راهبردهای هم افزایی میان تربیت سنتی و زیست رسانه‌ای در خانواده ایرانی اسلامی از منظر امام خامنه‌ای (مدظله العالی)

نجمه خادمی، آسیه گلستانی

طلاب سطح دو.مدرسه علمیه ریحانه الرسول علیهاالسلام شهرستان قشم
استادراهنما مدرسه علمیه ریحانه الرسول علیهاالسلام شهرستان قشم

MDOI-02-2026.0564
MNR-585-2-A0D73F

چکیده

تحولات زیست رسانه‌ای، چالش‌ها و فرصت‌هایی را پیش‌روی خانواده ایرانی ـ اسلامی قرار داده است. خانواده، به‌عنوان محور انتقال ارزش‌های دینی و فرهنگی، نیازمند راهبردهایی برای هم‌افزایی میان تربیت سنتی و اقتضائات رسانه‌ای است. از منظر مقام معظم رهبری (مدّظلّه‌العالی)، رسانه می‌تواند تقویت‌کننده نقش تربیتی خانواده باشد. این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی و با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای و بیانات معظم‌له، به بررسی راهبردهای هم‌افزایی میان این دو حوزه پرداخته است. یافته‌ها نشان می‌دهد که استفاده هدفمند از رسانه در قالب آموزش دینی، توانمندسازی والدین، تولید محتوای بومی، و طراحی الگوی تربیتی بومی مبتنی بر عقلانیت رسانه‌ای، می‌تواند منجر به ارتقاء کیفیت تربیت فرزندان و تقویت بنیان خانواده در برابر تهدیدات رسانه‌ای شود.

واژگان کلیدی: تربیت، زیست رسانه‌ای، خانواده ایرانی ـ اسلامی، هم‌افزایی، مقام معظم رهبری

مقدمه

تربیت فرزندان در نهاد خانواده، اساسی‌ترین بستر شکل‌گیری شخصیت، هویت فردی و اجتماعی و رفتارهای اخلاقی انسان‌هاست. خانواده، به‌ویژه در جامعه ایرانی ـ اسلامی، همواره جایگاه نخست را در انتقال ارزش‌های دینی، فرهنگی و اخلاقی بر عهده داشته و نقش محوری آن در سلامت و پایداری جامعه مورد تأکید قرار گرفته است. با این حال، تحولات گسترده در عرصه فناوری و رسانه، به‌ویژه در دهه‌های اخیر، ساختارها و کارکردهای سنتی خانواده را تحت‌تأثیر قرار داده است. ظهور پدیده زیست رسانه‌ای و گسترش فضای مجازی، شکل جدیدی از سبک زندگی را پدید آورده که تربیت در خانواده را با چالش‌ها و فرصت‌های تازه‌ای مواجه ساخته است.

در این وضعیت جدید، بسیاری از والدین در مواجهه با تحولات رسانه‌ای دچار نوعی سردرگمی شده‌اند؛ از یک سو، وابسته به سنت‌های تربیتی مجرب، دینی و فرهنگی‌اند و از سوی دیگر، ناگزیر از پاسخ به نیازهای فرزندان خود در محیطی رسانه‌زده و دیجیتالی. همین امر، لزوم بازتعریف نقش والدین، اصلاح نگرش‌ها و تدوین راهبردهای تربیتی متناسب با شرایط جدید را ضروری ساخته است. در واقع، پرسش اصلی این است که راهبردهای هم‌افزایی میان تربیت سنتی و زیست رسانه‌ای در خانواده ایرانی ـ اسلامی از منظر مقام معظم رهبری چیست؟

با توجه به اهمیت تربیت و تأثیر عمیق رسانه بر خانواده‌ها، پژوهش حاضر با هدف بررسی راهبردهای هم‌افزایی میان تربیت سنتی و زیست رسانه‌ای در خانواده ایرانی ـ اسلامی و با تمرکز بر دیدگاه‌های مقام معظم رهبری (مدّظلّه‌العالی) انجام شده است. اهداف اصلی این پژوهش عبارت‌اند از: ۱) تبیین چالش‌ها و فرصت‌های زیست رسانه‌ای برای خانواده، ۲) تحلیل ابعاد تربیت سنتی و ظرفیت‌های آن، ۳) استخراج و ارائه راهبردهای هم‌افزایی از منظر مقام معظم رهبری، ۴) ارائه الگوهای کاربردی برای خانواده در تربیت فرزندان در فضای رسانه‌ای.

پیشینه پژوهش در این حوزه، عمدتاً به بررسی تأثیرات فضای مجازی بر خانواده یا نقد آسیب‌های تربیتی ناشی از رسانه محدود بوده است. برخی پژوهش‌ها بر اهمیت بازسازی تربیت سنتی در شرایط جدید تأکید کرده‌اند و برخی دیگر به موضوعاتی همچون سواد رسانه‌ای والدین یا آموزش دینی در فضای مجازی پرداخته‌اند؛ اما تاکنون پژوهشی جامع که به بررسی هم‌افزایی راهبردی این دو حوزه از منظر مقام معظم رهبری بپردازد، صورت نگرفته است. خلأ چنین پژوهشی، ضرورت و نوآوری مطالعه حاضر را مشخص می‌سازد.

از آنجا که مقام معظم رهبری همواره بر حفظ هویت فرهنگی و دینی خانواده ایرانی در مواجهه با هجمه‌های رسانه‌ای تأکید دارند، بررسی دیدگاه‌های ایشان می‌تواند راهگشای خانواده‌ها، مربیان و

سیاست‌گذاران برای تربیت نسل آگاه، مؤمن و مقاوم در زیست رسانه‌ای باشد. پژوهش حاضر بر آن است تا با تلفیق مبانی تربیتی سنتی با ظرفیت‌های رسانه‌ای، زمینه ارائه الگویی بومی و مؤثر برای تربیت اسلامی در عصر دیجیتال را فراهم آورد.

الف: مفهوم شناسی

۱.تربیت

بیشتر لغت‌شناسان واژه «تربیت» را از ریشه «ربب» می‌دانند که به معنای «ایجاد حالت جدید در چیزی تا رسیدن به کمال» است. راغب اصفهانی در مفردات آن را چنین تعریف می‌کند: «الرّبّ فی الأصل: التربیة، و هو إنشاء الشیء حالاً فحالاً إلی حد التمام» (راغب اصفهانی، مفردات، ص۳۳۶).

برخی لغت‌شناسان ریشه تربیت را «ربو» می‌دانند که معنای رشد و افزایش جسمانی و مادی دارد، نظیر آنچه که در قرآن آمده است: «ربِ ارْحمهما کما رَبّیانِی صَغیراً» (اسراء/۲۴) که مفهوم آن تغذیه و رشد جسم است، نه بالیدن معنوی (مصطفوی، التحقیق فی کلمات القرآن، ۳۴/۴).

قرآن برای مفهوم رشد معنوی و اخلاقی واژه‌هایی مانند «تزکیه»، «انبات» و «صنع» را به جای تربیت به کار می‌برد. «تزکیه» به معنای رشد همراه با پاکی و تقوا است و در قرآن مرتبط با تزکیه نفوس و تعلیمات نبوی است (مثل آیه آل عمران/۱۶۴).

تربیت در قرآن بیشتر وجه مادی و رشد جسمی را شامل می‌شود، و جنبه معنوی را با واژه تزکیه بیان می‌کند.

از نظر رویکرد تربیتی، در قرآن نقش متربی محور تأکید شده است. یعنی برخلاف روش مربی‌محور و تحکم‌آمیز، اساس تربیت در قرآن بر آزادی، انتخاب، تفکر و مسئولیت متربی استوار است؛ مثال بارز در تربیت لقمان به فرزندش در سوره لقمان (آیات ۱۳-۱۹) و نیز رفتار حضرت ابراهیم با پدر و قومش. روش تربیت در قرآن بیشتر بر موعظه و انذار مبتنی است که هدف آن اقناع و آگاهی بخشی است نه تحمیل و تسلیم.

۲.زیست

تعریف لغوی زیست: واژه «زیست» به معنای «حیات» و «زندگی» آمده است. برای ریشه «ح ی و» معانی اصلی زندگی، زنده بودن، ضد مرگ و مردگی را ذکر میکند. فعل «حَیَا یَحْیَا» به معنای زنده شد و زندگی کرد است. همچنین به مشتقاتی مانند «حَیّ» (زنده)، «حَیَاۀ» (زندگی) و «مَحْیَا» (محل زندگی یا روش زندگی) اشاره میکند که در کتاب العین، یکی از قدیمی‌ترین لغتنامه‌های عربی است وبه بررسی ریشه‌های لغوی واژه‌ها می‌پردازد. (الخلیل بن احمد الفراهیدی، جلد و صفحه: جلد ۷، صفحه ۳۴۱ چاپ دار الهجره)

در لسان العرب، که یکی از معتبرترین لغت‌نامه‌های عربی است، واژه «زیست» به معنای «حیات» و «زندگی» ذکر شده است. این اثر در قرن هشتم هجری تألیف شده و به تفصیل به معانی واژه‌ها پرداخته است.

تاج العروس، شرحی است بر القاموس فیروزآبادی و در قرن دوازدهم هجری تألیف شده است. در این اثر، واژه «زیست» به معنای «حیات» و «زندگی» آمده است. زبیدی در این کتاب به بررسی ریشه‌های لغوی و معانی واژه‌ها پرداخته است.

در آثار الزبیدی، واژه «زیست» نیز به معنای «حیات» و «زندگی» ذکر شده است. الزبیدی در قرن دوازدهم هجری می‌زیسته و در زمینه لغت‌شناسی عربی آثار متعددی دارد.

تعریف اصطلاحی زیست: «زیست» در اصطلاح علوم اجتماعی و مطالعات فرهنگی، صرفاً به معنای حیات زیستی و بقا نیست، بلکه به مجموعه‌ای از شیوه‌ها، الگوها و سبک‌های زندگی فردی و جمعی در بستر تاریخی، فرهنگی و اجتماعی اطلاق می‌شود. در این معنا، «زیست» نحوه حضور و کنش انسان در عرصه‌های مختلف زندگی ـ اعم از سنتی، اجتماعی، دینی و رسانه‌ای ـ را شامل می‌گردد.

بنابراین، در ترکیب «زیست رسانه‌ای»، مقصود نوع خاصی از حیات و سبک زندگی است که تحت تأثیر رسانه‌ها شکل می‌گیرد و در تعامل یا تقابل با الگوهای سنتی زیست خانواده ایرانی اسلامی قرار دارد.

هابرماس، یورگن. کنش ارتباطی و زیست‌جهان، ترجمه محمود رامیار، نشر مرکز، تهران.

تعریف می‌شود که نزدیک به مفهوم «زیست» در علوم Lebenswelt در این منبع «زیست‌جهان اجتماعی است.(فرهنگ علوم اجتماعی، مدخل «زیست‌جهان / زیست»، نشر نی.)

۳.تربیت رسانه ای

تربیت رسانه‌ای به فرآیند آموزش برای فهم، تحلیل و استفاده آگاهانه از رسانه‌ها گفته می‌شود. این مفهوم با رشد رسانه‌ها در زندگی اجتماعی اهمیت یافته و برای درک بهتر آن، شناخت معانی واژگان «تربیت» و «رسانه» ضروری است.

تعریف لغوی تربیت: در لسان العرب ابن منظور، واژه‌ی «تربیت» را از ریشه‌ی «رَبَبَ» و «رَبَوَ» دانسته و چنین می‌نویسد:«الرَّبُّ: هو المُصلِحُ للأشياءِ، المُرَبّی لها، القائمُ عليها بالتَّدبير والتغذيةِ والسّياسةِ «ربّ» کسی است که امور را اصلاح می‌کند، آن‌ها را پرورش می‌دهد و با تدبیر، تغذیه و سیاست بر آن‌ها نظارت دارد. (ابن منظور، ۱۴۱۴ق، ج۱، ص۳۹۵)

همچنین در مورد فعل «رَبَّ يَرُبُّ» آمده است: « رَبَّ الوَلَدَ يَرُبُّهُ تَربِيةً: نَشَّأَهُ و أحسنَ القِيامَ عليه کودک را پروراند، یعنی او را پرورش داد و به خوبی سرپرستی کرد.

در تاج العروس زبیدی: نیز همین معنا را تأیید کرده و می‌نویسد: «رَبَّ الولدَ تَربیةً: نَمّاهُ و هَیّأهُ لِکمالِه شیئاً بعدَ شیءٍکودک را پرورش داد، یعنی او را مرحله به مرحله رشد داد و برای رسیدن به کمالش آماده کرد»(زبیدی، بی‌تا، ج۱، ص۴۳۸)

در العین خلیل بن احمد فراهید، ریشه‌ی «ربو» به معنای رشد، زیادت و بالا رفتن آمده است.«الرَّبْوُ: الزّیادةُ و النَّماء، و یُقال: رَبَتِ الأرضُ إذا ارتفعت و نَمَت : ربو به معنای افزایش و رشد است، و گفته می‌شود زمین "ربَت" کرد، یعنی بالا آمدو رشد یافت»(فراهیدی، ۱۴۲۳ق، ج۷، ص۲۵۰)

در مفردات الفاظ قرآن راغب اصفهانی می‌نویسد:«الرَّبُّ فی الأصلِ: التَّربیةُ، و هی إنشاء الشیءِ حالاً فحالاً إلی حدِّ التّمام؛ رب در اصل به معنای تربیت است، یعنی رشد دادن چیزی مرحله‌به‌مرحله تا رسیدن به نقطه‌ی کمال.»(راغب، ۱۴۱۲ق، ص۳۶۵)

واژه‌ی «رسانه» ریشه‌ی عربی ندارد و در زبان فارسی ساخته شده از «رساندن» است. در متون عربی معادل‌هایی مانند وسائل الإعلام، الإعلام و وسائط الاتصال به کار می‌رود که ریشه‌ی آن‌ها از فعل «أعْلَمَ» و «وَسَطَ» گرفته شده‌اند.

در لسان العرب در ماده‌ی «عَلِمَ» آمده است: «الإعلامُ: الإیصالُ إلی العلم، و أعْلَمَهُ الشیءَ: أوصَلَ إلیهِ معرفتَه؛ الإعلام یعنی رساندن خبر و آگاه‌سازی؛ و أعْلَمَ یعنی چیزی را به دیگری فهماند یا او را مطلع ساخت.(ابن منظور، ۱۴۱۴ق، ج۱۲، ص۴۱۱).

در تاج العروس در باب «ع ل م»، زبیدی نیز می‌نویسد:«الإعلام: نَقلُ المعنی إلی ذهنِ الغیر بوساطةٍ ما الإعلام یعنی انتقال معنا به ذهن دیگری از طریق یک واسطه (زبیدی، بی‌تا، ج۱۰، ص۵۲).

در «العین»، خلیل بن احمد درباره‌ی «عَلِمَ» می‌نویسد: «العِلمُ: نقیضُ الجَهل، و الإعلامُ إیصالُه إلی غیرِک علم ضد جهل است، و إعلام یعنی آن را به دیگری رساندن(فراهیدی، ۱۴۲۳ق، ج۵، ص۱۵).

در ترکیب «تربیت رسانه‌ای»، این دو مفهوم به هم می‌پیوندند: یعنی رشد و پرورش انسان برای مواجهه‌ی آگاهانه و مسئولانه با پیام‌هایی که از طریق ابزارهای ارتباطی به او می‌رسند.

۴.راهبرد

در حوزه‌های مختلف مدیریتی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی، واژه‌های متعددی برای توصیف شیوه‌ها و مسیرهای تحقق اهداف به‌کار می‌روند. یکی از پرکاربردترین این مفاهیم، «راهبرد» یا همان «استراتژی» است که به‌عنوان یک مفهوم کلیدی در تحلیل‌ها و طراحی‌های کلان مورد توجه قرار دارد. راهبرد، ناظر به برنامه‌ریزی بلندمدت، هدفمند و آینده‌نگر برای هدایت امور در مسیر مطلوب است.درادامه، به بررسی مفهوم لغوی و اصطلاحی راهبرد پرداخته می‌شود تا زمینه‌ی درک دقیق‌تر این واژه در کاربردهای علمی و اجرایی فراهم گردد.

تعریف لغوی راهبرد: واژه‌ی «راهبرد» معادل فارسی‌شده‌ی اصطلاح عربی و بین‌المللی «استراتیجی است که در زبان‌های گوناگون با ریشه‌ی یونانی strategos (فرماندهی نظامی) به‌کار رفته است. اما در بررسی ریشه‌های واژه‌ی راهبرد در متون لغوی اصیل عربی، واژگانی همچون «تدبیر»، «خطة»، «سیاست» و «دَبْر» به‌عنوان مفاهیم بنیادین این اصطلاح مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

در لسان العرب، واژه‌ی «تدبیر» چنین تعریف شده است، « التدبیر: تصریف الأمر علی وجهٍ یُوصِل إلی المقصود» (تدبیر، اداره و پیش‌برد امور به‌گونه‌ای است که به هدف نهایی منجر شود) (ابن منظور، ۱۴۱۴ق، ج۴، ص ۳۳۷)

در تاج العروس نیز واژه‌ی «خُطَّة» به معنای برنامه‌ی سنجیده برای اقدامات آتی در حوزه‌های گوناگون به‌ویژه در جنگ و سیاست آمده است: «الخُطَّةُ: الطَّریقَةُ المرسومةُ لسَیْرِ الأمورِ فی الحربِ أو السِّلْم»(زبیدی، بی‌تا، ج۱۹، ص ۳۸۲)

راغب اصفهانی نیز در تعریف واژه‌ی «تدبیر» آورده است:« التدبیر هو إدامة النظر فی العواقب لترتیب الأمور علی أحسن نظامتدبیر عبارت است از تأمل و اندیشه در عواقب کارها به‌منظور تنظیم امور به‌نیکوترین شیوه» (راغب، ۱۴۱۲ق، ص ۳۰۴).

با توجه به این معانی، می‌توان گفت راهبرد در لغت، ناظر به نوعی اندیشیدن هدفمند، نظام‌مند و آینده‌نگر برای رسیدن به مقصدی معین است که معمولاً در قالب برنامه‌ریزی کلان و سازمان‌یافته تحقق می‌یابد.

در اصطلاح، «راهبرد» (استراتژی) به مجموعه‌ای از تصمیمات و اقدامات بلندمدت اطلاق می‌شود که با هدف دستیابی به اهداف کلان و جهت‌دهی منابع سازمانی یا فردی در محیطی پویا و رقابتی طراحی می‌گردد. راهبرد تعیین می‌کند که یک نهاد چه کاری را، چگونه، در چه زمانی و با چه منابعی انجام دهد تا در مسیر تحقق چشم‌انداز خود قرار گیرد. راهبرد ترکیبی است از تحلیل محیط، انتخاب هوشمندانه مسیر حرکت، استفاده بهینه از منابع، و پایبندی به رسالت سازمانی یا ارزشی که در نهایت به مزیت رقابتی پایدار یا تحقق مأموریت مطلوب می‌انجامد.

۵.هم افزایی

در حوزه‌های علوم انسانی، تعلیم و تربیت، مدیریت و ارتباطات، واژه‌ها و مفاهیم گوناگونی برای توصیف تعامل و همکاری به‌کار می‌روند که یکی از مهم‌ترین آن‌ها، مفهوم «هم‌افزایی» است. در ادامه، به بررسی مفهوم لغوی و اصطلاحی این واژه پرداخته می‌شود.

تعریف لغوی هم‌افزایی: واژه‌ی «هم‌افزایی» در زبان فارسی مرکب از «هم» (به معنای با هم، مشترک) و «افزایی» (از مصدر افزودن) است و در مجموع به معنای «افزودن توأمان نیروها یا ظرفیت‌ها» برای دستیابی به نتیجه‌ای فراتر از مجموع اجزای منفرد به‌کار می‌رود:

در منابع معادل عربی آن، از اصطلاحاتی چون «تآزر»، «التکامل»، و «التعاون البنّاء» استفاده می‌شود که ریشه در واژگانی مانند «أزر» (پشت دادن، تقویت کردن) و «کمل» (کامل شدن با مشارکت دیگران) دارند.

در لسان العرب، در ذیل ماده‌ی «أزر»، ابن منظور می‌نویسد:«الأَزْرُ: القوّة، و قد أَزَرْتُه أَزْراً، أَعَنْتُه و شددتُ أمرَه؛ أزر به معنای نیروی تقویت‌کننده است، و أزرته یعنی او را یاری دادم و کارش را استحکام بخشیدم». (ابن منظور، ۱۴۱۴ق، ج۴، ص۲۲)

در تاج العروس نیز آمده است: « تآزر القومُ: تعاونوا و تقوَّوْا بعضُهم بعضاً؛ قوم هم‌افزایی کردند، یعنی با هم همکاری کردند و یکدیگر را تقویت نمودند(زبیدی، بی‌تا، ج۹، ص۲۶۸)

در اصطلاح، هم‌افزایی(Synergy) به وضعیتی اطلاق می‌شود که در آن تعامل، همکاری یا تجمیع عناصر مختلف، منجر به نتیجه‌ای می‌شود که فراتر از جمع ساده‌ی اثرات تک‌تک آن عناصر است. این مفهوم در حوزه‌های گوناگون از جمله مدیریت، تعلیم و تربیت، رسانه و علوم اجتماعی، به عنوان یک اصل کلیدی برای ارتقاء بهره‌وری، اثربخشی و نوآوری شناخته می شودهم‌افزایی نوعی هم‌گرایی خلاقانه و هدفمند میان اجزای گوناگون یک نظام است که به تولید ارزش افزوده و نتایجی فراتر از عملکردهای منفرد منجر می‌شود. این مفهوم، تلفیقی است از عقلانیت ارتباطی، همدلی سازمانی، و نگاهی کل‌گرایانه به توسعه و حل مسائل، که در نهایت موجب پویایی و تعالی نظام‌های انسانی و اجتماعی می‌گردد.

ب: راهبردهای هم افزایی میان تربیت سنتی و زیست رسانه ای

راهبرد هم‌افزایی میان تربیت سنتی و زیست رسانه‌ای به معنای استفاده هم‌زمان و هماهنگ از آموزه‌های ارزشمند تربیت سنتی و ظرفیت‌های گسترده رسانه‌های نوین است تا ضمن حفظ اصالت‌های فرهنگی و دینی، نسل جوان بتواند در دنیای پیچیده و متغیر امروز به شکلی آگاهانه و متعهد زندگی کند. تربیت سنتی با تکیه بر اصول اخلاقی، دینی و فرهنگ بومی، پایه‌های مستحکم هویت فرد و خانواده را می‌سازد، در حالی که زیست رسانه‌ای به واسطه تأثیرگذاری عمیق و گسترده رسانه‌های دیجیتال، فرصت‌ها و چالش‌های جدیدی را پیش روی تربیت قرار داده است.

مقام معظم رهبری در بیانات متعدد خود به نقش حیاتی رسانه‌ها در شکل‌دهی فرهنگ و تربیت اشاره کرده‌اند و تأکید دارند که «رسانه‌ها باید در خدمت حفظ و تقویت فرهنگ اسلامی و هویت دینی خانواده‌ها باشند» (بیانات در دیدار با خانواده‌های شهدا، ۱۳۹۷).

ایشان هشدار داده‌اند که «اگر فضای رسانه‌ای به دست فرهنگ بیگانه بیفتد، ممکن است بنیان‌های خانواده و جامعه را دچار آسیب جدی کند». (بیانات در دیدار با جوانان، ۱۳۹۶)

بنابراین، راهبرد هم‌افزایی بر آن است که خانواده‌ها، نهادهای تربیتی و رسانه‌ها با همکاری و هماهنگی، ضمن حفظ و تقویت ارزش‌های سنتی، از ظرفیت‌های رسانه‌ای برای آموزش، انتقال مفاهیم دینی

و فرهنگی، و افزایش توانمندی‌های تربیتی والدین بهره‌مند شوند. این رویکرد هم‌زمان بر «ایجاد سواد رسانه‌ای»، «تولید محتوای هم سو با فرهنگ بومی» و «ارتقای کیفیت تعاملات خانوادگی در فضای دیجیتال» تأکید دارد تا نسل امروز، نه تنها در برابر هجمه‌های فرهنگی مقاوم باشد، بلکه بتواند با هوشمندی و آگاهی، نقش مؤثر و سازنده‌ای در جامعه اسلامی ایفا کند. مهمترین راهبردهای به شرح زیر است:

کارکردهای مکمل رسانه در تقویت ارزش های سنتی خانواده

رسانه می‌تواند با نقش مکمل، در تقویت ارزش‌های سنتی خانواده بسیار مؤثر باشد. از جمله کارکردهای آن، بازنمایی الگوهای رفتاری مثبت خانواده‌محور، ترویج سبک زندگی اسلامی-ایرانی، آموزش مفاهیم اخلاقی و دینی به زبان ساده و جذاب، و ایجاد هم‌دلی نسلی از طریق برنامه‌های گفت‌وگومحور و داستانی است. رسانه‌های بومی اگر هم‌سو با فرهنگ سنتی تولید شوند، می‌توانند در تبیین نقش والدین، تقویت روابط عاطفی خانوادگی، و انتقال غیرمستقیم ارزش‌ها به فرزندان نقش مؤثری ایفا کنند و مکمل تربیت سنتی در خانه باشند. از منظر مقام معظم رهبری، رسانه باید در خدمت ترویج و تقویت ارزش‌های دینی، اخلاقی و خانوادگی باشد. ایشان می‌فرمایند: رسانه باید در جهت تحکیم بنیان خانواده، تقویت اخلاق اسلامی، و گسترش سبک زندگی ایرانی اسلامی حرکت کند(بیانات در دیدار با مسئولان رسانه ملی، ۱۳۹۴).

رهبر انقلاب همچنین تأکید دارند که رسانه نباید صرفاً ابزار سرگرمی باشد، بلکه باید با محتوای سازنده، خانواده‌ها را در تربیت نسل جوان یاری دهد. از دیدگاه ایشان، رسانه زمانی ارزشمند است که هم‌سو با فرهنگ اسلامی حرکت کرده و نقش پشتیبان تربیت خانوادگی را ایفا کند. رسانه می‌تواند آموزش‌دهنده باشد، تربیت‌کننده باشد، آگاهی‌دهنده باشد... این‌ها فرصت است اگر در جهت درست به کار گرفته شود (بیانات در دیدار با اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۱).

بنابر این با توجه به دیدگاه مقام معظم رهبری، رسانه اگر به‌درستی هدایت شود، می‌تواند نقشی مکمل و تقویت‌کننده در کنار تربیت سنتی خانواده ایفا کند. رسانه نه‌تنها ابزاری برای انتقال مفاهیم، بلکه بستری برای تثبیت ارزش‌های دینی، اخلاقی و فرهنگی در فضای زندگی امروزی است. استفاده هدفمند از رسانه، تولید محتوای بومی هم‌سو با فرهنگ اسلامی، و ارتقای سواد رسانه‌ای خانواده‌ها، از جمله راهبردهایی است که می‌تواند به هم‌افزایی میان تربیت سنتی و زیست رسانه‌ای منجر شود. رسانه نه تهدید، بلکه فرصتی برای بازسازی و تقویت بنیان خانواده خواهد بود، به شرط آن‌که با نگاه تربیتی و فرهنگی به کار گرفته شود. که در ادامه به چند مورد آن می پردازیم:

۱. رسانه، پشتیبان تربیت سنتی در خانواده ایرانی-اسلامی

رسانه‌های هم‌سو با فرهنگ اسلامی می‌توانند به‌عنوان پشتیبان و تقویت‌کننده نظام تربیتی سنتی در خانواده عمل کنند. از طریق بازنمایی الگوهای موفق فرزندپروری، ترویج آداب‌ورسوم اصیل، و پرداختن به نقش والدین در شکل‌دهی شخصیت فرزندان، رسانه‌ها می‌توانند فرآیند تربیت را از فضای محدود خانواده به

محیطی گسترده‌تر منتقل کنند. این پشتیبانی در صورتی مؤثر خواهد بود که محتوای رسانه‌ای بر اساس ارزش‌های اسلامی و بومی طراحی شده باشد.

۲. نقش رسانه در ترویج سبک زندگی دینی و اخلاق‌محور

رسانه می‌تواند با روایت‌های تصویری، مستندات فرهنگی، و برنامه‌های جذاب آموزشی، سبک زندگی مبتنی بر اخلاق، دین‌مداری، قناعت، احترام متقابل و تعهد خانوادگی را به نسل جدید منتقل کند. این ترویج غیرمستقیم اما مؤثر، به ویژه زمانی که رسانه در خدمت خانواده قرار گیرد، جایگزین تهاجم نرم فرهنگی غرب خواهد شد و موجب بازسازی سبک زندگی اسلامی در بستر اجتماعی خواهد شد.

۳. هم‌افزایی رسانه و خانواده در تقویت هویت فرهنگی نسل جدید

در دنیای امروز که نوجوانان و جوانان بیشتر وقت خود را در فضای رسانه‌ای می‌گذرانند، اگر خانواده و رسانه به‌صورت هماهنگ عمل کنند، می‌توانند به حفظ و تقویت هویت دینی و فرهنگی نسل جدید کمک کنند. این هم‌افزایی در قالب ارائه پیام‌های یکپارچه، آموزش مهارت‌های زندگی بر مبنای فرهنگ ایرانی-اسلامی، و پاسخگویی به نیازهای شناختی نسل جوان شکل می‌گیرد و مانع از بحران هویت در فضای رسانه‌ای می‌شود.

۴. دیدگاه مقام معظم رهبری درباره کارکرد فرهنگی رسانه‌ها

مقام معظم رهبری بارها تأکید کرده‌اند که رسانه نباید صرفاً سرگرم‌کننده باشد، بلکه باید در جهت تربیت دینی، ارتقاء فرهنگی، و تحکیم بنیان خانواده فعالیت کند. ایشان رسانه را ابزاری در خدمت تمدن‌سازی نوین اسلامی می‌دانند و معتقدند اگر رسانه به‌درستی هدایت شود، می‌تواند بزرگ‌ترین فرصت برای ترویج ارزش‌های اصیل باشد. این نگاه راهبردی، جایگاه رسانه را از ابزار صرف به یک عامل تربیتی ارتقاء می‌دهد.

ج: توانمند سازی والدین برای ایفای نقش دوگانه سنتی مدرن

در عصر حاضر، والدین با چالش تربیت فرزندانی مواجه‌اند که در بستر سنت‌های فرهنگی و دینی رشد می‌کنند، اما در دل یک زیست رسانه‌ای پیچیده و جهانی زندگی می‌کنند. ایفای نقش مؤثر در این فضای دوگانه، مستلزم توانمندسازی والدین برای حفظ ارزش‌های اصیل سنتی از یک‌سو و بهره‌گیری هوشمندانه از ابزارهای نوین تربیتی از سوی دیگر است. از منظر مقام معظم رهبری، والدین باید ضمن پایبندی به اصول اخلاقی و فرهنگی اسلامی، با کسب سواد رسانه‌ای و شناخت تحولات نوین، به مربیانی آگاه، منعطف و هم‌زمان سنت‌محور و مدرن تبدیل شوند.

همچنین والدین برای ایفای نقش مؤثر در تربیت فرزندان امروز، باید میان سنت‌های اصیل و ابزارهای نوین تعادل ایجاد کنند. از نگاه رهبر انقلاب، این توانمندی با تقویت سواد رسانه‌ای و آگاهی تربیتی به دست می‌آید.

۱. تقویت نقش هویتی والدین در تربیت

امام خامنه‌ای خانواده را اولین و مهم‌ترین نهاد تربیتی می‌دانند. والدین باید جایگاه خود را به عنوان مربی اصلی درک کرده و اجازه ندهند رسانه یا مدرسه نقش محوری آن‌ها را کمرنگ کند

«پدر و مادر نقش اساسی در تربیت دارند؛ آن‌جایی که باید پایه‌های اصلی تربیت نهاده شود، خانواده است، نه مدرسه و رسانه» (بیانات در دیدار با معلمان، ۱۳۸۱/۱۸/۰۲)

۲.ارتقاء سواد رسانه‌ای والدین

توانمندسازی والدین بدون سواد رسانه‌ای امکان‌پذیر نیست. شناخت ساختار رسانه‌ها، محتواهای مخرب و روش استفاده مفید از فضای مجازی، برای ایفای نقش تربیتی والدین حیاتی است

«امروز اگر کسی سواد رسانه‌ای نداشته باشد، نمی‌تواند جلوی نفوذ دشمن را در ذهن و زندگی فرزندانش بگیرد» (بیانات در دیدار با اعضای شورای‌عالی فضای مجازی،۱۳۹۷).

۳.حفظ ارزش‌های سنتی در بستر فناوری

والدین باید به جای حذف فناوری، از آن برای انتقال مفاهیم دینی، اخلاقی و فرهنگی استفاده کنند. بهره‌گیری از ابزارهایی مانند داستان‌گویی چندرسانه‌ای، فیلم‌های آموزشی بومی و اپلیکیشن‌های تربیتی، مصداق این راهبرد است.

«ما با فناوری و ابزارهای جدید مخالف نیستیم، بلکه باید آن را در خدمت فرهنگ و دین قرار دهیم».(بیانات در دیدار با نخبگان، ۱۳۹۳/۰۷/۳۰).

۴.تقویت ارتباط عاطفی والدین و فرزندان

در شرایطی که رسانه‌ها به دنبال جذب عاطفی نوجوانان‌اند، والدین باید با محبت، گفت‌وگو، هم‌نشینی و شنیدن دغدغه‌های فرزندان، رابطه‌ای صمیمی و پایدار ایجاد کنند تا نقش تربیتی‌شان مؤثر باقی بماند.

«محبت والدین به فرزندان و همراهی آن‌ها با یکدیگر، زمینه‌ساز تربیت صحیح است»(بیانات در دیدار با خانواده‌های شهدا، ۱۳۹۴)

۵.نظارت فعال، نه کنترل‌گرایانه

کنترل افراطی یا رهاسازی کامل فرزندان در فضای مجازی، هر دو آسیب‌زا هستند. راهبرد پیشنهادی، نظارت همراه با گفت‌وگوی فعال و تقویت تفکر انتقادی در فرزندان برای تحلیل محتوای رسانه‌ای است.

«نصیحت، هدایت و همراهی پدر و مادر، بیش از هر ابزار دیگر در تربیت فرزند مؤثر است»(بیانات در دیدار با دانش‌آموزان، ۱۳۸۳).

۶. بهره‌گیری از تولیدات رسانه‌ای سالم

والدین باید منابع رسانه‌ای مناسب را شناسایی و در اختیار فرزندان قرار دهند. فیلم‌های ارزشی، مستندهای فرهنگی، انیمیشن‌های دینی و کانال‌های آموزشی مفید، گزینه‌هایی هستند که می‌توانند در

مسیر تربیت دینی مدرن مؤثر باشند. «رسانه باید ابزار رشد فرهنگی باشد، نه وسیله تضعیف اخلاق و ایمان»(بیانات در دیدار با مسئولان صدا و سیما، ۱۳۸۳/۰۹/۱۱).

د: استفاده از رسانه برای آموزش مفاهیم دینی، اخلاقی و فرهنگی

در عصر حاضر، رسانه‌ها به بخش جدایی‌ناپذیری از زیست روزمره خانواده‌ها تبدیل شده‌اند و نقشی تعیین‌کننده در شکل‌دهی به باورها، ارزش‌ها و رفتارهای نسل جدید ایفا می‌کنند. در این میان، یکی از راهبردهای مؤثر در هم‌افزایی میان تربیت سنتی و زیست رسانه‌ای، استفاده هدفمند و هوشمندانه از رسانه برای انتقال مفاهیم دینی، اخلاقی و فرهنگی است. رسانه‌ها می‌توانند با تولید محتوای متناسب با آموزه‌های اسلامی ـ ایرانی، بستری جذاب و مؤثر برای آموزش غیرمستقیم فراهم آورند و در عین حال نقش مکملی برای تربیت سنتی خانواده ایفا کنند. این رویکرد، نه تنها موجب تقویت پیوندهای ارزشی میان نسل‌ها می‌شود، بلکه امکان بازآفرینی سبک زندگی اسلامی در بسترهای نوین ارتباطی را نیز فراهم می‌سازد.

بنابراین، استفاده‌ی آگاهانه از ظرفیت‌های رسانه‌ای می‌تواند به‌عنوان راهبردی کلیدی در تحقق تربیت دینی و فرهنگی در خانواده ایرانی اسلامی مورد توجه قرار گیرد. از جمله:

۱. نقش بی بدیل رسانه‌ها در تربیت نسل جوان

رسانه‌ها با قابلیت دسترسی گسترده، تنوع نوع محتوا (صوتی، تصویری، متنی) و امکان تعامل دوسویه، می‌توانند به‌سرعت باورها، ارزش‌ها و رفتارهای جوانان را شکل دهند. این نفوذ عمیق، رسانه‌ها را به ابزاری بی‌بدیل برای تربیت و جامعه‌پذیری نسل جدید تبدیل کرده است، چرا که پیام‌های دینی و اخلاقی را در قالبی جذاب و ملموس عرضه می‌کنند و امکان بازنمایی عملی ارزش‌ها را در زندگی روزمره فراهم می‌آورند

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای درباره اهمیت این نقش می‌فرمایند: امروز رسانه‌ها و فضای مجازی نقش بسیار مهم و مؤثری در تربیت و فرهنگ عمومی دارند و باید از این ظرفیت برای تقویت باورهای دینی و ارزش‌های اسلامی استفاده شود(بیانات در دیدار با خانواده‌های شهدای مدافع حرم، ۱۳۹۵).

بنابراین، با توجه به نفوذ بی‌بدیل رسانه‌ها در شکل‌دهی هویت و رفتار جوانان، برنامه‌ریزی و مدیریت هوشمندانه محتوای رسانه‌ای از ضرورت‌های اجتناب‌ناپذیر در تربیت دینی و فرهنگی نسل جدید به‌شمار می‌رود.

۲. لزوم استفاده هوشمندانه وهدفمند از رسانه‌ها

با توجه به گستردگی نفوذ رسانه‌ها در زندگی روزمره، به‌ویژه در میان نسل جوان، استفاده از آن‌ها بدون برنامه‌ریزی و هدف می‌تواند به بی‌هویتی فرهنگی و تضعیف ارزش‌های دینی منجر شود. ازاین‌رو، بهره‌گیری هوشمندانه و هدفمند از رسانه‌ها به معنای مدیریت محتوا، هدایت پیام‌ها و استفاده از این ابزار در جهت ارتقای تربیت دینی، اخلاقی و فرهنگی، امری ضروری و حیاتی است. این نوع استفاده آگاهانه می‌تواند رسانه را از تهدید به فرصت تبدیل کند. مقام معظم رهبری در دیدار با اعضای شورای‌عالی فضای مجازی می‌فرمایند: اگر در فضای مجازی حضور فعال، هدفمند و هوشمند نداشته باشیم، قطعاً میدان را به دشمن

واگذار کرده‌ایم. این فضا می‌تواند به یک ابزار تربیتی، فرهنگی و انقلابی تبدیل شود، اگر از آن درست استفاده شود(بیانات در دیدار اعضای شورای‌عالی فضای مجازی، ۱۷ اسفند ۱۳۹۹)

بنابراین، در شرایط کنونی، استفاده هوشمندانه، برنامه‌ریزی‌شده و ارزشی از رسانه‌ها، نه‌تنها ضرورت دارد، بلکه شرط اصلی برای هدایت تربیتی نسل جوان در راستای آرمان‌های اسلامی و تقویت هویت فرهنگی جامعه محسوب می‌شود.

۳. هم‌افزایی تربیت سنتی و رسانه‌ای

تربیت سنتی در خانواده‌های ایرانی اسلامی همواره بر مبنای ارتباط چهره‌به‌چهره، انتقال مستقیم ارزش‌ها، و الگوگیری از والدین و بزرگان بوده است. در عصر حاضر، رسانه‌ها نیز به یکی از مؤثرترین ابزارهای تربیتی تبدیل شده‌اند. هم‌افزایی این دو رویکرد، یعنی پیوند حکیمانه تربیت سنتی با ظرفیت‌های رسانه‌ای، می‌تواند موجب افزایش اثربخشی تربیت دینی و فرهنگی شود. این هم‌افزایی، با حفظ اصالت‌های تربیت سنتی، به خانواده امکان می‌دهد از ابزارهای نوین برای رساندن پیام‌های ارزشی به نسل جدید استفاده کند.مقام معظم رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب می‌فرمایند: فرهنگ و تربیت دینی نسل جوان باید با بهره‌گیری از ابزارهای نوین و با پیوند با میراث فرهنگی و تربیتی گذشته صورت گیرد تا هم هویت حفظ شود و هم کارآمدی تربیتی افزایش یابد(بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، بند فرهنگ، سال ۱۳۹۷).

بنابراین، هم‌افزایی میان تربیت سنتی خانواده و ظرفیت‌های رسانه‌ای، یک راهبرد مؤثر و ضروری در تربیت نسل امروز است که می‌تواند با حفظ ارزش‌های اصیل، تربیت را با شرایط و ابزارهای روز منطبق سازد و تأثیرگذاری آن را دوچندان کند. با توجه به تأکیدات مقام معظم رهبری، رسانه‌ها در دنیای امروز تنها ابزار اطلاع‌رسانی نیستند، بلکه به بازیگران اصلی در فرآیند تربیت، فرهنگ‌سازی و انتقال ارزش‌های دینی و اخلاقی بدل شده‌اند. از این رو، بهره‌گیری هوشمندانه و هدفمند از رسانه‌ها، ضرورتی است که نمی‌توان از آن چشم‌پوشی کرد. تربیت سنتی خانواده‌های ایرانی، اگر در کنار تولید و مصرف محتوای رسانه‌ای سالم و ارزش‌محور قرار گیرد، می‌تواند با نسل جدید به زبان روز سخن بگوید و پیام‌های دینی و فرهنگی را در قالبی جذاب، قابل فهم و مؤثر منتقل کند (بیانات در دیدار اعضای شورای‌عالی فضای مجازی، ۱۷ اسفند ۱۳۹۹).

این سخن نشان می‌دهد که غفلت از ظرفیت‌های رسانه‌ای نه‌تنها فرصت‌ها را از بین می‌برد، بلکه زمینه را برای تضعیف هویت دینی و فرهنگی جامعه نیز فراهم می‌سازد. از این‌رو، پیوند میان تربیت سنتی و زیست رسانه‌ای، ضرورتی راهبردی در تربیت نسل مؤمن و آگاه امروز به‌شمار می‌رود.

هـ: اثر تولیدات رسانه ای بومی و اسلامی در حمایت از تربیت سنتی

در دنیای امروز، رسانه‌ها یکی از اصلی‌ترین عوامل تأثیرگذار بر شکل‌گیری ذهنیت، رفتار و هویت کودکان و نوجوانان به شمار می‌آیند. این تأثیرگذاری گسترده، در بسیاری از موارد، چالش‌هایی جدی برای نظام تربیتی سنتی خانواده ایرانی به‌وجود آورده است؛ تربیتی که بر پایه انتقال سینه‌به‌سینه ارزش‌ها،

الگوهای رفتاری و سبک زندگی مبتنی بر دین، اخلاق و فرهنگ بومی استوار است. در این میان، تولیدات رسانه‌ای بومی و اسلامی می‌توانند نقشی تعیین‌کننده در تقویت و حمایت از این نوع تربیت ایفا کنند.

رسانه‌هایی که بر پایه جهان‌بینی اسلامی، زبان و نمادهای فرهنگی ایرانی طراحی شده‌اند، قادرند سبک زندگی مطلوب و ارزش‌مدار را در قالب‌های جذاب و متنوع به نسل جدید منتقل کنند. این تولیدات، با بازنمایی خانواده به‌عنوان کانون اصلی تربیت، برجسته‌سازی نقش والدین، معرفی شخصیت‌های دینی و فرهنگی و ترویج مفاهیم اخلاقی، به نوعی مکمل کارکرد تربیتی خانواده محسوب می‌شوند. به‌ویژه زمانی که رسانه از ابزار صرف سرگرمی به ابزار هدایت فرهنگی و آموزشی تبدیل شود، می‌تواند نقشی اساسی در کاستن از شکاف میان تربیت سنتی و زیست رسانه‌ای ایفا کند.

بنابراین، بهره‌گیری هدفمند و هوشمندانه از تولیدات رسانه‌ای بومی و اسلامی، نه‌تنها به تقویت هویت دینی و فرهنگی فرزندان کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به‌عنوان یکی از راهبردهای مؤثر در هم‌افزایی میان تربیت سنتی و زیست رسانه‌ای در خانواده ایرانی اسلامی تلقی شود.که مقام معظم رهبری به نکاتی میپردازد.

۱. رسانه‌های بیگانه و لزوم تولید بومی برای حفظ هویت

در عصر جهانی‌سازی رسانه‌ای، رسانه‌های بیگانه با بهره‌گیری از جذابیت‌های بصری، روایت‌های سرگرم‌کننده و فناوری‌های نوین، تلاش می‌کنند سبک زندگی، ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی خود را به مخاطبان جوامع دیگر تحمیل کنند. ادامه مصرف بدون پالایش این محتواها به‌ویژه در بین کودکان و نوجوانان، موجب فرسایش تدریجی هویت فرهنگی، دینی و خانوادگی جامعه ایرانی اسلامی می‌شود.

در این میان، راه مقابله با این نفوذ، تولید محتوای رسانه‌ای بومی و اسلامی است؛ محتواهایی که بر اساس باورها، زبان، الگوها و نیازهای فرهنگی جامعه ایرانی شکل گرفته‌اند. این تولیدات می‌توانند ضمن حفظ جذابیت و تکنیک‌های حرفه‌ای، نقش بازدارنده در برابر تهاجم فرهنگی ایفا کرده و به تقویت و استمرار تربیت سنتی در خانواده‌ها کمک کنند.

مقام معظم رهبری (مدّ ظلّه العالی) ضمن هشدار درباره این روند، بر ضرورت تولید رسانه‌های بومی برای حفاظت از هویت فرهنگی تأکید دارند و می‌فرمایند: اگر تولید فرهنگیِ بومی نداشته باشیم، ناچار می‌شویم مصرف‌کننده تولید فرهنگی دیگران باشیم؛ آن‌وقت آن‌ها برای ما سبک زندگی تعیین می‌کنند(بیانات در دیدار اعضای شورای‌عالی انقلاب فرهنگی، ۲۱/۹/۱۳۹۱).

از منظر ایشان، رسانه‌های بومی و اسلامی نه‌تنها ابزار اطلاع‌رسانی بلکه نقش مهمی در پاسداری از «هویت فرهنگی» و «نظام تربیت سنتی در خانواده» ایفا می‌کنند. این رسانه‌ها باید بتوانند با ارائه روایت‌های جذاب از الگوهای دینی، ملی و اخلاقی، راه را برای تقابل هوشمندانه با تهاجم فرهنگی هموار کنند.

رهبر انقلاب همچنین بر این نکته تأکید دارند که اگر جامعه‌ای در زمینه تولید فرهنگی و رسانه‌ای منفعل باشد، هویت آن به‌تدریج استحاله می‌شود و خانواده که پایگاه اصلی تربیت سنتی است، در معرض تهدید قرار می‌گیرد.

بنابر این تولید رسانه‌ای بومی و اسلامی، یک راهبرد دفاعی ـ فرهنگی برای حفاظت از تربیت سنتی خانواده‌هاست. این تولیدات، سپری در برابر نفوذ ارزش‌های بیگانه و بستری برای بازتولید هویت ایرانی ـ اسلامی در نسل آینده به شمار می‌روند.

۲. رسانه و وظیفه الگو سازی اسلامی و ایرانی

رسانه‌ها نقش مهمی در الگوسازی ایفا می‌کنند. در غیاب الگوهای متناسب با فرهنگ اسلامی ـ ایرانی، نوجوانان و جوانان از الگوهای خارجی تأثیر می‌پذیرند. رسانه بومی وظیفه دارد الگوهای اصیل سنتی و دینی را بازنمایی و ترویج کند:

آیت الله خامنه‌ای می‌فرمایند: باید کسانی در رسانه‌ها باشند که با منطق اسلامی و عقلانیت، آن سبک زندگی مورد نظر اسلام را برای مردم ترسیم کنند(بیانات در دیدار اعضای شورای‌عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۲/۰۹/۱۹).

بنابر این رهبری رسانه را ابزار ترسیم سبک زندگی می‌دانند. واینکه تولید محتوای بومی می‌تواند به الگوسازی موفق برای نسل جدید در راستای حفظ تربیت سنتی یاری رساند.

۳. رسانه و خطر تضعیف خانواده اگربومی نباشد

محتوای ناسازگار با فرهنگ اسلامی که از سوی رسانه‌های خارجی منتشر می‌شود، بنیان خانواده را تهدید می‌کند. رسانه‌های بومی باید به جای تضعیف، تقویت‌کننده نقش خانواده باشند. که مقام معظم رهبری می فرمایند: رسانه‌هایی که سبک زندگی غلط غربی را ترویج می‌کنند، خانواده را تضعیف می‌کنند. ما باید رسانه‌هایی داشته باشیم که بنیان خانواده را تقویت کنند(بیانات در دیدار خانواده‌های شهدا،۱۳۹۲/۰۷/۲۲).

تولید رسانه‌ای بومی بر مبنای فرهنگ اسلامی نه‌تنها مانع آسیب به نهاد خانواده می‌شود، بلکه در تقویت کارکرد تربیتی سنتی آن نقش مؤثری ایفا می‌کند.

۴. رسالت رسانه در انتقال ارزش‌ها

یکی از مأموریت‌های رسانه بومی، انتقال ارزش‌ها و تقویت باورهای دینی، اخلاقی و هویتی در مخاطب است. این امر به شکل‌گیری شخصیت فرزندان و استمرار تربیت سنتی کمک می‌کند.

رهبر معظم انقلاب اسلامی فرمودند: مطبوعات و رسانه‌ها باید ارزش‌های اسلامی، استقلال فکری و اعتماد به نفس را در جامعه ترویج کنند.(بیانات در دیدار جمعی از اصحاب مطبوعات، ۱۳۷۴/۰۴/۱۳).

در مجموع می‌توان گفت تولیدات رسانه‌ای بومی و اسلامی، نقش مهمی در پشتیبانی از تربیت سنتی در خانواده ایرانی ـ اسلامی دارند. رسانه‌هایی که با فرهنگ، هویت دینی، و ارزش‌های اخلاقی جامعه

هم‌راستا باشند، می‌توانند نقش مکمل خانواده را در انتقال مفاهیم تربیتی، تقویت نقش‌های سنتی، و تحکیم سبک زندگی اسلامی ایفا کنند.

و اینکه مقام معظم رهبری بارها تأکید کرده‌اند که اگر رسانه‌های داخلی مأموریت خود را در جهت تربیت اسلامی و الگوسازی درست انجام ندهند، میدان برای رسانه‌های بیگانه باز خواهد ماند و نتیجه آن، تغییر سبک زندگی، تضعیف خانواده و گسست نسلی خواهد بود

اگر تولید فرهنگی بومی نداشته باشیم، مصرف‌کننده تولید دیگران خواهیم شد؛ آن وقت آن‌ها برای ما سبک زندگی تعیین می‌کنند (بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی،۱۳۹۱/۰۹/۲۱).

بنابراین، حمایت هدفمند از تولیدات رسانه‌ای بومی و اسلامی، در واقع حمایت از نهاد خانواده و استمرار تربیت سنتی با زبان روزآمد رسانه‌ای است.

و: اثر نهادهای تربیتی در هم‌افزایی میان دو سبک تربیتی

امروزه تربیت فرزندان هم از راه سنت‌های دینی و خانوادگی انجام می‌شود و هم از طریق رسانه‌ها و فضای مجازی. نهادهایی مثل آموزش و پرورش، رسانه ملی و مسجد می‌توانند این دو سبک را به‌هم نزدیک کنند. اگر این نهادها پیام‌های تربیتی هماهنگ و متناسب با شرایط امروز تولید کنند، می‌توانند به خانواده‌ها کمک کنند تا نسلی تربیت شود که هم به ارزش‌های دینی پایبند باشد و هم در فضای رسانه‌ای سردرگم نشود.که آیت الله خامنه‌ای مد ظله العالی در این راستا نکاتی اشاره کرده است.

۱. هماهنگی نهادهای تربیتی با خانواده

مقام معظم رهبری حفظه الله میفرمایند: «امروز رسانه‌ها در دنیا دارند انسان تربیت می‌کنند... اگر غفلت کنیم، دیگران نسل آینده را تربیت می‌کنند، آن هم با ابزارهای پیشرفته رسانه‌ای»(بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی ۱۳۹۲/۰۹/۱۹).

ایشان هشدار می‌دهند که رسانه نه فقط ابزار اطلاع‌رسانی، بلکه عامل فعال در شکل‌دهی باورها، نگرش‌ها و سبک زندگی نسل آینده است. در صورت غفلت نهادهای داخلی، تربیت نسل آینده به دست جریان‌های بیگانه خواهد افتاد.

بنابراین مقابله هوشمندانه با نفوذ تربیتی رسانه‌های بیگانه، نیازمند حضور فعال، هوشمند و هدفمند رسانه‌های داخلی در فرآیند تربیت است.

۲. نقش کلیدی رسانه در تربیت نسل آینده

حضرت ایت الله خامنه‌ای مدظله العالی می‌فرماید: «ما باید ارزش‌های خود را با استفاده از ابزارهای جدید، با زبان روز، با قالب‌های هنری و رسانه‌ای منتقل کنیم» (بیانات در دیدار اعضای شورای فرهنگی اجتماعی زنان ۱۳۸۶/۱۰/۱۹) .

همچنین رهبر انقلاب تأکید دارند که نمی‌توان با روش‌های سنتیِ صرف، پیام‌های دینی و فرهنگی را به نسل جدید منتقل کرد. باید با بهره‌گیری از زبان و ابزارهای روز (مثل فضای مجازی، رسانه و هنر) مفاهیم تربیتی را عرضه کرد.

ترکیب محتواهای سنتی با ابزارهای نوین رسانه‌ای، راهی مؤثر برای نفوذ مثبت تربیتی در نسل جدید است.

۳. استفاده از ابزار نو برای انتقال ارزش‌ها

مقام معظم رهبری حفظه الله فرمود: «همه دستگاه‌هایی که به نحوی در تربیت نسل آینده نقش دارند... باید هماهنگ عمل کنند تا بتوانیم نسل مؤمن، دانا و مسئول‌پذیر تربیت کنیم»(بیانات در دیدار معلمان و فرهنگیان، ۱۳۸۵/۰۲/۱۲).

ایشان بر ضرورت همکاری همه‌جانبه نهادها برای تحقق یک منظومه‌ی تربیتی تأکید دارند. تربیت مطلوب تنها در صورتی شکل می‌گیرد که پیام‌ها، برنامه‌ها و اهداف همه نهادها در یک مسیر مشترک قرار گیرد.

در واقع، تربیت اسلامی نیازمند وحدت راهبردی میان تمام نهادهای مسئول در حوزه تعلیم و تربیت است.

۴. نقش هماهنگ دستگاه‌های مختلف در تربیت اسلامی

ایت الله خانه ای می‌فرماید: «همه دستگاه‌هایی که به نحوی در تربیت نسل آینده نقش دارند... باید هماهنگ عمل کنند تا بتوانیم نسل مؤمن، دانا و مسئول‌پذیر تربیت کنیم» (بیانات در دیدار معلمان و فرهنگیان ۱۳۸۵/۰۲/۱۲،).

ایشان بر ضرورت همکاری همه‌جانبه نهادها برای تحقق یک منظومه‌ی تربیتی تأکید دارند. تربیت مطلوب تنها در صورتی شکل می‌گیرد که پیام‌ها، برنامه‌ها و اهداف همه نهادها در یک مسیر مشترک قرار گیرد.

ز: طراحی الگوی بومی مبتنی بر عقلانت زیست رسانه ای

امروزه رسانه‌ها زندگی همه ما را تحت‌تأثیر قرار داده‌اند؛ از بچه‌ها گرفته تا پدر و مادرها. اگر بدون فکر و برنامه از رسانه‌ها استفاده کنیم، ممکن است فرهنگ بیگانه وارد خانه‌های ما شود و تربیت فرزندان را دچار مشکل کند. برای همین باید الگویی مخصوص خودمان طراحی کنیم؛ الگویی که بر پایه‌ی عقل، دین، نیازهای خانواده ایرانی و شناخت درست از رسانه باشد.این یعنی ما باید یاد بگیریم چگونه عاقلانه از رسانه استفاده کنیم تا تربیت فرزندان، سبک زندگی و فرهنگ‌مان در مسیر درست باقی بماند.

۱. لزوم طراحی نقشه جامع رسانه‌ای

رسانه‌ها نباید هرکدام ساز خودشان را بزنند یا از دیگران تقلید کنند. باید مثل یک نقشه راه داشته باشیم تا بدانیم به کجا می‌رویم و چه چیزی می‌خواهیم بسازیم.

رهبر معظم انقلاب فرمود: ما احتیاج داریم به یک مهندسی فرهنگی. ما باید بنشینیم برای کشور، نقشه‌ی فرهنگی کشور را طراحی کنیم(بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی،۱۳۸۹/۰۹/۲۳).

اگررسانه‌های ما بر پایه نقشه و تفکر بومی اداره شوند، دیگر دنباله‌رو فرهنگ غرب نخواهند بود.

۲.عقلانیت دینی و شناخت فضای رسانه

رسانه باید حساب‌شده و با هدف کار کند. فقط برای پُر کردن زمان یا سرگرمی نباشد، بلکه دقیق بداند با چه هدفی چه پیامی را به چه کسی می‌دهد.

رهبری میفرماید: رسانه باید بر اساس تفکر و حکمت اسلامی عمل کند؛ یعنی بداند چه می‌گوید، چرا می‌گوید، برای چه مخاطبی می‌گوید و با چه هدفی می‌گوید (بیانات در دیدار اعضای شورای فرهنگی عمومی، ۱۳۹۰/۰۷/۲۰).

بنابر این رسانه عقل‌محور، نسل آگاه و هدفمند تربیت می‌کند و به ترویج فرهنگ اصیل کمک می‌کند.

۳. بومی سازی رسانه و پرهیز از تقلید

نباید فرهنگ غرب را همان‌طور که هست وارد کشور کنیم. باید خودمان الگو و محتوای بومی برای رسانه‌ها طراحی کنیم.

ایشان فرمودند: ما باید فرهنگ و الگوی خودمان را در رسانه پیاده کنیم، نه آنچه را غربی‌ها برای ما طراحی کرده‌اند (بیانات در دیدار فعالان فرهنگی، ۱۳۹۲/۰۵/۲۱).

رسانه ایرانی باید در خدمت فرهنگ ایرانی-اسلامی باشد، نه تقلید از الگوهای غربی که با هویت ما سازگار نیستند

۴. رسانه ورزی حکیمانه و مسئولانه

رسانه فقط برای خبررسانی نیست، بلکه باید مردم را هدایت کند، آگاهشان کند، مسیر درست را نشان دهد. رهبری در این موضوع می فرماید: مسئولیت رسانه‌ها فقط اطلاع‌رسانی نیست؛ بلکه تربیت، جهت‌دهی، و هدایت ذهنی مخاطب هم هست (بیانات در دیدار مدیران رسانه ملی، ۱۳۹۴/۰۵/۱۷).

پس، اگر رسانه‌ها مسئولانه عمل کنند، خانواده‌ها و نسل جوان در مسیر تربیت صحیح قرار می‌گیرند.

۵. رسانه به مثابه نظام سازی فرهنگی

رسانه‌ها فقط ابزار نیستند، بلکه یکی از ستون‌های ساختن جامعه اسلامی هستند و می‌توانند تمدن بسازند. مقام معظم رهبری در باره فرمود: اگر بتوانیم رسانه را در خدمت نظام فکری اسلام قرار دهیم، جامعه را هم در مسیر رشد واقعی قرار داده‌ایم. (بیانات در دیدار مسئولان فرهنگی، ۱۳۹۱/۱۲/۲۲)

بر اساس بیانات مقام معظم رهبری، زیست رسانه‌ای در جامعه ایرانی باید بر پایه عقلانیت، حکمت اسلامی و الگوسازی بومی طراحی شود. رسانه‌های داخلی موظف‌اند در برابر نفوذ فرهنگی غرب، هویت‌ساز، تربیت‌گر، و تمدن‌ساز باشند، نه صرفاً اطلاع‌رسان و سرگرم‌کننده. ایشان تأکید دارند که با مهندسی فرهنگی،

پرهیز از تقلید، و بهره‌گیری از عقلانیت دینی، می‌توان رسانه را در جایگاه یک ابزار فعال و جهت‌دار برای تحقق تربیت سنتی و اسلامی در خانواده‌ها قرار داد.

پس اگر رسانه را بر مبنای تفکر دینی و نیاز جامعه خودمان سامان دهیم، این رسانه خواهد توانست تمدن‌ساز باشد(بیانات در دیدار مدیران رسانه ملی، ۱۳۹۴/۰۵/۱۷).

ح: تولید محتوای رسانه ای هم سو با ارزش های تربیت سنتی

یکی از کلیدی‌ترین و کاربردی‌ترین راهبردهای «هم‌افزایی تربیت سنتی و زیست رسانه‌ای» تولید محتوای رسانه ای هم سوء با ارزش‌های تربیت سنتی است که محقق به آن می‌پردازد. در این استراتژی، به جای تقابل یا حذف رسانه، از آن به عنوان یک ابزار قدرتمند و تسهیل‌گر در خدمت اهداف تربیتی خانواده استفاده می‌شود. هدف، تولید و انتخاب محتوایی است که نه تنها با ارزش‌های دینی و فرهنگی خانواده ایرانی-اسلامی در تضاد نباشد، بلکه به صورت فعالانه این ارزش‌ها را تقویت، ترویج و نهادینه کند. این محتوا می‌تواند در قالب فیلم، انیمیشن، بازی رایانه‌ای، پادکست، کتاب الکترونیکی و صفحات مجازی آموزشی ارائه شود.

در ادامه، تعدادی از بیانات ایشان که مستقیماً به این موضوع مرتبط است، ذکر می‌شود:

۱.تأکید بر تولید محتوای سالم و جذاب

امروز یکی از کارهای اساسی، تولید بازی های رایانه‌ای و نرم افزارهای سالم و جذاب و مبتنی بر فرهنگ اسلامی و ایرانی است... دشمن با ابزارهای نوین ارتباطی، به دنبال استحاله فرهنگی نسل جوان است و ما باید در مقابل این هجوم، با تولید محتوای سالم و جذاب، از هویت ملی و دینی خود دفاع کنیم.» (دیدار با اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی ۱۳۹۴/۰۲/۲۹)

۲.ضرورت نقش‌آفرینی فعال در فضای مجازی

فضای مجازی را باید جدی بگیریم... این فضا، یک فضای حقیقی است... در این فضا باید تولید محتوا کنیم؛ محتوای سالم، محتوای مفید، محتوای آموزنده... باید این فضا را از محتواهای غیرمفید و مضر پاک کنیم و با تولید انبوه محتوای خوب، آن را پر کنیم.»(دیدار با اعضای مجلس خبرگان رهبری ۱۳۹۴/۰۳/۰۶)

۳. دعوت از هنرمندان برای تولید محتوای ارزشی

به هنرمندان عزیزمان توصیه می‌کنم که وارد میدان تولید آثار هنری برای کودکان و نوجوانان شوند... امروز دشمن با استفاده از هنر، در حال تبلیغ ضد ارزش‌هاست و ما باید با هنر، ارزش‌های اسلامی و انسانی را تبلیغ کنیم.(دیدار با جمعی از هنرمندان ۱۳۹۱/۰۲/۱۹)

٤. اهمیت سواد رسانه‌ای برای خانواده‌ها

خانواده ها باید سواد رسانه‌ای خود را افزایش دهند... باید بتوانند محتوای خوب را از بد تشخیص دهند و اجازه ندهند که بیگانه از طریق این ابزارها، در حریم خانواده نفوذ کند(سخنرانی در جمع مردم ۱۳۹۵/۰۷/۲۴)

نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف تبیین راهبردهای هم‌افزایی میان تربیت سنتی و زیست رسانه‌ای در خانواده ایرانی ـ اسلامی از منظر امام خامنه‌ای (مدّ ظله‌العالی) و با روش توصیفی ـ تحلیلی انجام شد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که میان آموزه‌های تربیت سنتی و ظرفیت‌های رسانه‌ای تعارضی ماهوی وجود ندارد، بلکه در صورت مدیریت صحیح، این دو می‌توانند مکمل یکدیگر در تحقق تربیت اسلامی باشند.

از دیدگاه مقام معظم رهبری، رسانه تنها ابزار اطلاع‌رسانی یا سرگرمی نیست، بلکه کارکردی هویتی، فرهنگی و تربیتی دارد. اگر رسانه در مسیر ترویج ایمان، اخلاق، خانواده‌محوری و فرهنگ اسلامی به‌کار گرفته شود، به یکی از بازوهای مؤثر تربیت دینی و فرهنگی تبدیل می‌شود. اما در صورت رها بودن، به ابزاری برای نفوذ فرهنگی، تضعیف هویت و فروپاشی خانواده خواهد انجامید.

بر این اساس، خانواده به‌عنوان نهاد بنیادین تربیت، باید در برابر فضای رسانه‌ای رویکردی فعال، هوشمندانه و آگاهانه داشته باشد. از جمله راهکارهای مهم می‌توان به ارتقای سواد رسانه‌ای والدین، گفت‌وگوی صمیمی و مستمر با فرزندان، استفاده هدفمند از رسانه برای آموزش ارزش‌ها، و انتخاب محتوای بومی و سالم اشاره کرد.

در سطح کلان، نظام فرهنگی کشور باید با تولید و ترویج محتوای اسلامی ـ ایرانی، حمایت از رسانه‌های متعهد، و هم‌افزایی نهادهای تربیتی و آموزشی، زمینه تحقق این هم‌افزایی را فراهم سازد.

نتیجه آن‌که راهبرد مطلوب در عصر رسانه، نه حذف رسانه و نه دنباله‌روی از الگوهای بیگانه، بلکه استفاده خردمندانه و مسئولانه از آن در جهت تقویت تربیت اسلامی و بازسازی نظام تربیتی خانواده در تراز تمدن نوین اسلامی است.

منابع

قرآن کریم، ترجمه ناصر مکارم شیرازی

۱. ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۱۴ق). لسان العرب. بیروت: دار صادر، ج۱، ص۳۹۹-۴۰۱، ذیل ماده «ربّ».

۲. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۵). فلسفه تربیت اسلامی. قم: مرکز نشر اسراء

۳. زبیدی، مرتضی،(بی‌تا). تاج العروس من جواهر القاموس، بیروت: دارالهدایة

۴. ـــــــ (بی‌تا). تاج العروس من جواهر القاموس. بیروت: دارالفکر، ج۱۰، ص۲۳۴-۲۳۶، ذیل ماده «ربّ».

۵. فراهیدی، خلیل بن احمد (۱۴۰۵ق). کتاب العین. تحقیق: مهند الفلاحی. قم: هجرت، ج۲، ص۱۱۲، ذیل «ربا.«

۶. راغب اصفهانی، حسین (۱۴۱۲ق). مفردات الفاظ القرآن. دمشق: دارالقلم، ص۳۷۱، ذیل ماده «ربّ.«

۷. رضائیان، علی. (۱۳۹۰). مدیریت استراتژیک. تهران: سمت

۸. مطهری، مرتضی (۱۳۸۰). تعلیم و تربیت در اسلام. تهران: صدرا

۹. مینتزبرگ، هنری و همکاران. (۱۳۹۲). سفری در قلمرو راهبرد .(Strategy Safari) ترجمه‌ی امیر اخلاصی و دیگران. تهران: سازمان مدیریت صنعتی.

۱۰.طباطبایی، سید محمدباقر، نظریه‌های اسلامی مدیریت راهبردی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، بی‌تا

۱۱. سایت امام خامنه‌ای، مجموعه بیانات فرهنگی و اقتصادی، پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری