک در این سنین نیز می‌تواند خود را برای آن آماده سازد.

۴-۴. در نظر گرفتن الزامات برنامه‌سازی

الزامات برنامه‌سازی به متغیرهای اثرگذار در برنامه‌سازی برای کودک اشاره دارد که

موجب اثرگذاری برنامه می‌شود.

۱- انتخاب قالب جذاب متناسب با موضوع و هدف تربیتی برنامه

فرایند تفکر بدون شناخت نیاز و ایجاد میل شدید در جهت رفع آن (برانگیختگی نیاز) محقق نمی‌شود؛ لذا طرح برنامه در صورت عدم موفقیت در این امر، مورد تأیید نمی‌باشد. به واسطه جذابیت است که کودک با موضوع درگیر شده و نیازش برانگیخته می‌شود. درواقع جذابیت، روایت هنری موضوع است که ذائقه مخاطب را تحریک کرده، توجه او را جلب کرده و سبب مواجهه فعال کودک (درگیری ذهنی) با موضوع می‌شود. نمونه‌هایی از عوامل ایجادکننده جذابیت شامل خلاقیت ایده، ایجاد شگفتی، خلق هنری، تعلیق، برجسته‌سازی و اغراق، طنزپردازی، جان‌بخشی، روایت هنری و قصه‌گویی ناب و شخصیت‌پردازی می‌باشد.

مشاهده نمونه‌های برجسته برنامه‌های تولید شده داخلی و خارجی، تحلیل عوامل جذابیت این برنامه‌ها و همچنین رابطه میان قالب و محتوی می‌تواند در این بخش راهگشا باشد. برنامه‌سازان می‌بایست نسبت به خلق قالب‌های نو و یا خلاقیت در بهره‌گیری از قالب‌های موجود نیز اهتمام جدی داشته باشند.

۲- در نظر داشتن اقتضائات جنسیتی

چنانچه برنامه برای گروه جنسیتی خاصی در نظر گرفته شده است، می‌بایست اقتضائات و الزامات آن گروه مدنظر قرار گیرد. برنامه‌هایی هم که برای هر دو گروه ساخته می‌شود، می‌بایست اقتضائات دخترانه و پسرانه در نسبت با موضوع را مورد توجه قرار داده و به هر دو بپردازد.

ویژگی اصلی برنامه‌های خاص دختران باید جهت دادن دختران به سمت نقش حمایتی و هدایتی آنها در خانه و جامعه به عنوان روح معنویت و ذکر و توجه خالصانه به خدا باشد. براین اساس با در نظر گرفتن دو محور تقویت نقش حمایتی و هدایتی دختران از یک سو و در نظر گرفتن تفاوت‌های جسمی و عاطفی آنها نسبت به پسران می‌توان برنامه‌ها را طراحی کرد. نقش هدایتی در صورتی تقویت می‌شود که دختران در مسائل زیر آموزش‌های لازم را ببینند:

- از ارزش ذاتی و کرامتی که خداوند به آنها عطا کرده که ترکیبی از طهارت و حفظ

و حیاست باخبر شوند و قدردان آن باشند؛
 - از توان القای کلامی و هنر بیانی که خداوند به آنها عطا کرده است باخبر باشند و بتوانند با شناخت آن در جهت درست از آن استفاده کنند؛
 - از صبر و استقامتی که خداوند در ایشان به ودیعه گذاشته است باخبر شوند و در مسیر هدایت خود و دیگران از آن بهره ببرند؛
 - از توجه به هماهنگی، نظم و انتظامی که در درون آنها به ودیعه گذاشته شده باخبر شوند و در صدد فعال شدن آن برآید.

ویژگی اصلی برنامه‌های خاص پسران، جهت دادن آن‌ها به سمت اکرام کردن دیگران باید باشد که با درک کردن موقعیت آنها، اظهار همدردی با مشکلات آنها، مدارا کردن نسبت به ضعف‌های آنها، انصاف داشتن نسبت به کوتاهی‌های آنها و خرد نکردن آنها به دلیل ضعف‌هایشان اتفاق می‌افتد. این ویژگی از خصوصیات قوامیت است. خداوند مردان جامعه را قوام معرفی کرده است و همین یک صفت برای جهت‌دهی به فعالیت‌های پسران کافی است. در فعالیت‌های پسرانه با جهت قوام بودن باید تقویت قوت بدنی و مقاومت جسمی مورد توجه ویژه قرار بگیرد. در این راستا ایجاد انگیزه برای مقابله با دشمنان دین و ملت و کشور و ایجاد آمادگی‌های رزمی و بدنی به تناسب سن در فعالیت‌ها ضروری است. همچنین باید فعالیت‌های پسرانه نیروی درونی آنها را در برخورد با حوادث و اتفاقات تقویت کند. براین اساس باید در آنها مقابله با انواع ترس را آموزش دهد. مطرح کردن موضوع شجاعت و نیز تقویت آن به صورت خاص همراه با تدبیر یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های فعالیت‌های پسرانه است. حرکت و پویایی و تقویت زرنگی و دست‌وپا داشتن یکی از محوریت‌های فعالیت‌های پسرانه است. یادگیری کارهایی که به درآمد و شغل می‌انجامد از وظایف فعالیت‌های پسرانه است. توجه به اخلاق حسنه و آداب که برای ارتباطات و تعاملات با دیگران ضروری است باید در فعالیت‌های پسرانه مورد توجه قرار گیرد و نیز استقامت و صبر لازمه داشتن نقش سازنده افراد است. آموزش فعال‌سازی توان تأمل و تفکر برای حل مسائل از مهم‌ترین فعالیت‌های پسرانه است. همچنین به استقلال رسیدن پسران در فعالیت‌ها و وابسته نبودنشان به خانواده یکی از موارد مهم است که باید در فعالیت‌ها در نظر گرفته شود.

۳- توجه به تنوع اقلیمی و فرهنگی مخاطبان

چنانچه برنامه برای اقلیم یا فرهنگ خاصی تمرکز دارد، طبیعتاً می‌بایست فرهنگ آن اقلیم را مدنظر قرار دهد. برنامه‌هایی که به صورت عمومی و با مخاطب گسترده تولید می‌شوند، می‌بایست فرهنگ‌ها و اقلیم‌های مختلف را مدنظر قرار داده و صرفاً با تمرکز بر یک اقلیم خاص، خصوصاً با اکتفا به فرهنگ کلانشهرها و پایتخت ساخته نشوند. بی‌توجهی به فرهنگ‌های مختلف، خصوصاً بی‌توجهی به آنچه در فرهنگ‌های مختلف مذموم شمرده می‌شود، در برنامه‌سازی جائز نیست.

بدیهی است برنامه می‌تواند با بهره‌گیری از ظرفیت کلامی و فرهنگی یک اقلیم خاص ولی برای عموم مخاطبان ساخته شود، در این صورت علی‌رغم پرداختن به یک فرهنگ خاص، ولی جنبه‌های افتراقی میان فرهنگ‌ها و خصوصاً وجوه متضاد آنها می‌بایست مورد مراقبت قرار گرفته و از پرداختن به آن پرهیز شود.

رعایت چهارچوب‌های فرهنگ اسلامی و ایرانی امری ضروری است که می‌بایست در هر نوع برنامه‌سازی مورد صیانت قرار بگیرد.

۴- رعایت آداب کلام و ادبیات

کلام شاکله اصلی فکر کودک را می‌سازد؛ بنابراین ضروری است که کلام و ادبیات برنامه طیب و پاک باشد. هرگونه به‌کارگیری عبارت‌های ناشایست و به دور از عفت و پاکیزگی به هر نحو و به هر بهانه جایز نیست و به شدت باید از آن پرهیز نمود. صورت طنز یا پرداختن به شخصیت‌های منفی نمی‌تواند توجیه کننده این امر باشد.

۵- طراحی شیوه تعاملی برنامه

هدف از برنامه‌سازی رشد‌مدار تحقق رشد در مخاطب است و رشد با تحقق عمل متناسب با شناخت در انسان شکل می‌گیرد؛ بنابراین ضروری است در برنامه‌سازی رشد‌مدار نسبت به تحقق عمل در مخاطب توجه ویژه داشت. برای این منظور لازم است که برنامه صورت تعاملی پیدا کرده و مخاطب را به نوعی از واکنش دعوت نماید، بدین ترتیب می‌توان مخاطب را به عمل کردن متناسب با آداب مطرح شده در برنامه سوق داد؛ همچنین به‌کارگیری جنبه‌های تعاملی امکان سنجش میزان تأثیرگذاری برنامه را فراهم می‌سازد.

اگرچه برنامه‌سازی امری در جریان است و در هر دوره و زمانی نیاز به ساخت برنامه‌های جدید متناسب با نیازهای جدید و اقتضائات مخاطب است؛ لیکن باید برنامه‌سازان به این امر اهتمام داشته باشند که برنامه حتی‌المقدور محدود به یک مقطع زمانی خاص و صرفاً برای مخاطب پای تلویزیون ساخته نشود بلکه از ابتدای طراحی برنامه به کاربرد برنامه‌های در بسترهای دیگری مانند مدرسه و خانواده نیز توجه شود. با توجه به ظرفیت برنامه‌های کاربردی چون تلویزیون، تحقق این امر به‌صورت ساده‌تر و گسترده‌تری فراهم می‌شود.

۴-۵. شیوه ارزیابی برنامه

در بخش ارزیابی تلاش می‌شود تا انطباق ساخت برنامه در مراحل مختلف آن با محورهای تبیین شده در این سند بررسی شود تا ضمن ارزیابی میزان انطباق برنامه با محورهای رشد، اصلاحات لازم پیشنهاد شود. در این راستا ارزیابی تولید برنامه در سه مرحله اصلی انجام می‌شود که شامل موارد زری است:

۱- مرحله تدوین طرح برنامه: طراحی برنامه‌ها بر اساس چهارچوب‌های رشدمدار.
 ۲- مرحله تولید برنامه (قبل از پخش): این مرحله به ارائه نسخه اولیه برنامه پیش از دریافت مجوز پخش یا تأیید نهایی اختصاص دارد. در این مرحله می‌بایست ارزیابی شود که محورهای تعیین شده در برنامه به چه میزان در تولید نهایی لحاظ شده است. برنامه‌ساز می‌تواند بخش‌هایی مانند ابزارهای تفکر را مطابق شرایط پیش آمده در تولید به تشخیص گروه تولیدکننده تغییر دهد؛ لیکن می‌بایست این تغییرات به‌صورت اصلاحیه یا ضمیمه ارائه نسخه آزمایشی باشد تا در صورت لزوم مورد تصویب مجدد قرار گیرد. چنانچه تهیه‌کننده به هر دلیلی نیاز به تغییر محورهای اصلی برنامه‌سازی چون هدف یا رویکرد باشد، می‌بایست پیش از ارائه نسخه اولیه این تغییرات را اعلام کرده و آنها را به تصویب برساند. در صورت عدم رعایت الزامات برنامه‌سازی، تهیه‌کننده می‌بایست تغییرات لازم را انجام دهد تا مجوز پخش برنامه یا تأیید نهایی را دریافت کند.

۳- مرحله پس از پخش برنامه: در این مرحله می‌بایست دو نوع ارزیابی بر روی

برنامه انجام شود:

اول: ارزیابی تطبیقی: در این ارزیابی قسمت‌های مختلف برنامه بازبینی شده و میزان انطباق آن با طرح تصویب شده مورد بررسی قرار می‌گیرد.

دوم: ارزیابی اثربسنجی: در این ارزیابی با توجه به هدف تعیین شده برای برنامه و سؤالات طرح شده برای اثربسنجی آن، گروهی از مخاطبان انتخاب شده و اثربسنجی اهداف تعیین شده در ارتباط با ایشان از طریق انجام مطالعات کیفی و کمی انجام می‌شود.

ارزیابی نهایی برنامه، از تحلیل میزان انطباق آن با طرح برنامه و همچنین میزان اثرگذاری آن بر روی مخاطب انجام می‌شود.

نتیجه‌گیری

مقاله حاضر، تبیین اصول و مراحل برنامه‌سازی کودک (۶ تا ۱۲ سال) مبتنی بر منظومه رشد قرآنی (اسلامی) بود که با روش تحلیل محتوای جهت‌دار بر اساس سری کتاب‌های متعدد منتشر شده مبتنی بر یکی از رویکردهای رشد‌مدار اسلامی با عنوان رویکرد منظومه رشد قرآنی (اخوت، ۱۴۰۱-۱۳۹۰) تدوین شده است. بر اساس مقوله-های استخراج شده از مبانی نظری، در مراحل برنامه‌سازی برای کودکان در این سنین در ۵ محور اصلی مشخص و پیشنهاد شد:

- ۱- تعیین نسبت موضوع با نیازهای تربیتی دوره دوم رشد؛
- ۲- گام‌های پرداختن به موضوع (مراحل تحقق خیرگزینی)؛
- ۳- شیوه فعال‌سازی تفکر؛
- ۴- الزامات برنامه‌سازی؛
- ۵- شیوه ارزیابی برنامه. هریک از این محورهای اصلی دارای زیرمحورهای جزئی‌اند که در قسمت نتایج ارائه شد.

پژوهش حاضر، با استفاده از یک الگوی قرآنی رشد، مبانی، اصول و مراحل برنامه‌سازی کودک را ارائه داده است و این الگو نه فقط برای موضوعات و مسائل دینی بلکه برای هر موضوع و مسئله‌ای است که برنامه‌ساز قصد کار بر روی آن را دارد. در

هر موضوعی تشخیص نسبت موضوع انتخاب شده با نیازهای تربیتی دوره دوم رشد اهمیت دارد و باید مشخص شود که موضوع انتخاب شده با کدام دسته از نیازهای این دوران هماهنگی دارد و به دنبال درونی سازی کدام باید و نباید در کودک با توجه به سطح فهم اقتضائات دوره رشدی اوست. در مرحله بعد برنامه ساز باید بتواند تفکر خیرگزين کودک را در مواجهه با هر موضوع و مسئله ای فعال ساخته و با ایجاد تفصیل، افزایش قدرت ترجیح و گزینش درست و خیر کودک را به سمت انتخاب صحیح سوق دهد. در مرحله بعد لازم است با استفاده از جعبه ابزار تفکری، انواعی از تفکر را در خصوص آن موضوع در کودک فعال ساخته تا بتواند بهتر به سمت انتخاب خیر و عمل به آن و عبودیت نسبت به آن پیش رود. در مرحله الزامات برنامه سازی برنامه ساز لازم است نسبت به جنسیت، اقلیم، فرهنگ و... توجه لازم را داشته باشد و برنامه را بر اساس آن اصلاح نماید. در انتها نیز باید بتواند اثرگذاری برنامه خود را در کودک قبل از پخش برنامه، حین آن و پس از آن نشان دهد. به این ترتیب همه موضوعات و مسائل دوران کودکی بهانه ای برای رشد و حرکت به سمت غایت های مطلوب فطری و رسیدن کودک به عبودیت سطح خاص کودکی است، و تمایزی بین موضوعات دینی و غیردینی وجود ندارد.

دستورالعمل حاضر مختص دوره خاصی از کودکی در بازه ۶ سال تا ۱۲ سال است که دوره کودکی دوم را شامل می شود. این دوره بین دوره کودکی و نوجوانی قرار دارد و توجه کمتری به آن می شود. از این جهت نیز با اسناد و دستورالعمل های دیگر متمایز است چراکه اسناد دیگر به صورت خاص به این دوره سنی نپرداخته اند. در صورتی که در پژوهش های آتی کارآمدی دستورالعمل پیشنهادی آن تأیید شود، می تواند الگویی مقدماتی برای نگارش سایر دستورالعمل ها نیز باشد.

سیاست گذاری رسانه ای یکی از بخش های مهم حوزه مدیریت رسانه است که برای نیل به اهدافی خاص حاکمیت ترتیب داده می شود (روشندل اربطانی، ۱۳۹۴). به عبارت دیگر، سیاست گذاری راهی برای فکر درباره اینکه جهان چیست و چه باید باشد را فراهم می کند و سیاست گذاری رسانه ای مجموعه ای از مبانی، اصول و باید و نبایدهاست که برای کنترل و هدایت نظام های رسانه ای و همچنین حل مسائل آنها

تدوین می‌شود (Freedman, 2010) و موفقیت این نهاد به نوع سیاست‌گذاری برای آن وابسته است. هر سیاست‌گذاری بر مبنای نوعی جهان‌بینی (از جهات اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی) است. با توجه به اینکه رسانه احساس مسئولیت در برابر عموم و جامعه دارد پس باید در سیاست‌گذاری‌های خود به تأمین منافع عمومی به منزله کلی‌ترین هدف توجه خاص داشته باشد (روشندل اربطانی، ۱۳۹۴).

روشندل اربطانی (۱۳۹۴) از بُعد نظری دو رویکرد در حوزه سیاست‌گذاری رسانه-ای را از یکدیگر متمایز کرده است. رویکرد اول رویکردی سنتی به سیاست‌گذاری در حوزه رسانه است و نشان می‌دهد چگونه دولت‌ها برای حفظ منافع عمومی به این سیاست‌گذاری روی می‌آورند. رویکرد دوم برای رسانه قابلیت سیاست‌گذاری قائل نمی‌باشد. سیاست‌گذاری رسانه‌ای باید به چگونگی و قابلیت اجرا و عملیاتی شدن سیاست در جامعه توجه داشته باشد (Hutchin, 2010). برخی معتقدند، ظهور اینترنت و رسانه‌های جمعی دیجیتال، انتهای سیاست‌گذاری رسانه‌ای را نشان می‌دهند؛ البته این وفاق بر کاهش سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای مربوط به سیاست‌گذاری رسانه‌هایی است که در بستر اینترنت فعال می‌شوند (Jenkins, 2006).

سوروکاس^۴ (۲۰۰۸) نیز معتقد است ترکیب فناوری‌های پیشرفته و تغییرات سیاسی سبب تغییر در سیاست‌گذاری شده و دولت‌های اروپایی مجبور به حذف کنترل خود از صنعت رسانه شده‌اند. با توجه به این اظهارنظرها، می‌بایست در انواع سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای نسبت به عملکرد سایر رسانه‌ها و میزان و کیفیت استفاده مخاطبان از آن رسانه نیز توجه لازم را داشت تا در این میدان رقابت، دچار شکست نشد.

مدیریت رسانه در حوزه کودک و کاهش آثار منفی آن نیازمند اراده عمومی است و لازم است که همه نهادهای متولی در سطح محلی، ملی و بین‌المللی در این زمینه همگام شوند. تبدیل تهدیدات این قبیل رسانه به فرصت و بهره‌جستن از آن برای توسعه فرهنگ عمومی و دانش فردی و اجتماعی از عوامل مؤثر بر کاهش خطرهای رسانه‌هاست (عظیمی و شکرخواه، ۱۳۹۴). امروزه رسانه‌ها در جامعه به‌مثابه منبع اطلاعات و عامل تربیت ارزشی هستند (ایول، ۱۳۸۲). تولیدات تلویزیونی یکی از

بازنمودهای هویت فرهنگی است که هیچگاه در خلأ بسترهای فرهنگی و اجتماعی تولید نمی‌شوند. تلویزیون به عنوان فراگیرترین رسانه نقش پُررنگی را در زندگی بشر امروز ایفا می‌کند. برخی تلویزیون را وسیله‌ای برای بالا بردن توانمندی‌های بشر می‌دانند و به همین خاطر بسیاری از شبکه‌های تلویزیونی امروزه به صورت تخصصی درآمده‌اند (Crawford, 2015). از میان رسانه‌های گوناگون تلویزیون، بیشتر از سایرین، زمینه را برای نزدیک شدن کودک به رسانه فراهم می‌کند. رها کردن کودک در فضای رسانه‌ای متناقض که متأثر از جهان‌بینی‌های گوناگون است نمی‌تواند تضمین‌گر حیات فرهنگی یک ملت باشد (ودودی، ۱۳۸۶). در عین حال با توجه به قدرت گرفتن انواع رسانه‌ها در زندگی امروز بشر، سازمان‌های رسانه‌ای مانند صداوسیما باید عملکردی فعال و پویا داشته باشد تا بتواند در این میدان رقابت هم بقای خود را حفظ کند (صلواتیان و خوش‌بیان، ۱۳۹۷)، و هم تأثیرات فرهنگ وابسته خود را بر مخاطبش برجای گذارد. به دلیل سهولت استفاده و بی‌نیازی از سواد و پیش‌نیازهای مرسوم برای استفاده از رسانه‌های دیگر، دیدن تلویزیون از سنین پایین اتفاق می‌افتد (فرخ‌نژاد و میرفخرایی، ۱۳۹۸).

شبکه کودک سیمای جمهوری اسلامی ایران یکی از پُرطرفدارترین شبکه‌های کودکان است که از سال ۱۳۹۵ شروع به کار کرده و با استفاده از ساختارهای ترکیبی، انیمیشن، مستند و... برنامه‌های متعددی را برای مخاطبان خود ارائه کرده است (سپاسگر شهری، ۱۳۸۷). با عنایت به این اهمیت، تدوین دستورالعمل و فرایند برنامه‌سازی مبتنی بر مبانی و سیاست‌های هماهنگ با اسناد بالادستی ضرورتی انکارناپذیر است که متأسفانه توجه زیادی تاکنون به آن صورت نپذیرفته است و چهارچوب‌های مشخص و معیارهای واضحی برای برنامه‌سازان در جهت نیل به آن اهداف ارائه نشده است.

در تدوین دستورالعمل‌های برنامه‌سازی، باید به این نکته مهم توجه داشت که در ارائه مبانی دینی و فرهنگی به کودک و نوجوان باید اقتضائات رشدی آنها را در نظر داشت و رعایت ویژگی‌های شناختی و عاطفی کودکان در ارائه مضامین و مفاهیم مذهبی بسیار اهمیت دارد، و بی‌توجهی به ویژگی‌های تحولی مخاطبان و ارائه مفاهیم مذهبی در سطحی انتزاعی به معنای نادیده گرفتن ظرفیت‌ها و محدودیت‌های ذهنی

کودکان و درنهایت ناکارآمدی آموزش‌های ارائه شده است (رضایی بایندر، ۱۳۸۲). استفاده از دستورالعمل برنامه‌سازی حاضر در تولید برنامه‌های کودک مبتنی بر منظومه رشد قرآنی می‌تواند گامی مهم در تولید برنامه‌های اختصاصی برای مخاطبان اختصاصی و با توجه به اهداف، غایت‌ها و راهبردهای خاص و مشخص هر دوره رشدی بوده و زمینه را برای رشد و تربیت صحیح فرزندانمان مبتنی بر مبانی توحیدی و اسلامی و ایجاد زمینه برای عبودیت بهتر خداوند متعال فراهم سازد.

تولید سایر اسناد برنامه‌سازی برای سنین مختلف کودکی، نوجوانی و بزرگسالی مبتنی بر اقتضائات، غایت‌ها و راهبردهای هر دوره رشدی از موضوعاتی است که در آینده باید به آن پرداخته شود تا برنامه‌سازان متعهد با توجه به مبانی فرهنگی و بومی و اعتقادی کشور خود و با یک پشتوانه قوی نظری به برنامه‌سازی بپردازند.

کتابنامه

قرآن کریم.

اخوت، احمدرضا (۱۳۹۲). دوره‌های رشد تفکر/اجتماعی، از تکلم تا بلوغ، ظهور و مشورت و ادب. تهران: انتشارات قرآن و اهل بیت نبوت (علیهم‌السلام).

اخوت، احمدرضا (۱۳۹۳). فرایندشناسی رشد. تهران: نشر قرآن و اهل بیت نبوت (علیهم‌السلام).

اخوت، احمدرضا (۱۳۹۴). شاکله (معنا و فرایند). تهران: نشر قرآن و اهل بیت نبوت (علیهم‌السلام).

اخوت، احمدرضا (۱۳۹۴). معناشناسی رشد. تهران: نشر قرآن و اهل بیت نبوت (علیهم‌السلام).

اخوت، احمدرضا (۱۳۹۶). فهم قرآن در دبستان و دبیرستان. تهران: انتشارات قرآن و اهل بیت نبوت (علیهم‌السلام).

اخوت، احمدرضا (۱۳۹۸). با کودکان خود طیب سخن بگوییم؛ ویژه محققان کودک. تهران: نشر قرآن و اهل بیت نبوت (علیهم‌السلام).

اخوت، احمدرضا (۱۴۰۱). کتاب مراحل طراحی فعالیت‌های آموزشی. تهران: نشر قرآن و اهل بیت نبوت (علیهم‌السلام).

اخوت، احمدرضا و ادیب، مریم. (۱۳۹۸). سند بایسته‌های تربیت کودک. تهران: نشر قرآن و

- اهل بیت نبوت (علیهم السلام).
 اخوت، احمد رضا و چیت‌چیان، هانی (۱۳۹۷). *سند تولید محتوا برای رسانه*. تهران: قرآن و اهل بیت نبوت (علیهم السلام).
 اخوت، احمد رضا و چیت‌چیان، هانی. (۱۳۹۳). *معناشناسی طیب*. تهران: نشر قرآن و اهل بیت نبوت (علیهم السلام).
 اخوت، احمد رضا و چیت‌چیان، هانی (۱۳۹۰). *کتاب مبانی و مهارت‌های تفکر پرسشی بر اساس آیات و روایات اهل بیت (علیهم السلام)*. تهران: انتشارات قرآن و اهل بیت نبوت (علیهم السلام).
 اخوت، احمد رضا و قاسمی، مریم (۱۳۹۳). *صفت*. تهران: نشر قرآن و اهل بیت نبوت (علیهم السلام).
 اخوت، احمد رضا و کندی، شهربانو. (۱۳۹۰). *پرورش تفکر شنیداری*. تهران: انتشارات قرآن و اهل بیت نبوت (علیهم السلام).
 اخوت، احمد رضا و کندی، شهربانو. (۱۳۹۴). *پرورش تفکر مشاهده‌ای*. تهران: انتشارات قرآن و اهل بیت نبوت (علیهم السلام).
 اخوت، احمد رضا؛ چیت‌چیان، هانی و حاجی‌رجبعلی، کاظم. (۱۳۹۴). *نظام‌سازی طیب*. تهران: نشر قرآن و اهل بیت نبوت (علیهم السلام).
 اخوت، احمد رضا؛ فیاض، فاطمه و ادیب، مریم (۱۳۹۴). *اصول و مهارت‌های خیرگزینی؛ بالابردن توان کنترل و مراقبت در کودکان ۷ تا ۱۴ ساله*. تهران: نشر قرآن و اهل بیت نبوت (علیهم السلام).
 اخوت، احمد رضا؛ قاسمی، مریم؛ چیت‌چیان، هانی و فیاض، فاطمه (۱۳۹۷). *سند تعلیم و تزکیه*. تهران: نشر قرآن و اهل بیت نبوت (علیهم السلام).
 ایمان، محمدتقی و نوشادی، محمود رضا (۱۳۹۰). *تحلیل محتوای کیفی*. پژوهش، سال سوم، (۲)، ۴۴-۱۵.
 باهنر، ناصر و بلندیان، هدی (۱۳۹۲). *الگوی مطلوب برنامه های دینی کودکان (۷-۱۲ ساله) در تلویزیون بر اساس آرای کارشناسان و خبرگان*. علوم خبری، (۷)، ۱۰۹-۱۳۷.
 حسینی، سید یاسر؛ حدادی پیشه، مرتضی؛ کرباسیان، قاسم؛ رمضان، فاطمه؛ علی‌پور، محمود و شریعتی نجف‌آبادی، نجف (۱۳۹۱). *نقد و بررسی برنامه تلویزیونی خونه به خونه، جمعه به جمعه*. فصلنامه کودک، نوجوان و رسانه، (۴).

خوانچه سپهر، شیرزاد؛ ناصری، عرفان و قاضی، احمد (۱۳۹۱). بررسی میزان، نحوه و انگیزه‌های استفاده کودکان از رسانه‌های سنتی و جدید (مطالعه موردی کودکان ۵ تا ۱۰ ساله شهر سنندج). *پژوهش‌های ارتباطی*، ۱۹(۴)، ۳۷-۶۳.

رضایی بایندر، محمدرضا (۱۳۸۲). درآمدی بر نقش تلویزیون در تربیت دینی کودکان و نوجوانان. *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، ۱۰(۳۵)، ۲۲۹-۲۴۰.

روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۹۴). پژوهشی بنیادین در حوزه مفاهیم نظری سیاست‌گذاری رسانه‌ای. *فصلنامه مدیریت دولتی*، ۷(۲۳)، ۴۸۱-۵۰۴.

سپاسگرشهری، ملیحه (۱۳۸۶). اثرات تلویزیون بر کودکان. *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، ۱۴(۵۱)، ۷۸-۱۴.

شریعتمدار، محمدمهدی و باهنر، ناصر (۱۳۹۲). دین، رسانه و کودک. تهران: نهج.

صلواتیان، سیاوش و خوش‌بیان، ابوذر (۱۳۹۷). تدوین راهبردهای مطلوب برای شبکه‌های تلویزیونی استانی صداوسیما از دیدگاه مدیران رسانه ملی و کارشناسان رسانه نوشته سیاوش صلواتیان و ابوذر خوش‌بیان، *فصلنامه علمی رسانه*، ۲۹(۲)، ۹-۳۰.

عظیمی، محمدرحمن و شکرخواه، یونس (۱۳۹۴). کودک، رسانه و ارتباط متقابل. *نشریه علوم و فنون مدیریت اطلاعات*، ۱(۱)، ۴۷-۶۷.

علوی وفا، سعید (۱۳۹۴). چالش‌ها و موضوعات راهبردی رسانه ملی در افق ۱۴۰۴. *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، ۲۴(۸۹)، ۳۱-۶۴.

فرخ‌نژاد، رضا و میرفخرایی، ژا (۱۳۹۸). بررسی هویت‌های کودک مطلوب گفتمان انقلاب اسلامی در شبکه کودک سیمای جمهوری اسلامی ایران. *فصلنامه رسانه‌های دیداری و شنیداری*، ۱۳(۳۲)، ۱۰۹-۱۳۸.

فهمی‌فر، اصغر و ترقی، مرتضی (۱۳۹۰). چالش‌های تعامل دین و تلویزیون با تأکید بر نمایش شخصیت‌های قدسی و معصوم. *فصلنامه رسانه‌های دیداری و شنیداری*، ۷(۱۶)، ۴۲-۸۰.

کرپیندورف، کلوس (۱۳۹۳). مبانی روش‌شناسی تحلیل محتوا. ترجمه هوشنگ ناییبی، تهران: نشر نی.

کریمیان، عباس؛ موسوی مهر، سید محمدمهدی و باقرزاده، اصغر (۱۴۰۰). شیوه‌های تقویت خداآواری در کودک در تلویزیون. *فصلنامه رسانه‌های دیداری و شنیداری*، ۱۵(۴۰)، ۵-۲۹.

کیانی، راضیه (۱۴۰۲). بررسی اثر بخشی بسته آموزشی چند سوره قرآن بر هوش هیجانی و کمرویی دانش آموزان دختر پایه اول دبستان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه

الزهر (سلام الله علیها).

- مختاریان پور، مجید و صمدی، فهیمه (۱۳۹۶). خط‌مشی‌گذاری سازمان صداوسیما در حوزه برنامه‌سازی کودک و نوجوان. *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، (۲۴).
- منتظر قائم، مهدی و حاجی کاظم تهرانی، فاطمه (۱۳۹۳). سواد رسانه‌ای و شیوه‌های نظارتی مادران بر مصرف تلویزیون‌های ماهواره‌ای نوجوانان. *فصلنامه رسانه*، ۲۵ (۴).
- منصور، محمود (۱۳۷۶). *روان‌شناسی ژنتیک*. تهران: انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- نصراللهی، محمدصادق و شریعتمداری، محمدمهدی (۱۳۹۲). *اصول برنامه‌سازی دینی کودک* (در گفتگو با کارشناسان حوزه دین، رسانه و کودک). تهران: نهج.
- نیازی، محسن و ولایتی، اعظم (۱۳۹۱). نقش برنامه‌های دینی تلویزیون بر هویت دینی. *نشریه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی*، ۱ (۱)، ۳۱-۵۵.
- ودودی، الهه (۱۳۸۶). آثار منفی تلویزیون بر سلامت کودکان. *پژوهش‌های ارتباطی*، ۱۴ (۵۰)، ۸۷-۱۱۱.
- هاشمیان، سید محمدحسین و جمالزاده، عالمه (۱۳۹۵). گفت‌وگو با مسئولان رسانه ملی در حوزه کودک. *مطالعات اسلامی زنان و خانواده*، ۳ (۱)، ۷۸-۵۵.

- Anderson, D. R. & Pempek, T. A. (2005). Television and very young children. *American behavioral scientist*, 48(5), 505-522.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood cliffs, NJ: prentice-Hall. Carolyn, soo Kum Yoke; Mohd Anuar, Ahmad Azman; Vasuthavan, Evelyn
- Berk, L. E. (2018). *Development through the lifespan*, Seventh edition, Hoboken, NJ.
- Boldt, G. (2007). *Child-centered vs. media-centered perspectives*, In *Encyclopedia of children, adolescents, and the media*, (156-157), Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc. doi: 10.4135/9781412952606.n71
- Boulianne, S. (2019). Revolution in the making? Social media effects across the globe. *Information, communication & society*, 22(1), 39-54.
- Crain, W. (2014). *Theories of Development Concepts and Applications*. sixth edition.
- Crawford, G. S. (2015). *The economics of television and online video markets*. Handbook of media economics. Elsevier.
- Freedman, D. (2010). Media Policy Silences: The Hidden Face of Communications Decision Making. *International Journal of Press/Politics*, 15(3), 344-361.
- Hermansyah, S.; Nasmilah, N.; Pammu, A.; Saleh, N. J.; Huazheng, H. & Congzhao, H. (2023). Socialization Making Media Learning Interactive E-

- Module based Flippbook in Elementary School 4 Maiwa. *Pengabdian: Jurnal Abdimas*, 1(1), 1-7.
- Hsieh, H. F. & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative health research*, 15(9), 1277-1288.
- Hutchin, D. (2010). *Media policy*, Blackwell press.
- Iosifidis, P. (2007). Public television in the digital era: techological challenges and new strategies for Europe, sage press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. USA: New York university press.
- Lerner, R. M.; Agans, J. P.; DeSouza, L. M. & Hershberg, R. M. (2014). Developmental science in 2025: A predictive review. *Research in Human Development*, (11), 255-272.
- Osei-Hwere, Enyonam (2011). Children's Television Policy and Content Diversity in Ghana. *Journal of Children and Media*, 5(1), 69-85. doi:10.1080/17482798.2011.535283
- Overton, Willis F. & Molenaar, Peter C. M. (2015). *Handbook of child psychology* and Pearson Education, Inc. Pearson.
- Rutherford, L. & Brown, A. (2013). *The Australian Broadcasting Corporation's multiplatform projects: Industrial logics of children's content provision in the digital television era*. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 19(2), 201-221. doi:10.1177/1354856512457749
- Silverstone, Roger (1999). *Why Study the Media?* London: Sage publication
- Sorokas, S. (2008). *Agenda-setting dynamics in Canada*. Vancouver: University of British Columbia Press.
- Talebian, S. (2020). Understanding the characteristics of broadcast media policy in Iran: A thematic policy analysis. *Global Media and Communication*, 16(2), 148-166. <https://doi.org/10.1177/1742766520921906>

References

- Alavivafa, S. (2017). Challenges and Strategic Issues of National Media in Media Perspective Document 1404. *Communication Research*, 24(89), 31-64. (In Persian)
- Anderson, D. R. & Pempek, T. A. (2005). Television and very young children. *American behavioral scientist*, 48(5), 505-522.
- Azimi, M. H. & Shokrkah, Y. (2015). Children, Media and Interaction. *Sciences and Techniques of Information Management*, 1(1), 69-94. (In Persian)
- Azizi, Gholamreza. (2011). Investigation, the definition of a document from different points of view, "Ganjineh Sanad" Quarterly, 21 (81), 120.
- Bahonar, Naser and Bolandian, Hoda (2013). The desired model of religious programs for children (7-12 years old) on television based on the opinions of experts. *News Sciences*, (7), 109-137. (In Persian)
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood cliffs, NJ: prentice-

- Hall, Carolyn, soo Kum Yoke; Mohd Anuar, Ahmad Azman; Vasuthavan, Evelyn
 Berk, L. E. (2018). *Development through the lifespan*, Seventh edition, Hoboken, NJ.
- Boldt, G. (2007). *Child-centered vs. media-centered perspectives*, In *Encyclopedia of children, adolescents, and the media*, (156-157), Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc. doi: 10.4135/9781412952606.n71
- Boulianne, S. (2019). Revolution in the making? Social media effects across the globe. *Information, communication & society*, 22(1), 39-54.
- Crain, W. (2014). *Theories of Development Concepts and Applications*. sixth edition.
- Crawford, G. S. (2015). *The economics of television and online video markets*. Handbook of media economics. Elsevier.
- Fahimifar, A. & Taraghi, M. (2011). TV-Religion Interactivity Challenges in Depicting Sacred Personalities. *Quarterly Scientific Journal of Audio-Visual Media*, 7(16), 42-80. (In Persian)
- Farrokhnejad, R. & Mirfakhraei, T. (2020). The Study of child's identities of the Islamic revolution discourse in the kids network of IRIB.. *Quarterly Scientific Journal of Audio-Visual Media*, 13(32), 109-138. (In Persian)
- Freedman, D. (2010). Media Policy Silences: The Hidden Face of Communications Decision Makin. *International Journal of Press/Politics*, 15(3), 344-361.
- Hashemian, Seyyed Mohammad Hossein and Jamalzadeh, Alemeh. (2016). The desired discourse of the national media in the field of children. *Islamic Studies of Women and Family*, 3(1), 55-78. (In Persian)
- Hermansyah, S.; Nasmilah, N.; Pammu, A.; Saleh, N. J.; Huazheng, H. & Congzhao, H. (2023). Socialization Making Media Learning Interactive E-Module based Flippbook in Elementary School 4 Maiwa. *Pengabdian: Jurnal Abdimas*, 1(1), 1-7.
- Hosseini, S. Y., Haddadi Pisheh, M., Karbasian, Q., Ramezani, F., Alipour, M. and A. Shariati Najafabadi. (2011). Criticism of the television program Khooneh be Khooneh, Jome Be Jome, Children, Adolescent and Media Quarterly, No. 4. (In Persian)
- Hsieh, H. F. & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative health research*, 15(9), 1277-1288.
- Hutchin, D. (2010). *Media policy*, Blackwell press. Iosifidis, P. (2007). Public television in the digital era: technological challenges and new strategies for Europe, sage press.
- Iman, Mohammad Taghi and Noushadi, Mahmoudreza (2019). Qualitative content analysis. *Research*, year 3, number two, 15-44. (In Persian)
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. USA: New York university press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. USA: New York university press. (In Persian)
- Karimian, A., Mousavimehr, S. M. and Bagherzadeh, A. A. (2021). Approaches to Reinforce Child's Theism in Television (IRIB & Children 4-7). *Quarterly Scientific Journal of Audio-Visual Media*, 15(40), 29-5. (In Persian)

- Khancheh Sepehr, S., Naseri, E., & Ghazizadeh, A. (2012). Children Motivations for Using Traditional & Modern Media (A case study of children of 5-10 age in Sanandaj City). *Communication Research*, 19(72), 37-63. (In Persian)
- Kiani R. (1402). An Investigation on the Effectiveness of the Educational Package Based on the Qur'an Comprehension Plan on Students' Emotional Intelligence. Master thesis. Tehran: Al-Zahras University. (In Persian)
- Krippendorff, Klaus (2014). The basics of content analysis methodology. Translated by Houshang Naibi. Tehran: Ney Publishing. (In Persian)
- Lerner, R. M.; Agans, J. P.; DeSouza, L. M. & Hershberg, R. M. (2014). Developmental science in 2025: A predictive review. *Research in Human Development*, (11), 255-272.
- Mansour, Mahmoud. (1376). Genetic psychology. Tehran: Publications of Organization for Studying and Compiling Humanities Books of Universities (Samt). (In Persian)
- Mokhtarianpour, M., & Samadi, F. (2017). Programming Policy-making in the Field of Children and Adolescents in IRIB. *Communication Research*, 24(90), 63-91. (In Persian)
- Montazer Qaem, M & Haji Kazem, F. (2015). Media Literacy and Mechanisms for Mothers to Supervise over Youth Satellite TV Usage. *Rasaneh*, 25(4), 19-44. (In Persian)
- Nasrullahi, Mohammad Sadeq and Shariatmadar, Mohammad Mahdi (2013). Principles of religious planning for children (in conversation with experts in the field of religion, media and children). Tehran: Nahj. (In Persian)
- Niazi Mohsen, Velayati Azam. (1391). The role of religious television programs on religious identity. *Quarterly Journal of Socio-Cultural Development Studies*, 1(1), 31-55. (In Persian)
- Okhovat, Ahmad Reza (2014). The process of development. Tehran; Publishing House of the Holy Quran and Ahl al-Bayt nobovat (peace be upon them). (In Persian)
- Okhovat, Ahmad Reza (2015). The semantics of development. Tehran; Publishing House of the Holy Quran and Ahl al-Bayt nobovat (peace be upon them). (In Persian)
- Okhovat, Ahmad Reza and Adib, Maryam (2019). The document of the requirements of a good child. Tehran; Publishing House of the Holy Quran and Ahl al-Bayt nobovat (peace be upon them). (In Persian)
- Okhovat, Ahmad Reza and Chitchian, Hani (2018). Document of Content Production for the Media. Tehran: Quran and Ahl al-Bayt Publications nobovat (peace be upon them). (In Persian)
- Okhovat, Ahmad Reza. (2013). The periods of development of social thought, from speech to puberty, emergence and consultation and manners. Tehran: Publishing House of the Holy Quran and Ahl al-Bayt nobovat (peace be upon them). (In Persian)
- Okhovat, Ahmad Reza. (2014). The semantics of goodness. Tehran: Publishing House of the Holy Quran and Ahl al-Bayt nobovat (peace be upon them). (In Persian)
- Okhovat, Ahmad Reza. (2015). The structure (meaning and process). Tehran:

- Publishing House of the Holy Quran and Ahl al-Bayt nobovat (peace be upon them). (In Persian)
- Okhovat, Ahmad Reza. (2017). Understanding the Quran in Elementary and High School. Tehran: Quran and Ahl al-Bayt Publications nobovat (peace be upon them). (In Persian)
- Okhovat, Ahmad Reza. (2022). Book of Steps in Designing Educational Activities. Tehran; Quran and Ahl al-Bayt Publications nobovat (peace be upon them). (In Persian)
- Okhovat, Ahmad Reza. Ghasemi, Maryam. (2014). Description. Tehran: Quran and Ahl al-Bayt Publications nobovat (peace be upon them). (In Persian)
- Okhovat, Ahmad Reza., Adib, Maryam. (2019). Document of Child Education Requirements. Tehran; Quran and Ahl al-Bayt Publications nobovat (peace be upon them). (In Persian)
- Okhovat, Ahmad Reza., Chitchian, Hani (2011). Fundamentals and skills of questioning thinking based on the verses and narrations of the Ahlulbayt (peace be upon them). Tehran: Publication of the Quran and Ahlulbayt nobovat (peace be upon them). (In Persian)
- Okhovat, Ahmad Reza., Chitchian, Hani. (2014). Semantics of Tayyib. Tehran: Publication of the Quran and Ahlulbayt nobovat (peace be upon them). (In Persian)
- Okhovat, Ahmad Reza., Chitchian, Hani., Haji-Rajabali, Kazem. (2015). Systematization of Tayyeb. Tehran: Quran and Ahl al-Bayt Publications nobovat (peace be upon them). (In Persian)
- Okhovat, Ahmad Reza., Fayyaz, Fatemeh, Adib, Maryam. (2015). Principles and skills of good choice; increasing the ability to control and monitor in children aged 7 to 14. Tehran; Publication of the Quran and Ahlulbayt nobovat (peace be upon them). (In Persian)
- Okhovat, Ahmad Reza., Qasemi, Maryam., Chitchian, Hani., Fayyaz, Fatemeh. (2018). Document of education and purification. Tehran; Publication of the Quran and Ahlulbayt nobovat (peace be upon them). (In Persian)
- Okhovat, Ahmadsreza (2013). Growth processology. Tehran; The publication of the Qur'an and Ahl al-Bayt nobovat, peace be upon them. (In Persian)
- Okhovat, Ahmadsreza., Kendi, Shahrbanoo. (2011). Cultivating auditory thinking. Tehran: Publications of the Qur'an and Ahl al-Bayt Nabuwat, peace be upon them. (In Persian)
- Okhovat, Ahmadsreza., Kendi, Shahrbanoo. (2014). Cultivating observational thinking. Tehran: Publications of the Qur'an and Ahl al-Bayt Nabuwat, peace be upon them. (In Persian)
- Osei-Hwere, Enyonam (2011). Children's Television Policy and Content Diversity in Ghana. Journal of Children and Media, 5(1), 69-85. doi:10.1080/17482798.2011.535283
- Overton, Willis F. & Molenaar, Peter C. M. (2015). *Handbook of child psychology and Pearson Education, Inc. Pearson.*
- Rezaei Bayander, M. (2003). An introduction to the role of television in the religious education of children and adolescents, Communication Research Quarterly, 10(35), 240-229. (In Persian)

- Roshandel Arbatani, T. (2015). Essential research in the field of theoretical concepts of media policy. *Journal of Public Administration*, 7(3), 481-504. (In Persian)
- Rutherford, L. & Brown, A. (2013). *The Australian Broadcasting Corporation's multiplatform projects: Industrial loiqcs of children's content provision in the diqital television era. Converqence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 19(2), 201-221. doi:10.1177/1354856512457749
- Salavatian, Siavash and Khoshbayan, Abuzar (2018). Formulating Optimal Strategies for Provincial IRIB TV Channels from Perspective of IRIB Managers and Media Experts Siavash Salavatian & Abuzar Khoshbayan. *Rasaneh*, 29(2), 9-30. (In Persian)
- Sepasgar Shahri, M. (2007). The Negative Impacts of TV on Children. *Communication Research*, 14(51), 77-107. (In Persian)
- Shariatmadar, Mohammad Mehdi and Bahonar, Naser (2013). *Religion, Media and Children*. Tehran: Nahj. (In Persian)
- Silverstone, Roger (1999). *Why Study the Media?* London: Sage publication
- Sorokas, S. (2008). *Agenda-setting dynamics in Canada*. Vancouver: University of British Columbia Press.
- Talebian, S. (2020). Understanding the characteristics of broadcast media policy in Iran: A thematic policy analysis. *Global Media and Communication*, 16(2), 148-166. <https://doi.org/10.1177/1742766520921906>
- Vadudi, E. (2007). The Negative effects of TV on Children Health. *Communication Research*, 14(50), 87-111. (In Persian)



پروپوزیشن گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی