

تحلیل هم‌خوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا^۱

ناهید سعادت سیرت^۲

تاریخ ارسال: ۱۴۰۴/۰۷/۰۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۲/۰۳

چکیده

رایج پژوهش با هدف بررسی هم‌خوانی محتوای برنامه کودک «آنادانا» (سیمای استانی همدان) با مراحل رشد و تربیت کودکان انجام شده است؛ برنامه یادشده بخشی مهم از تجربه رسانه‌ای کودکان در همدان را تشکیل می‌دهد. شواهد میدانی حاکی از آن است که برخی از محتواهای آن ممکن است با نیازهای شناختی، عاطفی و اجتماعی کودکان هم‌خوانی نداشته باشند. بنابراین، تحلیل علمی محتوای این برنامه ضروری است تا نقاط ضعف و قوت آن شناسایی شود و کیفیت برنامه‌های کودک ارتقا یابد. این تحقیق به روش تحلیل محتوای کمی و با رویکرد کاشت‌گرینر انجام شده است. چهارچوب نظری براساس نظریه‌های اریکسون، بندورا و گربنر شکل گرفته است. جامعه آماری شامل ۴۷ قسمت برنامه در سال ۱۴۰۳ بود که با روش سرشماری بررسی شد. ۳۲۹ آیتم محتوایی مانند شعر، داستان و انیمیشن به عنوان واحد تحلیل انتخاب شدند. داده‌ها با فرم کدگذاری محقق‌ساخته و تأیید روایی و پایایی گردآوری و با نرم‌افزار SPSS و آزمون ناپارامتریک کای‌دو تحلیل شدند. یافته‌ها نشان داد محتوای برنامه در حوزه رشد شناختی، زبانی و بدنی، پیام‌هایی را دارد که با این حوزه‌ها هم‌خوانی دارد؛ اما در رشد اجتماعی، عاطفی، اخلاقی و خلاقیت، ضعف‌هایی دیده می‌شود. همچنین توجه ناکافی به الگوهای رفتاری مثبت، توازن جنسیتی و رویکرد تربیتی هدفمند در محتوا مشهود است. برنامه در زمینه سرگرمی، تعامل ساده با کودک و استفاده از عناصر بومی قابل قبول است، اما در تطابق با مراحل رشد روانی- اجتماعی و تقویت مهارت‌های عاطفی و اخلاقی، نیازمند بازنگری است. درنتیجه، لازم است این برنامه برای ارتقای کیفیت محتوا و هم‌سویی با مراحل رشد کودک اصلاح شود تا اثربخشی بیشتری را در رشد همه‌جانبه کودکان داشته باشد.

واژه‌های کلیدی

برنامه کودک، رشد شناختی، رشد اجتماعی، رشد عاطفی، رشد اخلاقی و تربیتی، رشد بدنی- حرکتی.

۱. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.

۲. دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).

مقدمه

اگرچه رسانه‌های جمعی در دوران مدرن پدید آمدند، اما در مقایسه با رسانه‌های نوین، رسانه‌های سنتی محسوب می‌شوند و توجه به آنان رو به کاهش است. با این حال، تلویزیون به‌عنوان مهم‌ترین رسانه جمعی سنتی، هنوز نقش مهمی در فرایند اجتماعی‌سازی کودکان در جوامع مدرن ایفا می‌کند.

براساس نظریه یادگیری اجتماعی آلبرت بندورا، برنامه‌های کودک با بهره‌گیری از تصاویر، داستان‌ها و الگوهای رفتاری، فرصت‌هایی برای یادگیری مشاهده‌ای و تقلید رفتارهای اجتماعی فراهم می‌کنند و می‌توانند الگوهای رفتاری و مهارت‌های اجتماعی کودکان را از طریق مشاهده محتوای پیام تقویت کنند.

اگر محتوای این برنامه‌ها با نیازهای رشدی کودکان هم‌سو نباشد، نه تنها فرصت تربیتی از بین می‌رود، بلکه پیامدهای منفی نیز می‌تواند متوجه رشد فردی و اجتماعی آنان شود. شبکه استانی سیمای همدان با تولید و پخش برنامه کودک «آنادانا» در پی پاسخ‌گویی به نیازهای کودکان است. با توجه به تأثیرگذاری گسترده رسانه بر ذهنیت و رفتار کودکان، ضرورت دارد بررسی شود که آیا محتوای این برنامه با مراحل رشد جسمی، شناختی، عاطفی و اجتماعی کودکان منطبق است یا خیر. مطالعات نشان می‌دهند که نظریه یادگیری اجتماعی بندورا نه تنها در آموزش سنتی، بلکه در زمینه رسانه و تعاملات رسانه‌ای نیز کاربرد دارد؛ به‌طوری‌که رسانه‌های اجتماعی و تلویزیون می‌توانند با فراهم کردن مدل‌ها و الگوهای رفتاری، یادگیری مشاهده‌ای و شکل‌گیری رفتار کودکان را تحت‌تأثیر قرار دهند (دیتون^۱، ۲۰۱۵: ۱۳).

شبکه استانی سیمای همدان با تولید و پخش برنامه کودک «آنادانا» در پی پاسخ‌گویی به نیازهای کودکان است.

باتوجه به تأثیرگذاری گسترده رسانه بر ذهنیت و رفتار کودکان، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که مصرف بالای رسانه می‌تواند با کاهش مهارت‌های اجتماعی، زبانی و شناختی و همچنین افزایش احتمال بروز الگوهای رفتاری منفی مانند

1. Deaton.

تحلیل همخوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

پرخاشگری یا اضطراب مرتبط باشد، به‌ویژه زمانی که محتوا یا مدت زمان تماشای آن زیاد باشد (مادیگان و همکاران، ۲۰۱۹؛ ۲۴۶).

مفهوم «همخوانی محتوایی» در این پژوهش به میزان تطابق و تناسب محتوای برنامه‌های کودک با ویژگی‌ها، توانمندی‌ها و نیازهای تحولی کودکان در ترازهای مختلف رشد شناختی، عاطفی و اجتماعی اطلاق می‌شود. به بیان دیگر، محتوای رسانه‌ای زمانی همخوان تلقی می‌شود که از نظر سطح مفهومی، زبان، پیام‌ها، الگوهای رفتاری و نوع تعاملات ارائه‌شده، با ظرفیت‌های شناختی و اجتماعی کودکان در سنین مشخص سازگار باشد (پیاز، ۱۹۷۲؛ والکنبورگ و پیوتروسکی، ۲۰۱۷).

براساس دیدگاه‌های رشد شناختی و اجتماعی، کودکان در سنین پیش‌دبستانی و سال‌های ابتدایی دبستان (تقریباً ۴ تا ۸ سالگی) دارای تفکر عینی، توجه محدود و توانایی درک ساده روابط علت و معلولی هستند و یادگیری آنان بیش از هر چیز از طریق مشاهده، تقلید و الگوگیری صورت می‌گیرد (بندورا، ۲۰۰۱؛ انجمن روان‌شناسی آمریکا، ۲۰۱۵). از این‌رو، عدم همخوانی محتوای برنامه‌های کودک با نیازهای سنی و رشدی این گروه می‌تواند پیامدهایی همچون اختلال در فرآیند یادگیری، کاهش علاقه‌مندی به محتوای آموزشی و حتی تقویت الگوهای رفتاری ناسازگار را در پی داشته باشد؛ مسئله‌ای که در پژوهش‌های پیشین نیز به‌عنوان یکی از چالش‌های مهم برنامه‌سازی کودک مورد تأکید قرار گرفته است (کریستاکیس، ۲۰۰۹؛ لاینبارگر و والا، ۲۰۱۰).

کودکان، به‌عنوان یکی از حساس‌ترین و تأثیرپذیرترین گروه‌های اجتماعی، نیازمند توجه ویژه‌ای در فرآیند رشد و تربیت هستند. در دنیای امروز، یکی از اصلی‌ترین عوامل تأثیرگذار بر رشد فکری، عاطفی، اجتماعی، زبانی و اخلاقی کودکان، رسانه‌های جمعی به‌ویژه تلویزیون است (وارتیلا و جنینگز، ۲۰۰۰؛ ۳۶).

1. Madigan et al.
2. Piaget.
3. Valkenburg & Piotrowski.
4. Christakis.
5. Linebarger & Vaala.
6. Varttilla & Jennings.

این رسانه‌ها، با محتوای گسترده و در دسترس خود، به بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی روزمره خانواده‌ها و کودکان تبدیل شده‌اند و به میزان زیادی در شکل‌دهی نگرش‌ها، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری کودکان نقش دارند (رایدوت و همکاران، ۲۰۱۰).

مطالعات روان‌شناسی رشد نشان داده‌اند که هر مرحله از رشد کودک دارای ویژگی‌های منحصربه‌فردی است که باید در طراحی برنامه‌های آموزشی و رسانه‌ای مورد توجه قرار گیرد. به‌طور مثال، کودکان پیش‌دبستانی نیاز به تقویت زبان، تخیل، درک روابط اجتماعی ساده و بیان هیجانات دارند، در حالی که کودکان دبستانی با رشد تفکر منطقی، مهارت‌های اجتماعی پیچیده‌تر، و شکل‌گیری مفاهیم اخلاقی مواجه هستند (اریکسون، ۱۹۹۳).

بی‌توجهی به این ویژگی‌های رشدی در تولید برنامه‌های کودک، می‌تواند منجر به آموزش‌های نامتناسب با سن کودک، کاهش اثرگذاری پیام‌ها، و در برخی موارد آسیب‌های تربیتی یا اختلال در شکل‌گیری هویت شود (بندورا، ۲۰۰۱؛ ۲۸۳). این موضوع در مورد برنامه‌های تلویزیونی بومی که غالباً با هدف ایجاد ارتباط فرهنگی نزدیک با مخاطب کودک طراحی می‌شوند، از اهمیت دوچندان برخوردار است.

از سوی دیگر، در دنیای رسانه‌ای امروز، نقش سنتی والدین در تربیت و تعامل با کودکان تا حدودی کمرنگ شده و برنامه‌های کودک، به‌ویژه تلویزیونی، جایگزین تعاملات مستقیم شده‌اند. این مسئله سبب شده کودکان از طریق رسانه‌ها الگوگیری کنند و به بازنمایی‌های رسانه‌ای از ارزش‌ها و ضد ارزش‌ها پاسخ دهند. از این‌رو، بررسی میزان هم‌سویی محتوای رسانه‌ای با نیازهای رشدی کودک ضرورتی دوچندان یافته است (رحمانی، ۱۳۹۸؛ ۱۶).

با گسترش روزافزون نقش رسانه‌ها در زندگی اجتماعی و فرهنگی جوامع، تلویزیون به عنوان یکی از اثرگذارترین ابزارهای ارتباط جمعی در شکل‌دهی به

1. Rideout et al.
2. Erik Erikson.
3. Albert Bandura.

تحلیل همخوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

نگرش، رفتار و هویت کودکان ایفای نقش می‌کند. از آنجا که کودکان در دوران رشد با تأثیرپذیری عمیق‌تری نسبت به دیگر گروه‌های سنی مواجه هستند، کیفیت و محتوای برنامه‌های کودک از اهمیت عملی ویژه‌ای برخوردار است. در واقع، برنامه‌های تلویزیونی نه تنها نقش سرگرم‌کننده دارند، بلکه در فرآیند آموزش غیررسمی، تربیت اجتماعی، انتقال ارزش‌ها و تقویت یا تضعیف الگوهای رفتاری نیز تأثیرگذارند (سعادت سیرت، ۱۳۹۸: ۱۶۶).

در سطح عملی، یکی از مهم‌ترین دغدغه‌ها برای سیاست‌گذاران فرهنگی، خانواده‌ها، مربیان و برنامه‌سازان، همخوانی محتوای رسانه‌ای با ویژگی‌های رشدی، شناختی، عاطفی و اجتماعی کودکان است. سیمای استانی به عنوان بخشی از رسانه ملی وظیفه دارد تا با در نظر گرفتن شرایط فرهنگی، اجتماعی و بومی منطقه، محتوای رسانه‌ای مناسب برای کودکان تولید و پخش کند. بنابراین، بررسی میزان تطابق تولیدات این رسانه با مراحل رشد کودکان از بعد عملی ضروری می‌نماید؛ چرا که این ارزیابی می‌تواند منجر به بهبود کیفیت برنامه‌سازی، افزایش اثربخشی تربیتی و کاهش آسیب‌های احتمالی شود.

رشد و تربیت کودکان به عنوان یکی از حوزه‌های بنیادین در روان‌شناسی رشد، جامعه‌شناسی و علوم تربیتی، در پژوهش‌های متعدد به مثابه عاملی تعیین‌کننده در سلامت روانی، اجتماعی و فرهنگی نسل آینده معرفی شده است. یافته‌های مطالعات طولی نشان می‌دهد کیفیت تجارب آموزشی و محیط‌های یادگیری در سال‌های اولیه زندگی، با پیامدهایی چون سازگاری اجتماعی، خودتنظیمی هیجانی و عملکرد شناختی در دوره‌های بعدی زندگی ارتباط معنادار دارد (شونکاف و فیلیپس^۱، ۲۰۰۰؛ هکمن^۲، ۲۰۰۶).

این یافته‌ها نشان می‌دهد تولید برنامه‌های کودک بدون اتکا به چهارچوب‌های نظری و شواهد علمی معتبر، نه تنها کارکرد تربیتی رسانه را تضعیف می‌کند، بلکه می‌تواند به تشدید ناهماهنگی میان محتوای رسانه‌ای و نیازهای واقعی کودکان منجر شود.

1. Shonkoff & Phillips.
2. Heckman.

مسئله اصلی این پژوهش، وجود شکاف میان محتوای تولیدشده در برنامه‌های کودک سیمای استانی و الزامات علمی مبتنی بر نظریه‌ها و شواهد رشد شناختی، عاطفی و اجتماعی کودکان است.

شواهد پژوهش حاضر نشان می‌دهد بخش قابل‌توجهی از برنامه‌های کودک در سیمای استانی همدان بیش از آنکه بر چهارچوب‌های نظری معتبر رشد کودک استوار باشند، تحت تأثیر محدودیت‌های تولید، ملاحظات اجرایی و الگوهای غیرتخصصی برنامه‌سازی طراحی می‌شوند.

تداوم این مسیر کنونی می‌تواند به عدم هم‌خوانی محتوای رسانه‌ای با نیازهای واقعی کودکان در سنین مختلف منجر شود و کارکرد تربیتی رسانه را تضعیف کند (لاینبارگر و والا،^۱ ۲۰۱۰؛ والکنبورگ و پیوتروفسکی،^۲ ۲۰۱۷).

بر این اساس، سؤال اصلی این است که آیا محتوای برنامه کودک «آنادانا» در سیمای استانی همدان با ویژگی‌ها و نیازهای رشدی کودکان در مراحل مختلف رشد سازگار است.

لذا ضرورت انجام این پژوهش از آنجا ناشی می‌شود که بدون ارزیابی نظام‌مند و مبتنی بر شواهد علمی میزان هم‌خوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های معتبر رشد کودک، امکان اصلاح مسیر کنونی تولید برنامه‌های کودک و ارتقای کیفیت محتوای تربیتی آن فراهم نخواهد شد. یافته‌های این پژوهش می‌تواند مبنایی علمی برای بازنگری در سیاست‌ها و شیوه‌های برنامه‌سازی کودک در سیمای استانی فراهم آورد و به بهبود جهت‌گیری‌های محتوایی و تربیتی برنامه‌های کودک منجر شود.

بعد عاطفی رشد شامل شناخت، ابراز و تنظیم هیجان‌ها و شکل‌گیری احساس امنیت روانی و خودپنداره کودک است. یافته‌های پژوهشی نشان می‌دهد مواجهه کودکان با محتوای رسانه‌ای متناسب با ظرفیت هیجانی آنان می‌تواند به بهبود خودتنظیمی هیجانی و کاهش اضطراب کمک کند، درحالی‌که محتوای

1. Linebarger & Vaala.

2. Valkenburg & Piotrowski.

تحلیل همخوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

نامتناسب ممکن است به بروز مشکلات عاطفی منجر شود (دنهام و همکاران^۱، ۲۰۱۲؛ کریستاکیس^۲، ۲۰۰۹). در نهایت، بُعد جسمانی رشد به سلامت بدنی، تحرک، هماهنگی حرکتی و الگوهای سبک زندگی کودکان مربوط می‌شود. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که محتوای رسانه‌ای می‌تواند به‌طور غیرمستقیم بر این بُعد اثرگذار باشد؛ از جمله از طریق ترویج یا تضعیف فعالیت بدنی و شکل‌دهی به عادات رفتاری مرتبط با سلامت جسمی (سازمان بهداشت جهانی^۳، ۲۰۱۹). بر این اساس، تحلیل محتوای برنامه کودک «آنادانا» از منظر این ابعاد، امکان ارزیابی جامع همخوانی محتوای برنامه با نیازهای رشدی کودکان را فراهم می‌سازد.

بر این اساس، بررسی همخوانی محتوای برنامه‌های کودک با نیازهای رشدی و ویژگی‌های کودکان نه تنها برای بهبود کیفیت محتوای رسانه‌ای و آموزش رسانه‌ای اهمیت دارد، بلکه زمینه‌ساز سیاست‌گذاری فرهنگی مبتنی بر شواهد و ارتقای اثرگذاری تربیتی برنامه‌ها نیز خواهد بود.

لذا سوالات پژوهش اینگونه شکل می‌گیرد: ۱. محتوای برنامه کودک آنادانا با رشد شناختی کودکان همخوانی دارد؟ ۲. محتوای برنامه کودک آنادانا با رشد زبانی و گفتاری کودکان همخوانی دارد؟ ۳. محتوای برنامه کودک آنادانا با رشد اجتماعی کودکان همخوانی دارد؟ ۴. محتوای برنامه کودک آنادانا با رشد عاطفی کودکان همخوانی دارد؟ ۵. محتوای برنامه کودک آنادانا با رشد اخلاقی و تربیتی کودکان همخوانی دارد؟ ۶. محتوای برنامه کودک آنادانا با رشد بدنی و جسمانی کودکان همخوانی دارد؟

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های پیشین در حوزه برنامه‌های کودک و میزان تطابق آنها با مراحل رشد و تربیت، دیدگاه‌های متنوعی درباره تأثیر رسانه بر تحول شناختی، عاطفی و اجتماعی کودکان ارائه کرده‌اند. بررسی این مطالعات، زمینه‌ای برای درک بهتر شکاف‌ها و ظرفیت‌های موجود در تولیدات رسانه‌ای کودک فراهم می‌سازد. در

1. Denham et al.
2. Christakis.
3. WHO .

این بخش، مروری نظام‌مند بر پژوهش‌های داخلی و بین‌المللی مرتبط با موضوع تحقیق صورت می‌گیرد.

پایک و جنینگر^۱ (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان «رسانه‌های کودکان و رشد شناختی» هدف تحقیق را بررسی نقش رسانه‌های تصویری، به‌ویژه تلویزیون و برنامه‌های کودک، را در فرایند رشد شناختی کودکان قرار دادند. نتایج نشان داد که رسانه‌های تصویری می‌توانند به صورت هدفمند، با طراحی محتوای متناسب با مراحل رشدی، توانایی‌های زبانی، حل مسئله و حافظه کودکان را تقویت کنند. این پژوهش همچنین به محدودیت‌های رسانه‌های غیرهدفمند اشاره داشت که می‌توانند رشد شناختی را با ارائه پیام‌های ناسازگار مختل کنند.

میلر و اندرسن^۲ (۲۰۲۳) در مطالعه «هماهنگی محتوای تلویزیون با مراحل رشد» نویسندگان هدف از تحقیق خود را بررسی میزان تطابق برنامه‌های کودک با ویژگی‌های رشدی کودکان پرداختند. آنها با تحلیل محتوایی برنامه‌های کودک در کشورهای مختلف به این نتیجه رسیدند که برنامه‌هایی که به صورت علمی طراحی شده‌اند، می‌توانند مهارت‌های اجتماعی و اخلاقی کودکان را ارتقاء دهند و احساس خودکارآمدی را افزایش دهند.

وانگ^۳ (۲۰۲۱) در تحقیقی تحت عنوان «تأثیر رسانه بر رفتار دوران کودکی» هدف تحقیق متمرکز بر تأثیرات بلندمدت مشاهده برنامه‌های تلویزیونی بر رفتارهای اخلاقی و اجتماعی کودکان بود. نتایج نشان داد که مواجهه مکرر کودکان با برنامه‌های پرخشونت یا محتواهای غیرمناسب می‌تواند منجر به افزایش پرخاشگری و کاهش همدلی در کودکان شود، در حالی که برنامه‌های دارای پیام‌های مثبت اجتماعی، رشد مهارت‌های همدلی، همکاری و رفتارهای مثبت را تسهیل می‌کنند.

اندرسون و همکاران^۴ (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان «نقش رسانه در اجتماعی شدن کودکان» هدف از تحقیق را پرداختن به نقش رسانه‌های جمعی در شکل‌دهی

1. Pike and Jennings.
2. Miller and Andersen.
3. Wang.
4. Anderson et al.

تحلیل هم‌خوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

هنجارها و ارزش‌های اجتماعی کودکان عنوان کردند. براساس یافته‌های آنها، رسانه‌ها با فراهم آوردن الگوهای رفتاری متنوع، امکان یادگیری اجتماعی از طریق مشاهده را برای کودکان فراهم می‌کنند و می‌توانند نقش مؤثری در تقویت یا تضعیف مهارت‌های اجتماعی ایفا کنند.

والکنبرگ و پیتر^۱ (۲۰۱۷) در تحقیق «تأثیرات رسانه بر رشد کودکان» این محققان به بررسی تأثیرات گسترده رسانه‌ها بر جنبه‌های مختلف رشد کودک شامل شناخت، هیجان و مهارت‌های اجتماعی پرداختند. آنها به اهمیت محتوای رسانه‌ای سالم و همخوان با نیازهای سنی کودک تأکید کردند و پیشنهاد کردند که برنامه‌های کودک باید با همکاری متخصصان رشد طراحی شود تا تأثیرات مثبتی بر سلامت روانی و تربیتی کودکان داشته باشد.

رضایی و سهرابی (۱۴۰۲) در مطالعه‌ای با عنوان «تحلیل رشد اجتماعی کودکان با تماشای برنامه‌های تلویزیونی»، به بررسی رابطه میان تماشای برنامه‌های کودک و رشد مهارت‌های اجتماعی پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که برنامه‌های دارای محتوای مثبت و آموزشی، به افزایش توانایی تعاملات اجتماعی و کاهش رفتارهای پرخطر در کودکان منجر می‌شوند، در حالی که برنامه‌های نامناسب، آثار منفی بر رفتار اجتماعی دارند (رضایی و سهرابی، ۱۴۰۲).

فاطمه نصیری (۱۴۰۱) در تحقیق خود با عنوان «بررسی محتوای برنامه‌های کودک در تلویزیون ایران از منظر تربیتی»، با تحلیل محتوای چند برنامه کودک شبکه‌های تلویزیونی به این نتیجه رسید که بسیاری از این برنامه‌ها فاقد چهارچوب تربیتی منسجم بوده و از هم‌خوانی لازم با مراحل رشد کودکان برخوردار نیستند. به اعتقاد وی، این ناهماهنگی می‌تواند منجر به بروز سردرگمی رفتاری در کودکان شود (نصیری، ۱۴۰۱).

مریم مهدوی (۱۴۰۰) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان «تحلیل محتوا و اثرات برنامه‌های کودک سیمای استانی»، بر میزان انطباق تولیدات کودک در سیمای استانی همدان با مراحل رشد کودکان تمرکز کرده است. یافته‌های این

1. Valkenburg and Peter.

پژوهش بیانگر نیاز مبرم به بازنگری و ارتقاء محتوای آموزشی و تربیتی این برنامه‌ها بوده است (مهدوی، ۱۴۰۰).

علی کاظمی (۱۳۹۹) در مقاله‌ی «بررسی تأثیرات روانی محتوای برنامه‌های کودک بر رفتارهای اجتماعی»، تأکید می‌کند که محتوای پرخشونت یا الگوهای نادرست در برنامه‌های کودک، می‌تواند رفتارهای منفی اجتماعی را در کودکان تقویت کند. وی توصیه می‌کند که تولید محتوای این برنامه‌ها باید مبتنی بر نظریه‌های رشد روانی و اجتماعی باشد (کاظمی، ۱۳۹۹).

زهرا اسدی (۱۳۹۸) در تحقیق خود با عنوان «نقش تلویزیون در تربیت اخلاقی کودکان»، نقش مؤثر رسانه‌ها را در شکل‌دهی به هنجارهای اخلاقی کودکان بررسی کرده و بر لزوم نظارت کیفی مستمر بر محتوای برنامه‌های کودک جهت ارتقاء تربیت اخلاقی کودکان تأکید دارد (اسدی، ۱۳۹۸: ۷۶).

چهارچوب نظری

در این بخش، چهارچوب مفهومی و مبانی نظری پژوهش معرفی می‌شود تا دیدگاهی روشن از مفاهیم اصلی و روابط بین آنها ارائه کند و مسیر تحلیل و تفسیر داده‌ها را مشخص سازد.

رشد شناختی کودک: رشد شناختی به مجموعه فرآیندهای ذهنی مانند ادراک، حافظه، یادگیری، استدلال، حل مسئله و زبان اشاره دارد که در طول دوران کودکی رشد می‌یابند. این حوزه از رشد، پایه‌گذار توانایی‌های فکری و ذهنی کودک برای درک دنیای پیرامون، تحلیل مفاهیم و تصمیم‌گیری است (اندرسون و همکاران^۱، ۲۰۱۸؛ والکنبورگ و پیتر^۲، ۲۰۱۷).

از دیدگاه پیاژه، رشد شناختی کودک در مراحل سنی مختلف به‌صورت سلسله‌مراتبی و مرحله‌ای رخ می‌دهد و توانمندسازی شناختی زمانی به بهینه‌ترین شکل ممکن اتفاق می‌افتد که فعالیت‌ها و محرک‌های آموزشی با مرحله رشدی کودک هماهنگ باشند (پیاژه، ۱۹۷۲). به‌عنوان مثال، کودکان در مرحله پیش‌عملیاتی

1. Valkenburg & Peter.

2. Anderson et al.

تحلیل هم‌خوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

(حدود ۲ تا ۷ سالگی) توانایی تفکر منطقی محدود دارند و آموزش‌های متناسب با این مرحله باید براساس بازی، تصویرسازی و فعالیت‌های عملی طراحی شود، در حالی که کودکان در مرحله عملیات عینی (حدود ۷ تا ۱۱ سالگی) قادر به تفکر منطقی در مورد روابط علت و معلولی هستند و فعالیت‌های تحلیلی پیچیده‌تر برای آنان مناسب است. از منظر اریکسون، رشد شناختی با ابعاد عاطفی و اجتماعی کودک نیز پیوند خورده است و توانمندسازی شناختی می‌تواند در تقویت اعتماد به نفس، خودکارآمدی و مهارت‌های حل مسئله نقش مؤثری ایفا کند (اریکسون^۱، ۱۹۶۳). به این ترتیب، ارائه محتوای آموزشی و رسانه‌ای متناسب با سطح شناختی کودک نه تنها توانایی‌های ذهنی او را ارتقا می‌دهد، بلکه رشد عاطفی و اجتماعی او را نیز تسهیل می‌کند، و زمینه را برای یادگیری مؤثر و رفتارهای مثبت اجتماعی فراهم می‌آورد.

رشد عاطفی: رشد عاطفی به فرآیند شناخت، تجربه، بیان و مدیریت هیجانات و احساسات در کودکان اشاره دارد. این نوع از رشد، با توانایی کودک در ابراز محبت، همدلی، خشم، ترس یا غم و درک احساسات دیگران مرتبط است. رشد عاطفی مناسب نقش مهمی در سلامت روان و روابط اجتماعی آینده کودک ایفا می‌کند (وانگ^۲، ۲۰۲۱).

رشد اجتماعی: رشد اجتماعی عبارت است از یادگیری هنجارها، قواعد، مهارت‌ها و نقش‌های اجتماعی از طریق تعامل با دیگران. این نوع از رشد شامل توانایی برقراری ارتباط مؤثر، همکاری، حل تعارض و پذیرش مسئولیت در گروه است. برنامه‌های کودک، از طریق نمایش الگوهای رفتاری مناسب، می‌توانند مهارت‌های اجتماعی را در کودک تقویت یا تضعیف کنند (میلر و اندرسن^۳، ۲۰۲۳).

رشد اخلاقی- تربیتی: رشد اخلاقی به فرآیند درونی‌سازی ارزش‌ها، هنجارها و معیارهای درست و نادرست اشاره دارد که از طریق خانواده، مدرسه و رسانه‌ها شکل می‌گیرد. تربیت اخلاقی با توانایی تشخیص مسئولیت‌پذیری، عدالت، صداقت و

1. Erikson.

2. Wang.

3. Miller & Andersen.

احترام به دیگران در کودکان همراه است. پیام‌های رسانه‌ای در شکل‌گیری این ارزش‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای دارند (پایک و جنینگر، ۲۰۲۳).

رشد روانی- اجتماعی: اصطلاحی برگرفته از نظریه اریک اریکسون که تلفیقی از رشد فردی، روانی و تعاملات اجتماعی است. این رشد در قالب مراحل هشت‌گانه‌ای بررسی می‌شود که هر مرحله یک چالش رشدی ویژه دارد. توجه رسانه‌ها به این مراحل می‌تواند به تقویت هویت، عزت‌نفس و سلامت روانی کودکان منجر شود (اریکسون،^۲، ۱۹۵۰).

رسانه و پیام رسانه‌ای: رسانه به ابزارهایی گفته می‌شود که برای انتقال پیام، اطلاعات یا محتوای فرهنگی و اجتماعی استفاده می‌شوند (مانند تلویزیون، رادیو، اینترنت و ...). پیام رسانه‌ای، محتوای منتقل‌شده از طریق رسانه است که می‌تواند آگاهانه یا ناآگاهانه بر بیننده به‌ویژه کودک تأثیر بگذارد (گربنر،^۳، ۱۹۶۹؛ والکنبورگ و پیتتر،^۴، ۲۰۱۷).

نظریه رشد روانی- اجتماعی اریک اریکسون

اریک اریکسون^۵ (۱۹۵۰) نظریه رشد روانی- اجتماعی را مطرح کرد که براساس آن، رشد شخصیت انسان در هشت مرحله با چالش‌ها و بحران‌های روانی- اجتماعی طی طول عمر شکل می‌گیرد. هر مرحله شامل یک تعارض یا بحران است که حل موفق آن در تعامل کودک با خانواده، همسالان و محیط اجتماعی، به رشد سالم روانی و اجتماعی منجر می‌شود. مراحل ابتدایی شامل اعتماد در برابر بی‌اعتمادی، خودمختاری در برابر شک و تردید و ابتکار در برابر احساس گناه است که نقش مهمی در شکل‌گیری هویت، اعتمادبه‌نفس و مهارت‌های اجتماعی کودک دارند (اریکسون، ۱۹۶۳).

1. Pike & Jenninger.

2. Erikson.

3. Gerbner.

4. Valkenburg & Peter.

5. Erik Erikson.

تحلیل هم‌خوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

با توجه به این دیدگاه، برنامه‌های کودک نمی‌توانند به‌تنهایی رشد روانی-اجتماعی کودک را ایجاد کنند، بلکه نقش آنها تقویتی و حمایتی است و می‌توانند زمینه‌ای برای تمرین مهارت‌های اجتماعی، تقویت اعتمادبه‌نفس و مدیریت هیجانات فراهم کنند. بر این اساس، کاربرد نظریه اریکسون در تحقیق حاضر، بررسی میزان هم‌خوانی محتوای برنامه «آنادانا» با مراحل رشد روانی-اجتماعی کودکان و توانایی برنامه در تسهیل تعاملات مثبت و حمایت از توسعه هویت و مهارت‌های اجتماعی کودکان است. چنین تحلیلی به برنامه‌سازان کمک می‌کند محتوایی طراحی کنند که ضمن هماهنگی با نیازهای روانی و اجتماعی کودک، از او در مواجهه با چالش‌ها و بحران‌های رشدی حمایت کند.

نظریه یادگیری اجتماعی آلبرت بندورا

بندورا^۱ (۱۹۷۷) معتقد است که یادگیری انسان تنها از طریق تجربه مستقیم اتفاق نمی‌افتد بلکه مشاهده رفتار دیگران، تقلید و مدل‌سازی نیز نقش مهمی در فرایند یادگیری دارد. کودکان با مشاهده رفتار شخصیت‌های تلویزیونی، مهارت‌های اجتماعی، عاطفی و اخلاقی را می‌آموزند (باندورا^۲، ۱۹۹۷: ۳۳). چهار فرایند اصلی یادگیری مشاهده‌ای عبارت‌اند از: توجه؛ کودک باید رفتار مدل را به دقت ببیند. نگهداری؛ توانایی حفظ رفتار مشاهده‌شده در حافظه. تولید بازخورد؛ امکان بازتولید رفتار با توانایی جسمی و شناختی. تقویت؛ انگیزه برای انجام رفتار، ناشی از پاداش‌ها یا پیامدهای مثبت است.

نظریه بندورا نشان می‌دهد که برنامه‌های کودک می‌توانند با نمایش شخصیت‌های الگو، رفتارهای مثبت اجتماعی را تقویت کنند و با نمایش پیامدهای مثبت یا منفی، انگیزش کودکان را برای یادگیری و تقلید رفتارها تنظیم نمایند.

خودکارآمدی: مفهوم کلیدی دیگر در نظریه بندورا، خودکارآمدی است که به باور فرد نسبت به توانایی‌های خود برای انجام کارهای مختلف اشاره دارد. برنامه‌هایی که تلاش شخصیت‌ها برای حل مسئله و موفقیت را نشان می‌دهند، می‌توانند حس خودکارآمدی کودکان را افزایش دهند (باندورا، ۱۹۹۷: ۳۶).

1. Albert Bandura.

2. Bandura.

نظریه کاشت رسانه‌ای جورج گربنر

جورج گربنر^۱ (۱۹۶۹) نظریه کاشت را برای توضیح تأثیرات بلندمدت و تدریجی رسانه‌ها، به ویژه تلویزیون، مطرح کرد. براساس این نظریه، تماشای طولانی‌مدت تلویزیون باعث می‌شود مخاطبان برداشت‌هایشان از واقعیت اجتماعی شکل و جهت بگیرد. تلویزیون با تکرار پیام‌ها و الگوهای رفتاری، نگرش‌های غالب جامعه را تقویت می‌کند و برداشت‌های کودکان را از دنیای پیرامون‌شان تغییر می‌دهد (گربنر^۲، ۱۹۶۹). دو نوع اثر کاشت وجود دارد. اثر اصلی: تماشاگران پرمصرف تلویزیون برداشت‌های مشابه و غالب رسانه‌ای را می‌پذیرند. اثر فرعی: وقتی پیام‌های رسانه‌ای با تجربیات واقعی مخاطب هماهنگ باشد، تأثیر آن قوی‌تر می‌شود. نظریه کاشت اهمیت محتوای برنامه کودک را در شکل‌گیری هنجارها و نگرش‌های کودکان مورد تأکید قرار می‌دهد و بر نقش تکرار پیام‌های رسانه‌ای در ایجاد یک جهان‌بینی مشخص تأکید می‌کند.

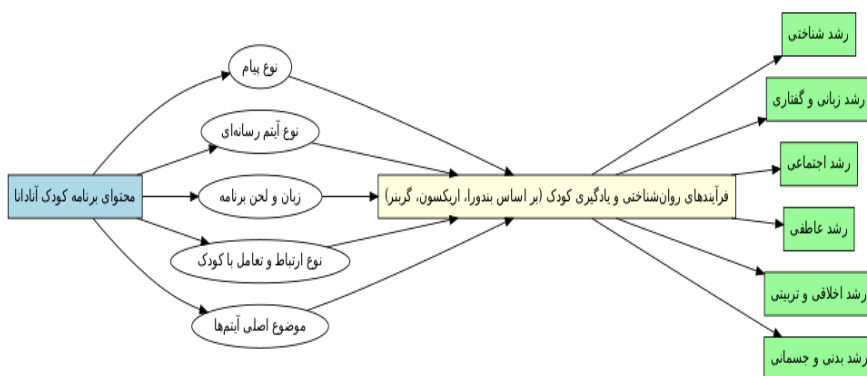
ارتباط نظریه‌ها با چهارچوب مفهومی پژوهش براساس مدل مفهومی ترکیبی از سه نظریه اریکسون، بندورا و گربنر طراحی شده است. محتوای برنامه کودک «آنادانا» به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده و رشد شناختی، عاطفی، اجتماعی و تربیتی کودکان متغیر وابسته است. نظریه اریکسون، مراحل رشد روانی-اجتماعی کودکان را تعریف می‌کند که برنامه‌ها باید متناسب با آنها طراحی شوند (اریکسون، ۱۹۵۰). نظریه بندورا تأثیر یادگیری مشاهده‌ای از طریق شخصیت‌ها و موقعیت‌های نمایشی را توضیح می‌دهد (باندورا، ۱۹۹۷: ۳۸). نظریه کاشت، تأثیر بلندمدت پیام‌های مکرر تلویزیونی را بر نگرش‌ها و باورهای کودکان مورد توجه قرار می‌دهد (گربنر، ۱۹۶۹: ۱۶۸). با ادغام این سه نظریه، پژوهشگر می‌تواند به طور جامع بررسی کند که آیا محتوای برنامه کودک هم با نیازهای رشدی کودکان هم‌خوانی دارد و هم پیام‌های مثبت را به گونه‌ای ارائه می‌دهد که در ذهن و رفتار کودکان اثرگذار باشد.

1. George Gerbner.

2. Gerbner.

تحلیل همخوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

مدل مفهومی: با توجه به مباحث فوق، می‌توان مدل مفهومی تحقیق در زمینه متغیرهای مستقل شامل ویژگی‌های محتوایی برنامه کودک «آنادانا» (نوع پیام، زبان به کار رفته، موضوع آیت‌ها و نوع ارتباط رسانه‌ای با کودک) و متغیر وابسته، رشد چندبعدی کودکان (شناختی، زبانی، اجتماعی، عاطفی، اخلاقی، بدنی و تربیتی) را به صورت زیر ترسیم کرد:



نمودار ۱- مدل مفهومی تحقیق براساس سه نظریه کاشت، یادگیری اجتماعی و رشد روانی- اجتماعی

این پژوهش در چهارچوب نظریه‌های روان‌شناسی رشد (اریکسون)، یادگیری اجتماعی (بندورا) و شاخص‌های فرهنگی رسانه (گرنر)، به بررسی میزان همخوانی برنامه‌های کودک سیمای استانی همدان با مراحل رشد و تربیت کودکان می‌پردازد. این چهارچوب نظری مبنایی برای تدوین فرضیه‌هایی است که رابطه میان نوع محتوا، اهداف ارتباطی آن و تأثیرش بر رفتارهای مشاهده‌شده در کودکان را بررسی می‌کند. بر این اساس، فرضیه‌های زیر دراین تحقیق مطرح می‌شوند:

۱. بین پیام‌های برنامه کودک «آنادانا» و رشد شناختی کودکان همخوانی وجود دارد.
۲. بین زبان به کاررفته در برنامه و رشد زبانی و گفتاری کودکان و همخوانی وجود دارد.
۳. بین موضوع آیت‌های برنامه و رشد اجتماعی کودکان همخوانی وجود دارد.
۴. بین نوع ارتباط با کودک در برنامه و رشد عاطفی کودکان همخوانی وجود دارد.
۵. بین پیام‌های ارتباطی برنامه و رشد اخلاقی و تربیتی کودکان

همخوانی وجود دارد. ۶. بین موضوع آیت‌های برنامه و رشد بدنی و حرکتی کودکان همخوانی وجود دارد.

بنابراین نخست، بر پایه نظریه رشد روانی-اجتماعی اریکسون، فرض می‌شود که میان محتوای برنامه‌های کودک با مراحل رشد روانی-اجتماعی کودکان و افزایش مشارکت، تعامل و اعتماد به نفس آنها همخوانی وجود دارد؛ به‌ویژه اگر برنامه‌ها به نیازهای رشدی هر مرحله توجه نشان دهند. دوم، با استناد به نظریه یادگیری اجتماعی بندورا، فرض بر این است که برنامه‌هایی که الگوهای رفتاری مثبت، همکاری، همدلی و حل مسئله را به تصویر می‌کشند، تأثیر بیشتری بر رفتارهای طرفدار اجتماعی^۱ کودکان دارند، چراکه کودکان از طریق مشاهده، تقلید و درونی‌سازی رفتارهای رسانه‌ای به یادگیری اجتماعی دست می‌یابند. در نهایت، با توجه به نظریه شاخص‌سازی فرهنگی گرینر، فرض می‌شود که برنامه‌هایی که بر تکرار پیام‌های واقعی، هدفمند و سازگار با ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه تأکید دارند، در شکل‌دهی به نگرش‌ها و برداشت‌های کودکان از جهان پیرامون مؤثرترند، در حالی که محتوای تکرارشونده خشن یا غیرواقعی ممکن است باعث ایجاد ترس، اضطراب یا تصویر نادرستی از جهان شود.

روش پژوهش

این پژوهش به روش تحلیل محتوای کمی با رویکرد استنباطی انجام شده است. در تحلیل محتوای استنباطی، برخلاف نوع توصیفی آن، هدف صرفاً توصیف پیام‌های رسانه‌ای نیست، بلکه بر استنباط و تبیین ارتباط میان ویژگی‌های آشکار پیام و واقعیت‌های اجتماعی تأکید می‌شود.

داده‌های پژوهش شامل واحدهای محتوایی برنامه کودک آنادانا (نظیر رشد شناختی، رشد زبانی و گفتاری، رشد اجتماعی، رشد عاطفی، رشد اخلاقی و تربیتی، رشد بدنی و حرکتی، نوع آیت‌م رسانه‌ای، نوع پیام ارائه شده، نوع ارتباط با کودک، موضوع اصلی آیت‌م، شکل اجرای آیت‌م، نوع زبان برنامه و لحن برنامه) است که به‌صورت نظام‌مند کدگذاری شده‌اند.

1. Prosocialq7.

تحلیل همخوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

در تحلیل محتوای استنباطی، برخلاف نوع توصیفی، هدف صرفاً شمارش یا توصیف عناصر پیام نیست، بلکه از طریق مقوله‌بندی نظام‌مند پیام‌های آشکار رسانه‌ای، استنباط و تبیین ارتباط آنها با شاخص‌های نظری رشد کودک صورت می‌گیرد. بر این اساس، مقوله‌های تحلیل پژوهش بر مبنای مؤلفه‌های رشد شناختی، عاطفی، بدنی، اجتماعی و ... کودکان، با اتکا به دیدگاه‌های نظری اریکسون و بندورا، استخراج و برای هر مقوله، دستورالعمل‌های مشخص کدگذاری تدوین شد. فرایند کدگذاری با استفاده از این مقوله‌ها و دستورالعمل‌ها انجام و داده‌های حاصل، مبنای تحلیل همخوانی محتوای برنامه با شاخص‌های رشد کودکان قرار گرفت.

با تکیه بر این رویکرد، برنامه کودک آنادانا در این پژوهش به‌عنوان متن رسانه‌ای با مخاطب مفروض کودک مورد تحلیل قرار گرفته و شاخص‌های رشد مرتبط با دوره کودکی مبنای مقوله‌بندی و تحلیل محتوا بوده است. این تحلیل بر پایه مقوله‌های نظری همچون رشد شناختی، زبانی، اجتماعی، عاطفی، اخلاقی، حرکتی و نیز عناصر زبان به کاررفته در برنامه کودک آنادانا و همخوانی با رشد زبانی و گفتاری کودکان رابطه معناداری وجود دارد. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی قسمت‌های برنامه کودک «آنادانا» به‌عنوان متن رسانه‌ای است که در سال ۱۴۰۳ تولید و از سیمای استانی همدان پخش شده‌اند. در بازه زمانی مشخص‌شده، ۴۷ قسمت از این برنامه در سه فصل (بهار، پاییز و زمستان) پخش شده‌اند که به‌صورت کامل در تحقیق بررسی شده‌اند. از آنجا که حجم جامعه آماری محدود و قابل دسترس بوده است، از روش سرشماری برای نمونه‌گیری استفاده شد و کل جامعه به‌عنوان نمونه پژوهش در نظر گرفته شد.

حجم نمونه نهایی، با احتساب میانگین حداقلی ۷ آیتم محتوایی در هر قسمت، برابر با ۳۲۹ آیتم مجزای قابل تحلیل تعیین شد. هر آیتم (مانند داستان، شعر، گفت‌وگو، پیام تربیتی یا بازی) به‌عنوان واحد تحلیل انتخاب گردید تا تحلیل دقیق‌تری از محتوای قابل تفکیک به دست آید.

جدول ۱- مشخصات جامعه آماری و نمونه پژوهش

مشخصه	توضیحات
جامعه آماری	کلیه قسمت‌های برنامه «آنادانا» در سال (۱۴۰۳)
تعداد کل قسمت‌ها	۴۷ قسمت
فصل‌های پخش	بهار، پاییز و زمستان
روش نمونه‌گیری	سرشماری (شامل کل جامعه)
تعداد آیتم‌های محتوایی میانگین در هر قسمت	حداقل ۷ آیتم
حجم نمونه نهایی	۳۲۹ آیتم محتوایی
واحد تحلیل	هر آیتم محتوایی (داستان، شعر، گفت‌وگو، پیام تربیتی، بازی)

برای تضمین روایی پژوهش، ابتدا چهارچوب نظری دقیق و مستند بر مبنای علمی رشد کودک شامل ابعاد شناختی، زبانی، اجتماعی، عاطفی، اخلاقی و حرکتی طراحی و فرم کدگذاری براساس این چهارچوب تدوین شد. به منظور افزایش اعتبار مفهومی، تمامی مفاهیم و مقوله‌های موردبررسی با دقت تعریف و در دستوراتعمل‌های کدگذاری به صورت شفاف و قابل فهم برای کدگذاران ارائه شد. همچنین دو کدگذار مستقل پس از آموزش کامل نسبت به مفاهیم نظری پژوهش نظیر مؤلفه‌های رشد شناختی، عاطفی، اخلاقی و تربیتی، بدنی و حرکتی و...، کودک براساس دیدگاه‌های اریکسون و بندورا و دستوراتعمل‌های کدگذاری شامل مقوله و زیرمقوله‌هایی همچون: ۱- رشد شناختی (حل مسئله، تقویت تفکر منطقی، یادگیری مفاهیم، سایر)؛ ۲- رشد زبانی و گفتاری (واژگان جدید، جمله‌سازی درست، افزایش دایره لغات، مهارت شنیداری و گفتاری)؛ ۳- رشد اجتماعی (همکاری و نظم، احترام به دیگران و قانون، تعامل گروهی، آداب اجتماعی و سایر)؛ ۴- رشد عاطفی (بیان احساسات و احترام به خود، همدلی بادیگران، مدیریت هیجان و سایر)؛ ۵- رشد اخلاقی و تربیتی (صداقت و راستگویی، مسئولیت پذیری، احترام به والدین و معلمان، مفاهیم خوب و بد و سایر)؛ ۶- رشد بدنی و حرکت (حرکت و فعالیت بدنی آرام، حرکات شاد و ریتمیک، تشویق به بازی‌های بدنی، آموزش بهداشت فردی و سایر)؛ ۷- نوع

تحلیل هم‌خوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

آیتم رسانه‌ای (داستانی/ نمایش عروسکی، ترانه / شعر، بازی / مسابقه / گفت‌وگو، انیمیشن / کلیپ آموزشی)؛ ۸- نوع پیام ارائه شده (آموزشی، سرگرم‌کننده، هشداردهنده/ تربیتی، انگیزشی/ تشویقی)؛ ۹- نوع ارتباط با کودک (مستقیم، غیرمستقیم، تعامل برانگیز)؛ ۱۰- موضوع اصلی آیتم (آموزش ارزش‌های اخلاقی و تربیتی، تعاملات اجتماعی (دوستی، خانواده)، تقویت مهارت‌های شناختی یا حل مسئله، رشد بدنی و فعالیت حرکتی، آموزش مهارت‌های زندگی، سایر)؛ ۱۱- شکل اجرای آیتم (اجرای مستقیم توسط مجری، شخصیت عروسکی یا کارتون، مشارکت کودک واقعی در اجرا، صدای راوی/ روایت تصویری، گروهی)؛ ۱۲- نوع زبان برنامه (فارسی رسمی، فارسی عامیانه کودکان، گویش محلی، زبان ترکیبی (محلی / رسمی)، زبان تصویری)؛ ۱۳- لحن برنامه (لحن شوخی، لحن رسمی، لحن محبت‌آمیز، لحن آموزگارانه، سایر) (کدگذاری محتوای برنامه‌ها را انجام دادند.

از سوی دیگر، برای افزایش روایی محتوایی، فرم کدگذاری محقق‌ساخته پیش از اجرا، با استفاده از نظرات کارشناسان حوزه رشد کودک و علوم ارتباطات بازبینی و تعدیل شد تا هم‌خوانی دقیق با شاخص‌های نظری و عملیاتی پژوهش داشته باشد. همچنین، استفاده از نمونه کامل (سرشماری) برنامه‌های موجود به جای نمونه‌گیری تصادفی، به‌ویژه در تحلیل محتوای محدود و مشخص، امکان بررسی جامع‌تر و دقیق‌تر محتوا را فراهم آورد که به اعتبار کلی نتایج افزوده است.

از حیث پایایی (اعتبار درونی)، دو کدگذار به صورت مستقل و با فاصله زمانی دو هفته، تمامی آیتم‌های محتوایی را مجدداً کدگذاری کردند تا قابلیت تکرارپذیری داده‌ها سنجیده شود. استفاده از فرمول ویلیام اسکات برای اندازه‌گیری میزان توافق بین کدگذاران^۱ نشان داد که ضریب پایایی در تمامی مقوله‌ها بالای ۹۷ درصد بوده است. این میزان توافق بسیار بالا، نشانگر پایداری و ثبات روش کدگذاری و صحت نتایج تحلیل محتواست.

ابزار گردآوری داده‌ها، فرم کدگذاری محقق‌ساخته بود که براساس چهارچوب نظری پژوهش و شاخص‌های رشد کودکان طراحی و تدوین شده است. کدگذاری محتوای برنامه‌ها توسط دو کدگذار مستقل انجام شد. به منظور افزایش دقت و

1. Inter-Coder Reliability.

تحلیل هم‌خوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

صحت کدگذاری، قبل از آغاز فرآیند، دستورالعمل‌های کدگذاری به صورت دقیق تدوین و به کدگذاران آموزش داده شد تا تعاریف مفهومی هر مقوله برای هر دو کدگذار یکسان و شفاف باشد.

اطلاعات پژوهش از طریق کدگذاری نظام‌مند محتوای برنامه‌ها، با بهره‌گیری از مقوله‌های تحلیل و دستورالعمل‌های کدگذاری، گردآوری شد.

جدول ۲- دستورالعمل کدگذاری محتوای برنامه کودک «آنادانا» با مراحل رشد کودکان براساس مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها

مقوله‌ها	مقوله‌ها (همراه با کد)	زیرمقوله‌ها (همراه با کد)	واحد تحلیل
Q1	۱. رشد شناختی	۱. حل مسئله ۲. تقویت تفکر منطقی ۳. یادگیری مفاهیم ۴. سایر	آیتم
Q2	۲. رشد زبانی و گفتاری	۱. واژگان جدید ۲. جمله‌سازی درست ۳. افزایش دایره لغت ۴. مهارت شنیداری و گفتاری	آیتم
Q3	۳. رشد اجتماعی	۱. همکاری و نظم ۲. احترام به دیگران و قانون ۳. تعامل گروهی (دوستی با افراد و حیوانات) ۴. آداب اجتماعی ۵. سایر	آیتم
Q4	۴. رشد عاطفی	۱. بیان احساسات و احترام به خود ۲. همدلی با دیگران ۳. مدیریت هیجان (غلبه بر ترس) / مدیریت مالی ۴. سایر	آیتم
Q5	۵. رشد اخلاقی و تربیتی	۱. صداقت و راستگویی ۲. مسئولیت‌پذیری ۳. احترام به والدین و معلم ۴. مفاهیم خوب و بد ۵. سایر	آیتم
Q6	۶. رشد بدنی و حرکتی	۱. حرکت و فعالیت بدنی آرام (نمایشی) ۲. حرکات شاد و ریتمیک ۳. تشویق به بازی‌های بدنی ۴. آموزش بهداشت فردی ۵. سایر	آیتم
Q7	۷. نوع آیتم رسانه‌ای	۱. داستانی / نمایش عروسکی ۲. ترانه / شعر ۳. بازی / مسابقه / گفت‌وگو ۴. انیمیشن / کلیپ آموزشی	آیتم
Q8	۸. نوع پیام ارائه شده	۱. آموزشی ۲. سرگرم‌کننده ۳. هشداردهنده / تربیتی ۴. انگیزشی / تشویقی	آیتم

تحلیل هم‌خوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

مقوله‌ها	مقوله‌ها (همراه با کُد)	زیرمقوله‌ها (همراه با کُد)	واحد تحلیل
Q9	۹. نوع ارتباط با کودک	۱. مستقیم (خطاب به کودک، دعوت به مشارکت) ۲. غیرمستقیم (روایت از سوم شخص یا اجرای صرف) ۳. تعامل‌برانگیز (سؤال، تشویق به پاسخ یا تفکر)	آیتم
Q10	۱۰. موضوع اصلی آیتم	۱. آموزش ارزش‌های اخلاقی و تربیتی ۲. تعاملات اجتماعی (دوستی، خانواده) ۳. تقویت مهارت‌های شناختی یا حل مسئله ۴. رشد بدنی و فعالیت حرکتی ۵. آموزش مهارت‌های زندگی (نظم، مسئولیت، ایمنی و...) ۶. سایر	آیتم
Q11	۱۱. شکل اجرای آیتم	۱. اجرای مستقیم توسط مجری ۲. شخصیت عروسکی یا کارتون ۳. مشارکت کودک واقعی در اجرا ۴. صدای راوی / روایت تصویری ۵. گروهی (جمعی از کودکان یا بازیگران)	آیتم
Q12	۱۲. نوع زبان برنامه	۱. فارسی رسمی ۲. فارسی عامیانه کودکان ۳. گویش محلی (همدانی، لری، ترکی و...) ۴. زبان ترکیبی (محلی / رسمی) ۵. زبان تصویری	آیتم
Q13	۱۳. لحن برنامه	۱. لحن شوخی ۲. لحن رسمی ۳. لحن محبت‌آمیز ۴. لحن آموزگارانه ۵. سایر	آیتم

پس از کدگذاری، داده‌ها در نرم‌افزار SPSS ثبت و تحلیل شدند. برای تحلیل آماری از تکنیک‌های آمار توصیفی شامل درصدها و جداول دوبعدی، و نیز آزمون ناپارامتریک خدو^۱ جهت بررسی رابطه میان مقوله‌های تحلیل استفاده شد. تحلیل جداول تقاطعی میان متغیرهای مستقل (شاخص‌های رشد) و متغیر وابسته (هم‌خوانی محتوایی) امکان تفسیر عمیق‌تری از الگوهای موجود در محتوای رسانه‌ای را فراهم ساخت.

در مجموع، بهره‌گیری از روش تحلیل محتوای استنباطی، سرشماری جامعه محدود، تعریف دقیق واحد تحلیل، استفاده از دستورالعمل کدگذاری ساختاریافته، تحلیل آماری متناسب با سطح سنجش داده‌ها و سنجش پایایی با توافق بالا، پژوهش حاضر را از منظر روش‌شناختی در جایگاه علمی قابل اتکایی قرار می‌دهد.

1. Chi-square.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی: پژوهش حاضر به شناسایی مؤلفه‌های مختلف محتوایی می‌پردازد و تصویری کلی از جهت‌گیری برنامه در حوزه‌های شناختی، زبانی، عاطفی، اخلاقی، فرهنگی و رسانه‌ای ترسیم می‌نماید. براساس نتایج توصیفی می‌توان گفت:

رشد شناختی: بیشترین سهم محتوای برنامه کودک «آنادانا» از منظر رشد شناختی به مقوله «یادگیری مفاهیم» با ۳۶/۷ درصد تعلق دارد. پس از آن «تقویت تفکر منطقی» با ۳۵/۲ درصد در رتبه بعدی قرار دارد. در مقابل، «حل مسئله» (۱۳/۹ درصد) و «سایر موارد» (۱۴/۲ درصد) سهم کمتری را به خود اختصاص داده‌اند. این نتایج بیانگر تمرکز برنامه بر توانمندسازی ذهنی از طریق آموزش مفاهیم پایه و تفکر منطقی است، در حالی که مهارت‌هایی نظیر حل مسئله کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. رشد زبانی و گفتاری: در این حوزه، بیشترین تمرکز برنامه بر «جمله‌سازی درست» (۳۷/۳ درصد) است. مؤلفه‌های «مهارت دیداری و شنیداری» (۲۳/۳ درصد) و «افزایش دایره لغات» (۲۲/۱ درصد) در مراتب بعدی قرار گرفته‌اند. «واژگان جدید» با ۱۷/۳ درصد کمترین توجه را داشته است. بنابراین، برنامه بیشتر بر ساختار زبانی و انسجام گفتار کودکان تمرکز دارد تا گسترش تنوع واژگانی. رشد عاطفی: در بُعد رشد عاطفی، مؤلفه «سایر» با ۲۸/۵ درصد، «همدلی با دیگران» (۲۶/۴ درصد) و «مدیریت هیجان» (۲۴/۵ درصد) بیشترین فراوانی را دارند. در مقابل، «بیان احساسات و احترام به خود» با ۲۰/۶ درصد در جایگاه پایین‌تری قرار دارد. این الگو بیانگر توجه برنامه به مفاهیم گسترده و غیرمستقیم عاطفی است، اما جنبه‌های مشخص‌تر مانند عزت‌نفس و ابزار احساسات کمتر دیده می‌شوند. رشد اخلاقی و تربیتی: در این بخش، «مفاهیم خوب و بد» با ۴۳/۳ درصد برجسته‌ترین مؤلفه بوده است. «مسئولیت‌پذیری» با ۲۳/۹ درصد نیز سهم قابل توجهی دارد. اما مؤلفه‌هایی نظیر «صداقت»، «احترام به والدین و معلمان» و «سایر» به ترتیب ۸/۸، ۷/۳ و ۱۶/۷ درصد از محتوا را شامل شده‌اند. این یافته نشان‌دهنده غلبه آموزش‌های شناختی و نمادین اخلاقی بر تربیت رفتاری و عملی است. رشد بدنی و حرکتی: بیشترین تأکید برنامه بر «حرکات بدنی آرام» (۳۸/۸)

تحلیل هم‌خوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

درصد) و «حرکات شاد و ریتمیک» (۳۴/۸ درصد) بوده است. در حالی که «تشویق به بازی‌های بدنی» (۱۷/۳ درصد) و «آموزش بهداشت فردی» و «سایر» هر یک با ۴/۵ درصد کمتر مدنظر قرار گرفته‌اند. از این‌رو می‌توان نتیجه گرفت که برنامه بیشتر به حرکات نمایشی هماهنگ با فضای تلویزیونی توجه دارد و جنبه‌های عملی رشد جسمی مغفول مانده‌اند. فرهنگ و هویت ایرانی-اسلامی: «سایر» با سهم ۸۵/۸ درصد بیشترین نسبت را دارد و سهم سایر مؤلفه‌های مرتبط با فرهنگ و دین نظیر «آشنایی با آیین‌ها و سنت‌ها» (۷ درصد)، «شخصیت‌های تاریخی» (۴/۵ درصد) و «آموزش دینی مناسب سن» (۲/۷ درصد) بسیار ناچیز است. این یافته نشان‌دهنده ضعف برنامه در پرداخت مستقیم به عناصر فرهنگی و دینی کودکان است. نوع آیت‌م رسانه‌ای: آیت‌های «بازی، مسابقه و گفت‌وگو» با ۳۷/۳ درصد بیشترین حضور را دارند. پس از آن، «ترانه و شعر» (۲۸/۲ درصد) و «داستان و نمایش عروسکی» (۲۵/۸ درصد) قرار گرفته‌اند. در مقابل، «انیمیشن و کلیپ آموزشی» با ۸/۸ درصد کمترین سهم را دارد. این ساختار بیانگر اولویت دادن به آیت‌های مشارکتی و سرگرم‌کننده است. نوع پیام: پیام‌های «آموزشی» با ۵۴/۸ درصد غالب‌ترین نوع پیام هستند. پیام‌های «سرگرم‌کننده» و «هشداردهنده/ تربیتی» هر یک با ۱۸/۸ درصد در رده‌های بعدی و پیام‌های «تشویقی و انگیزشی» با ۷/۶ درصد در رتبه آخر قرار دارند. این نشان می‌دهد که اهداف آموزشی محور اصلی محتوای برنامه بوده‌اند، هرچند انگیزش و تشویق مستقیم به نسبت مغفول مانده‌اند. نوع ارتباط با کودک: ارتباط «مستقیم» با ۴۸/۸ درصد، «غیرمستقیم» با ۳۶/۱ درصد و «تعامل‌برانگیز» با ۱۵/۲ درصد، سطوح مختلف تعامل را نشان می‌دهند. این ترکیب حاکی از غلبه ارتباط‌های مستقیم و رو در رو با کودک است، در حالی که شیوه‌های خلاقانه‌تر و فعال‌ساز کمتر به کار رفته‌اند. موضوع اصلی آیت‌ها: «آموزش مهارت‌های زندگی» با ۳۲/۷ درصد بیشترین تمرکز را به خود اختصاص داده است. پس از آن، «مهارت‌های شناختی یا حل مسئله» (۲۱/۲ درصد) و «ارزش‌های اخلاقی» (۲۰/۳ درصد) در رتبه‌های بعدی هستند. مؤلفه‌هایی نظیر رشد جسمی (۱۴/۵ درصد)، تعاملات اجتماعی (۹/۱ درصد) و «سایر» (۲/۱ درصد) سهم اندکی دارند. این یافته‌ها نشان می‌دهند که برنامه بیشتر بر جنبه‌های کاربردی و شناختی تمرکز داشته است. زبان برنامه: بیشترین زبان استفاده‌شده، «فارسی

تحلیل هم‌خوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

عامیانه کودکانه» (۴۹/۱ درصد) است. «زبان ترکیبی» (۲۷/۹ درصد) و «فارسی رسمی» (۱۳/۹ درصد) در مراتب بعدی قرار دارند. «زبان تصویری» (۷/۳ درصد) و «گویش محلی» (۱/۸ درصد) در پایین‌ترین سطوح قرار دارند. این ترکیب نشان از تلاش برای صمیمیت زبانی دارد، اما زبان محلی و تصویری به‌عنوان ابزارهای ارتباطی کمتر مورد توجه بوده‌اند. لحن برنامه: «لحن محبت‌آمیز» (۵۵/۲ درصد) و «شوخی» (۳۲/۷ درصد) بیشترین فراوانی را دارند. لحن‌های رسمی (۷/۳ درصد)، آموزگارانه (۳/۹ درصد) و سایر (۹ درصد) سهم کمتری دارند. این بیانگر آن است که برنامه در تلاش برای ایجاد فضایی دوستانه و جذاب برای کودک بوده و از جدیت رسمی پرهیز کرده است.

یافته‌های تبیینی (تحلیل آزمون‌های آماری): در این بخش، نتایج حاصل از آزمون‌های استنباطی مرتبط با فرضیه‌های پژوهش و بررسی رابطه بین مؤلفه‌های محتوایی برنامه کودک «آناندا» و شاخص‌های رشد کودکان ارائه می‌گردد. برای آزمون فرضیه‌ها، از آزمون کای‌دو و شاخص شدت اثر، وی کرامر استفاده شد. سطح معناداری آزمون‌ها برابر ۰/۰۵ در نظر گرفته شده است.

جدول ۳- خلاصه نتایج آزمون کای‌دو/ فرضیه‌های پژوهش

ردیف	روابط فرضیه‌ها	X ²	DF	Sig	Cramer's V	نتیجه
۱	فرضیه ۱: رابطه بین نوع پیام‌های ارائه‌شده و رشد شناختی کودکان.	۹۷/۷۱۴	۶	۰/۰۰۰	۰/۳۸۵	تأیید
۲	فرضیه ۲: رابطه بین نوع زبان به کاررفته و رشد زبانی و گفتاری کودکان.	۱۶/۲۵۰	۶	۰/۰۱۲	۰/۱۵۷	تأیید
۳	فرضیه ۳: رابطه بین موضوع آیت‌های برنامه و رشد اجتماعی کودکان.	۸/۵۵۲	۶	۰/۲۰۰	۰/۱۱۴	رد
۴	فرضیه ۴: رابطه بین نوع ارتباط با کودک و رشد عاطفی کودکان.	۴/۴۷۶	۲	۰/۱۰۷	۰/۱۱۶	رد

تحلیل هم‌خوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

ردیف	روابط فرضیه‌ها	X^2	DF	Sig	Cramer's V	نتیجه
۵	فرضیه ۵: رابطه بین نوع پیام ارتباطی و رشد اخلاقی و تربیتی کودکان.	۲۶/۲۸۹	۴	۰/۰۰۰	۰/۲۰۰	تأیید
۶	فرضیه ۶: رابطه بین موضوع آیت‌های برنامه و رشد بدنی و حرکتی کودکان.	۱۰۱/۵۱۲	۶	۰/۰۰۰	۰/۳۹۲	تأیید

براساس جدول شماره ۳ با توجه به نتایج آزمون کای‌دو، یافته‌ها نشان می‌دهد که از میان شش فرضیه مطرح‌شده، چهار فرضیه مورد تأیید قرار گرفته و دو فرضیه رد شده است. به‌طور مشخص، بین نوع پیام‌های ارائه‌شده و رشد شناختی کودکان (Sig = ۰/۰۰۰، $X^2 = ۹۷/۷۱۴$ ، $V = ۰/۳۸۵$)، نوع زبان به‌کاررفته و رشد زبانی و گفتاری کودکان (Sig = ۰/۰۱۲، $X^2 = ۱۶/۲۵۰$ ، $V = ۰/۱۵۷$)، نوع پیام ارتباطی و رشد اخلاقی و تربیتی کودکان (Sig = ۰/۰۰۰، $X^2 = ۲۶/۲۸۹$ ، $df = ۰/۲۰۰$) و همچنین موضوع آیت‌های برنامه و رشد بدنی و حرکتی کودکان (Sig = ۰/۰۰۰، $X^2 = ۱۰۱/۵۱۲$ ، $V = ۰/۳۹۲$) رابطه معنادار آماری وجود دارد. این یافته‌ها بیانگر آن است که محتوای برنامه در برخی ابعاد رشد کودکان اثرگذاری قابل توجهی داشته و نوع طراحی پیام، انتخاب زبان و نحوه پرداختن به موضوعات خاص می‌تواند به شکل مؤثری بر رشد شناختی، زبانی، اخلاقی و حرکتی کودکان تأثیر بگذارد. همچنین ضرایب وی کرامر در روابط معنادار نشان‌دهنده شدت اثر متوسط تا بالا در برخی مقوله‌ها، به‌ویژه در رشد شناختی و حرکتی، است.

در مقابل، فرضیه سوم مبنی بر رابطه بین موضوع آیت‌های برنامه و رشد اجتماعی کودکان (Sig = ۰/۲۰۰) و فرضیه چهارم درخصوص رابطه بین نوع ارتباط با کودک و رشد عاطفی کودکان (Sig = ۰/۱۰۷) تأیید نشد. این امر می‌تواند بیانگر آن باشد که ساختار محتوایی و شیوه ارائه آیت‌های برنامه، هرچند در برخی ابعاد رشد مؤثر بوده، اما در بعد اجتماعی و عاطفی به اندازه کافی پاسخگوی نیازهای رشدی کودکان نبوده است. احتمالاً عوامل دیگری همچون تعاملات واقعی اجتماعی، مشارکت گروهی، یا شرایط محیطی و خانوادگی نقش برجسته‌تری در این ابعاد ایفا می‌کنند. این یافته‌ها ضرورت بازنگری در طراحی آیت‌هایی که به رشد

تحلیل هم‌خوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

اجتماعی و عاطفی کودکان می‌پردازند را برجسته می‌سازد و می‌تواند راهنمایی عملی برای بهبود محتوای برنامه‌های کودک در راستای ارتقای همه‌جانبه ابعاد رشدی مخاطبان باشد. شایان ذکر است که جداول تفصیلی مربوط به هر یک از فرضیه‌های پژوهش، شامل جزئیات آماری و مقادیر محاسبه‌شده، در بخش‌های بعدی ارائه خواهد شد تا امکان بررسی دقیق‌تر روابط و الگوهای مشاهده‌شده فراهم شود.

جدول ۴- نتایج آزمون توزیع کای‌دو بین نوع پیام‌های ارائه‌شده در برنامه و هم‌خوانی با رشد شناختی کودکان

رشد شناختی نوع پیام		حل مسئله		تقویت تفکر منطقی		یادگیری مفاهیم		سایر		جمع	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
آموزشی	۲۲	۶/۷	۶۲	۱۸/۸	۸۴	۲۵/۵	۱۳	۳/۹	۱۸۱	۵۴/۸	۱۸۱
سرگرم کننده	۷	۲/۱	۱۴	۴/۲	۹	۲/۷	۳۲	۹/۷	۶۲	۱۸/۸	۶۲
تربیتی-انگیزشی	۱۷	۵/۲	۴۰	۱۲/۱	۲۸	۸/۵	۲	۶	۸۷	۲۶/۴	۸۷
جمع	۴۶	۱۳/۹	۱۱۶	۳۵/۲	۱۲۱	۳۶/۷	۴۷	۱۴/۲	۳۳۰	۱۰۰	۳۳۰
Cramer's V اندازه اثر		Sig سطح معناداری		DF درجه آزادی		X ^۲ کای اسکوتر					
۰/۳۸۵		۰/۰۰۰		۶		۹۷/۷۱۴					

براساس جدول شماره ۴ و آزمون فرضیه‌های تحقیق به ترتیب: رابطه بین نوع پیام‌های ارائه‌شده و رشد شناختی کودکان، نتایج نشان داد که بین نوع پیام‌های برنامه و مؤلفه‌های رشد شناختی کودکان (شامل حل مسئله، تقویت تفکر منطقی و یادگیری مفاهیم) رابطه معناداری وجود دارد ($df = 6$, $X^2 = 97/714$, $Sig = 0/000$) و اندازه اثر کرامر ($Cramer's V = 0/385$) حاکی از شدت رابطه در حد متوسط تا قوی است. پیام‌های آموزشی و تربیتی-انگیزشی بیشترین نقش را در ارتقای مؤلفه‌های شناختی

تحلیل هم‌خوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

ایفا کرده‌اند، به‌ویژه در زمینه یادگیری مفاهیم و تقویت تفکر منطقی. بنابراین، فرضیه اول تأیید می‌گردد.

جدول ۵- نتایج آزمون توزیع کای-دو بین نوع زبان به کاررفته در برنامه و هم‌خوانی با رشد زبانی و گفتاری کودکان

رشد زبانی نوع زبان	واژگان جدید		جمله‌سازی درست		افزایش دایره لغات		مهارت دیداری و شنیداری		جمع	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
فارسی رسمی	۱۴	۴/۲	۱۸	۵/۵	۱۱	۳/۳	۳	۹	۴۶	۱۳/۹
فارسی کودکانه	۱۸	۵/۵	۶۳	۱۹/۱	۳۷	۱۱/۲	۴۴	۱۳/۳	۱۶۲	۴۹/۱
گویش محلی	۲۵	۷/۶	۴۲	۱۲/۷	۲۵	۷/۶	۳۰	۹/۱	۱۲۲	۳۷
جمع	۵۷	۱۷/۳	۱۲۳	۳۷/۳	۷۳	۲۲/۱	۷۷	۲۳/۳	۳۳۰	۱۰۰
Cramer's V اندازه اثر		Sig سطح معناداری		DF درجه آزادی		X^2 کای اسکوتر				
۰/۱۵۷		۰/۰۱۲		۶		۱۶/۲۵۰				

براساس جدول شماره ۵، رابطه بین نوع زبان به‌کاررفته و رشد زبانی و گفتاری کودکان؛ تحلیل داده‌ها حاکی از آن بود که نوع زبان به‌کاررفته در برنامه (فارسی عامیانه کودکانه، گویش محلی، فارسی رسمی) با مؤلفه‌های رشد زبانی و گفتاری کودکان رابطه معناداری دارد ($\text{Sig} = ۰/۰۱۲$, $X^2 = ۱۶/۲۵۰$, $df = ۶$) و شدت این رابطه براساس شاخص ($\text{Cramer's } V = ۰/۳۸۵$) و در سطح ضعیف تا متوسط ارزیابی شده است. زبان عامیانه کودکانه و گویش محلی، در تقویت جمله‌سازی درست و مهارت‌های دیداری و شنیداری مؤثر بوده‌اند. بنابراین فرضیه دوم نیز تأیید می‌شود.

به این ترتیب در ادامه؛ یافته‌ها نشان دادند که هم‌خوانی بین موضوع آیت‌های برنامه و مؤلفه‌های رشد اجتماعی کودکان (همکاری، آداب اجتماعی و تعامل گروهی) معنادار نبوده است ($\text{Sig} = ۰/۲۰۰$, $X^2 = ۸/۵۵۲۰$, $df = ۶$).

شاخص Cramer's V برابر با ۰/۱۱۴ و نشان‌دهنده شدت رابطه بسیار ضعیف است. از این‌رو فرضیه سوم رد می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت که برنامه نیازمند بازنگری جدی در محتوای اجتماعی و آموزش تعاملات گروهی و مدنی است.

همخوانی بین نوع ارتباط (مستقیم یا غیرمستقیم) در برنامه با رشد عاطفی کودکان (بیان احساسات، همدلی، مدیریت هیجان) معنادار نبود ($df = 2$, $X^2 = 4/476$, $Sig = 0/107$). اگرچه ارتباط مستقیم فراوانی بالاتری در بیان احساسات داشت، اما رابطه از لحاظ آماری معنادار نبود و Cramer's V برابر با ۰/۱۱۶ بود که شدت رابطه ضعیفی را نشان می‌دهد. بنابراین، فرضیه چهارم نیز رد می‌گردد و پیشنهاد می‌شود برای تقویت بعد عاطفی، از روش‌های تعاملی مؤثرتر بهره گرفته شود.

آزمون کای‌دو نشان داد که همخوانی بین نوع پیام‌های ارتباطی (سرگرم‌کننده، آموزشی، تربیتی) و مؤلفه‌های رشد اخلاقی و تربیتی کودکان (صداقت، احترام، مفاهیم خوب و بد) وجود دارد ($df = 4$, $X^2 = 26/289$, $Sig = 0/000$). شدت این رابطه با $Cramer's V = 0/200$ ، در سطح ضعیف تا متوسط ارزیابی شد. پیام‌های سرگرم‌کننده، برخلاف انتظار، سهم مؤثری در رشد مؤلفه‌هایی چون صداقت و مسئولیت‌پذیری داشتند. بنابراین فرضیه پنجم تأیید می‌شود.

همچنین همخوانی بین موضوع آیت‌های برنامه و رشد بدنی و حرکتی کودکان معنادار تشخیص داده شد ($df = 6$, $X^2 = 101/512$, $Sig = 0/000$). مقدار Cramer's V برابر با ۰/۳۹۲ بوده و نشان‌دهنده رابطه‌ای با شدت متوسط است. موضوعات مربوط به آموزش مهارت‌های زندگی، بیشترین تأثیر را بر حرکات نمایشی، شاد و بازی‌های بدنی داشته‌اند. بنابراین فرضیه ششم نیز مورد تأیید قرار گرفت.

نتیجه‌گیری

براساس یافته‌های توصیفی و تحلیلی پژوهش، برنامه کودک «آنادانا» گرچه در حوزه‌هایی مانند رشد شناختی، زبانی، اخلاقی و حرکتی توانسته است تا حدودی با شاخص‌های رشد کودکان همخوانی داشته باشد و از طریق پیام‌های آموزشی و زبان عامیانه کودکان به ارتقای مهارت‌های پایه کمک کند، اما در ابعاد مهمی

تحلیل هم‌خوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

مانند رشد اجتماعی، عاطفی و فرهنگی با کاستی‌هایی جدی مواجه است. تأیید نیمی از فرضیه‌ها در آزمون‌های آماری و رد شدن فرضیه‌های مربوط به رشد اجتماعی و عاطفی نشان می‌دهد که برنامه نیازمند بازنگری محتوایی برای تقویت تعاملات اجتماعی، مهارت‌های ارتباطی، آموزش‌های فرهنگی و پرورش هیجانی کودکان است تا بتواند نقش مؤثرتری در فرایند رشد همه‌جانبه کودکان ایفا کند.

بنابراین با تکیه بر مطالعات رشد روانی-اجتماعی اریکسون، یادگیری اجتماعی بندورا و کاشت رسانه‌ای گرینر، به تحلیل محتوای برنامه کودک «آنادانا» پرداخته و میزان هم‌خوانی آن را با شاخص‌های رشد شناختی، اجتماعی، عاطفی، اخلاقی و بدنی کودکان بررسی کرده است. نتایج توصیفی و استنباطی نشان داد که گرچه برنامه در مقوله‌های شناختی، زبانی و حرکتی عملکرد مناسبی داشته، اما در زمینه‌های رشد اجتماعی، هیجانی و فرهنگی با ضعف‌هایی محسوس روبه‌رو بوده است؛ موضوعی که با مبانی نظری و یافته‌های پیشینه پژوهش در تضاد قرار دارد و لزوم بازنگری جدی در سیاست‌گذاری و تولید محتوای برنامه‌های کودک را یادآور می‌شود. از منظر اریکسون، رشد سالم شخصیت کودک وابسته به گذار موفق از مراحل هشت‌گانه رشد روانی-اجتماعی است که در سال‌های ابتدایی، بر «اعتماد»، «خودمختاری» و «ابتکار» متمرکز است. یافته‌های این پژوهش، به‌ویژه در زمینه رد فرضیه‌های سوم (رشد اجتماعی) و چهارم (رشد عاطفی)، بیانگر آن است که برنامه کودک آنادانا نتوانسته است زمینه کافی برای تقویت این مهارت‌های بنیادی ایجاد کند. در واقع، ضعف در بازنمایی تعاملات اجتماعی، مهارت‌های گروهی، بیان احساسات و عزت‌نفس کودکان با دیدگاه اریکسون مبنی بر تأثیر تعاملات محیطی و رسانه‌ای بر رشد هویت در تضاد است. از نظر بندورا، کودکان از طریق مشاهده شخصیت‌های رسانه‌ای و مدل‌سازی رفتاری از آنها، مهارت‌های اجتماعی، اخلاقی و عاطفی را می‌آموزند. اما در محتوای برنامه «آنادانا»، به‌ویژه طبق یافته‌های توصیفی، الگوهای رفتاری مثبت مانند صداقت، همدلی، حل مسئله، احترام به خود و دیگران سهم اندکی دارند یا به‌صورت غیرمستقیم و پراکنده مطرح شده‌اند. همچنین، با توجه به سهم بسیار پایین گویش محلی، زبان تصویری، یا داستان‌های موقعیتی قابل هم‌ذات‌پنداری، فرصت یادگیری مشاهده‌ای و درونی‌سازی رفتاری از طریق رسانه در سطح مطلوبی نبوده است. این مسئله نشان می‌دهد که برنامه

از ظرفیت‌های نظریه یادگیری اجتماعی برای تقویت خودکارآمدی، رفتارهای طرفدار اجتماعی و انگیزه‌های درونی کودکان به‌درستی بهره‌نگرفته است.

بنابراین می‌توان گفت که پیام‌های رسانه‌ای تکرارشونده، به‌ویژه در رسانه‌هایی مانند تلویزیون که مصرف پیوسته دارند، نقش مهمی در شکل‌گیری واقعیت ذهنی کودکان دارند. یافته‌ها نشان داد که بیش از ۵۴ درصد از پیام‌های برنامه آموزشی بوده، اما پیام‌های تشویقی و انگیزشی یا فرهنگی و دینی سهم بسیار پایینی داشته‌اند. این عدم توازن، اگر در طول زمان تکرار شود، می‌تواند برداشت محدود و تک‌بعدی از جهان واقعی در ذهن کودک ایجاد کند که با اثر کاشت رسانه‌ای هم‌راستا نیست. همچنین، همان‌طور که گربنر هشدار می‌دهد، عدم هماهنگی پیام‌های رسانه‌ای با نیازهای واقعی مخاطب باعث شکل‌گیری برداشت نادرست یا حتی ترس، اضطراب یا سردرگمی در کودکان خواهد شد. پیشینه‌های پژوهشی نیز نتایج حاضر را تأیید یا تبیین می‌کنند. برای مثال، پایک و جنیگر (۲۰۲۳) تأکید کرده‌اند که رسانه‌های تصویری در صورت طراحی علمی می‌توانند مهارت‌های شناختی و زبانی کودکان را تقویت کنند؛ یافته‌ای که با تأیید فرضیه‌های اول و دوم در این پژوهش هم‌خوان است. اما پژوهش‌های وانگ (۲۰۲۱) و رضایی و سهرابی (۱۴۰۲) نیز هشدار می‌دهند که محتوای غیرهدفمند، فاقد پیام‌های اجتماعی مؤثر یا دارای ضعف در ارائه الگوهای رفتاری، می‌تواند به کاهش همدلی، افزایش پرخاشگری و ضعف در رشد اجتماعی منجر شود؛ یافته‌ای که در رد فرضیه‌های سوم و چهارم این تحقیق بازتاب یافته است. همچنین پژوهش‌های داخلی مانند نصیری (۱۴۰۱) و مهدوی (۱۴۰۰) نیز بیان کرده‌اند که بسیاری از برنامه‌های کودک در سیمای استانی فاقد چهارچوب تربیتی منسجم و هم‌خوانی با مراحل رشد هستند، و این عدم انطباق می‌تواند منجر به بروز سردرگمی یا ناکارآمدی تربیتی شود. داده‌های این پژوهش به‌ویژه در بخش‌هایی چون ضعف در رشد فرهنگی، آموزش دینی، یا تعاملات اجتماعی دقیقاً مؤید همان نواقص محتوایی است که در این پیشینه‌ها مورد اشاره قرار گرفته‌اند.

در مجموع، ترکیب داده‌های تحلیلی این پژوهش با پیشینه نظری و تجربی موجود، گویای آن است که برنامه «آنادانا» در برخی ابعاد رشدی از جمله شناختی، زبانی و بدنی عملکرد نسبتاً موفق‌تری داشته، اما در ابعاد دیگر، به‌ویژه در تقویت

تحلیل هم‌خوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

مهارت‌های اجتماعی، عاطفی، اخلاقی و فرهنگی، کارایی لازم را نداشته است. این نابرابری میان ابعاد رشد، ناشی از رویکرد محتوایی یک‌سویه، کم‌توجهی به نظریه‌های علمی رشد کودک و ضعف در به‌کارگیری الگوهای مشارکتی و تعاملی در تولید محتوای رسانه‌ای کودک است. بنابراین، نیاز به بازنگری در سیاست‌های تولید برنامه‌های کودک در سطح استانی و حرکت به‌سوی برنامه‌هایی چندبُعدی، پژوهش‌محور و متناسب با نیازهای رشدی و فرهنگی کودکان بیش از پیش احساس می‌شود.

پیشنهاده‌ها

- پیشنهادهای پژوهشی

برنامه کودک آنادانا در بسیاری از ابعاد رشد کودکان، به‌خصوص رشد شناختی، زبانی، اخلاقی و بدنی، نقش موثری ایفا می‌کند و با زبان کودکانه و لحن محبت‌آمیز، فضایی جذاب برای کودکان فراهم آورده است. با این حال، کاستی‌هایی در حوزه‌های رشد اجتماعی و عاطفی، مهارت‌های حل مسئله، فعالیت‌های بدنی فعال، آموزش هنجارهای اجتماعی و پرداخت هدفمند به هویت فرهنگی و دینی وجود دارد. برای ارتقای کیفیت و اثربخشی برنامه، پیشنهاد می‌شود:

۱. انجام مطالعات تطبیقی بین برنامه‌های کودک سیمای استانی و شبکه‌های ملی یا بین‌المللی به‌منظور شناسایی الگوهای موفق تولید محتوای کودک.
۲. بررسی بازخورد و تجربه تماشای برنامه‌ها از منظر والدین، مربیان و خود کودکان برای درک دقیق‌تر تأثیرات روانی، تربیتی و رفتاری محتوا.
۳. گسترش دامنه تحقیق به تحلیل محتوای تصویری، موسیقایی و غیرکلامی برنامه‌های کودک برای شناخت عمیق‌تر از پیام‌های غیرمستقیم رسانه‌ای.
۴. انجام پژوهش‌هایی با رویکرد کیفی و مشارکتی که در آن کودکان نیز در فرایند ارزیابی یا تولید محتوای آموزشی مشارکت داشته باشند.

- پیشنهادهای کاربردی

۱. بازطراحی محتوای برنامه با مشارکت متخصصان رشد کودک؛ تولیدکنندگان برنامه‌های کودک در سیمای استانی، در طراحی و ارزیابی محتوای برنامه‌ها از همکاری روان‌شناسان رشد، کارشناسان تعلیم و تربیت و مربیان کودک استفاده کنند تا شاخص‌های رشد هیجانی، اجتماعی و اخلاقی نیز به‌اندازه حوزه شناختی مورد توجه قرار گیرد.

۲. توسعه آپتم‌های تعاملی و داستان‌محور برای رشد عاطفی و اجتماعی؛ با توجه به ضعف برنامه در رشد عاطفی و اجتماعی، افزودن بخش‌هایی مانند «نمایش‌های گروهی»، «داستان‌های اخلاقی»، «تعامل با کودکان» و «بازی‌های جمعی» می‌تواند به‌صورت مؤثر در پرورش این جنبه‌ها عمل کند.

۳. تقویت مؤلفه‌های فرهنگی، بومی و دینی متناسب با سن کودک؛ توصیه می‌شود برنامه‌های کودک، به‌ویژه در مناطق استانی، با استفاده از زبان محلی، آیین‌های بومی و شخصیت‌های فرهنگی-مذهبی مرتبط با کودکان، به تقویت هویت ملی و فرهنگی کودک کمک کنند.

۴. تنوع‌بخشی به لحن و زبان برنامه در جهت ارتباط مؤثرتر با کودک؛ گرچه استفاده از زبان عامیانه کودکانه مؤثر بوده است، اما می‌توان با بهره‌گیری بیشتر از زبان تصویری، قصه‌پردازی و گویش محلی، ارتباط عاطفی عمیق‌تری با کودک برقرار کرد.

محدودیت‌های پژوهش

محدودیت در گستره نمونه و محتوای بررسی‌شده؛ این پژوهش تنها محتوای برنامه کودک آنادانا را در یک بازه زمانی مشخص مورد تحلیل قرار داده است. بنابراین، نتایج به کل برنامه‌های کودک استان یا سایر شبکه‌ها قابل تعمیم نیست و ممکن است تنوع محتوایی برنامه‌های دیگر متفاوت باشد. محدودیت ابزار تحلیل محتوایی؛ تحلیل محتوای برنامه‌ها به صورت توصیفی و با استفاده از روش‌های کمی محدود انجام شده است که ممکن است جنبه‌های کیفی عمیق‌تر و تأثیرات روانی و رفتاری محتوای برنامه‌ها را به طور کامل پوشش ندهد. عدم بررسی تأثیر مستقیم برنامه بر کودکان؛ پژوهش به تحلیل محتوای برنامه بسنده

تحلیل هم‌خوانی محتوای برنامه‌های کودک با شاخص‌های رشد مخاطب از دیدگاه اریکسون و بندورا

کرده و تأثیر واقعی آن بر رشد و رفتار کودکان را از طریق مشاهده، مصاحبه یا ارزیابی کودکان مورد بررسی قرار نداده است. بنابراین، امکان سنجش تأثیر واقعی محتوا بر رشد کودکان محدود است.

فهرست منابع

اسدی، زهرا (۱۳۹۸). «نقش تلویزیون در تربیت اخلاقی کودکان»، نشریه مطالعات تربیتی، ۱۲(۳)، ۶۱-۴۵.

<https://www.magiran.com/doc/12363322>

رضایی، رضا؛ و سهرابی، ایمان (۱۴۰۲). «تحلیل رشد اجتماعی کودکان با تماشای برنامه‌های تلویزیونی»، فصلنامه رسانه و کودک، ۵(۱)، ۲۱-۳۸.

<https://www.magiran.com/doc/11223458>

کاظمی، علی (۱۳۹۹). «بررسی تأثیرات روانی محتوای برنامه‌های کودک بر رفتارهای اجتماعی»، پژوهش‌نامه روان‌شناسی و رسانه، ۷(۲)، ۸۷-۱۰۲.

<https://civilica.com/doc/1121712>

مهدوی، مریم (۱۴۰۰). تحلیل محتوا و اثرات برنامه‌های کودک سیمای استانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بوعلی سینا، همدان.

نصیری، فاطمه (۱۴۰۱). «بررسی محتوای برنامه‌های کودک در تلویزیون ایران از منظر تربیتی»، مجله علوم تربیتی، ۹(۱)، ۳۳-۵۰.

<https://www.magiran.com/doc/11234457>

Anderson, C. A., Gentile, D. A., & Buckley, K. E. (2018). *Media violence and children: A complete guide for parents and professionals*. Praeger.

Anderson, D. R., Huston, A. C., Schmitt, K. L., Linebarger, D. L., & Wright, J. C. (2018). The role of television in children's social-

ization. *Journal of Child and Media*, 11(2), 123–139. https://doi.org/10.1517/j.1254-1009.2018.psdh_548762

Associations of media use and early childhood development: cross-sectional findings from the LIFE Child study. *Pediatric Research*. <https://doi.org/10.1038/s41390021014336> Nature.

American Psychological Association. (2015). *Developmental milestones*. Washington, DC: APA.

Anderson, C. A., Berkowitz, L., Donnerstein, E., et al. (2003). The influence of media violence on youth. *Psychological Science in the Public Interest*, 4(3), 81–110. https://doi.org/10.11j.1529-1006.2003.pspi_1433.x

Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice Hall.

Bandura, A. (2001). *Social cognitive theory of mass communication*. *Media Psychology*, 3(3),

Christakis, D. A. (2009). The effects of infant media usage: What do we know and what should we learn? *Acta Paediatrica*, 98(1), 8–16. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03

Deaton, S. (2015). *Social learning theory in the age of social media: Implications for educational practitioners*. *imanager's Journal of Educational Technology*, 12(1). https://doi.org/10.1207/S1532785X-MEP0303_03

Erikson, E. H. (1963). *Childhood and society*. New York: Norton.

Gerbner, G. (1969). Toward "cultural indicators": The analysis of mass mediated public message systems. *Studies in Public Communication*, 1, 23–36. DOI: 10.1007/BF02769102

Heckman, J. J. (2006). Skill formation and the economics of investing in disadvantaged children. *Science*, 312(5782), 1900–1902. DOI: 10.1126/science.1128898.

Linebarger, D. L., & Vaala, S. E. (2010). Screen media and language development. *Developmental Review*, 30(2), 176–202. DOI: 10.1016/j.dr.2010.03.006.

Miller, J., & Anderson, S. (2023). Content alignment of children's television with developmental stages: A comparative analysis. *Media Psychology and Education*, 1(1), 45–62. <https://www.mpe-journal.org/articles/2023/8/1>

Pike, L., & Jenninger, T. (2023). Children's media and cognitive development. *Journal of Media Psychology*, 15(2), 110–128.

Madigan, S., McArthur, B. A., Racine, N., & Tough, S. (2019). Associations between screen-media exposure and developmental outcomes in children aged 9 to 48 years: A systematic review and metaanalysis. *JAMA Pediatrics*, 173(3), 244–251.

<https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2018.5056>

Piaget, J. (1972). *The psychology of the child*. New York: Basic Books.

Rideout, V. J., Vandewater, E. A., & Wartella, E. A. (2010). *Zero to six: Electronic media in the lives of infants, toddlers and preschoolers*. Kaiser Family Foundation.

Shonkoff, J. P., & Phillips, D. A. (2000). *From neurons to neighborhoods*. National Academy Press.

Valkenburg, P. M., & Piotrowski, J. T. (2017). *Plugged in: How media affect youth*. Yale University Press.

Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2017). The differential susceptibility to media effects model: A theoretical framework for understanding media's impact on child development. *Developmental Review*, ۳۹, 179–192. <https://doi.org/10.1016/j.dr.2016.01.001>

Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2017). The effects of media on children's social and cognitive development. *Annual Review of Psychology*, ۶۸, 89–115. DOI: 10.1146/annurev-psych-0۳۲۶۰۸-۱۲۲۴۱۴-.

Valkenburg, P. M., & Piotrowski, J. T. (2017). Plugged in: How media attract and affect youth. *Yale University Press*. . DOI: 10.12987/yale/9780300218879.003.0001.

Wang, Y. (2021). The impact of media on childhood behavior. *Child Development Research*, ۹(4), 234–250. DOI: 10.2307/1602688.

Wartella, E., & Jennings, N. (2000). Children and computers: New technology—old concerns. *The Future of Children*, ۱۰(2), 31-43. <https://doi.org/10.2307/1602706>.

World Health Organization. (2019). *Guidelines on physical activity, sedentary behaviour and sleep for children*. WHO.

Wilson, B. J. (2009). *Media and children's aggression, fear, and altruism*. Pediatrics. PubMed ol. 18, No. 1, Spring. 87–118. 10.1353/foc.0.0005