

بسم الله الرحمن الرحيم

عنوان: بررسی نقش رسانه بر زنان

استاد راهنما: مجتبی آذرهمایون

نویسندگان:

۱. زهرا بداغی

۲. ام البنین آوری

۳. تهمینه مولایی

حوزه علمیه حضرت زینب (س) شهرستان ایزده – استان خوزستان

شخصیت از بنیادی‌ترین مفاهیم روانشناسی است که فهم دقیق آن موجب تمایز فرد از دیگران و تفاوت قابل توجهی بین زنان و مردان از نظر افکار، هیجانات، رفتارها، هویت و نقش و مسئولیت آنان در زندگی می‌گردد. با نگاهی به طبیعت و ویژگی‌های تکوینی زن و مرد، می‌توان در کنار اشتراکات فراوان به واسطه برابری در انسانیت و خلقت مشترک و تمام ویژگی‌هایی که مقوم انسانیت است، به برخی تفاوت‌های جسمی و روحی _ روانی آنان پی برد که از نظر نظر دانشمندان و دین اسلام مورد تایید و تاکید قرار گرفته است.

واژه رسانه در زبان فارسی معادلی برای کلمات Medium (رسانه) و Media (رسانه‌ها) است. همان‌طور که ماموریتش رساندن است: رساندن حرف‌ها، پیام‌ها و دیدگاه‌های یک فرد یا یک مجموعه به افراد، گروه و مجموعه‌های دیگر. به همین علت، یکی از کارکردهای اصلی رسانه را ایجاد ارتباط می‌دانند.

رسانه سه ستون اصلی دارد که در تمام رسانه‌ها وجود دارد: ۱. اطلاعات و محتوا ۲. مخاطب ۳. بستر ارتباطی. امروزه تصور زندگی شهری، بدون استفاده گسترده از رسانه‌های اجتماعی امری محال به نظر می‌رسد. رسانه‌ها آن قدر قدرت دارند که از آنها به "امپراطوری رسانه‌ای" یاد می‌گردد و علاوه بر ایجاد ارتباط، آگاهی بخشی‌ها و دادن اخبار جدید، بر روی فکر مخاطب خود کار کرده و از طریق تاثیر بر نظام ارزشی و جهان بینی آنها، مدیریت کننده اذهان، رفتار و کنش‌ها، سازنده یک هویت اجتماعی جدید و سبک زندگی جدید و فرهنگ جدید به صورت دلخواه در مخاطب خود می‌باشند.

زنان و دختران به توجه به تفاوت‌هایی از قبیل نحوه ادراک و میزان عواطف و احساسات و... که با مردان دارند و با توجه به نقش و وظیفه تربیتی نسل آینده که بر عهده آنها گذاشته شده است، بیشتر در معرض خطر و آسیب جدی هدایتگران رسانه‌ها می‌باشند.

برنامه ریزی و سیاست گذاری در موضوع سواد رسانه‌ای و هویت سازی و سبک زندگی اسلامی ایرانی و نحوه مقابله با هجمه‌های امپراطوری رسانه‌ای دشمنان برای جلوگیری از خطرات جدی و جبران ناپذیر

بسیاری از ناهنجاری‌ها، مدیریت افکار توسط رسانه‌های بیگانه، آسیب‌های اجتماعی و استهاله فرهنگی یک ضرورت قطعی و فوری برای حکومت و دولت و جامعه و دلسوزان اسلام و ایران و زنان و دختران ایرانی می‌باشد.

هر چه زنانی با هویت انسانی و سبک زندگی اسلامی و خانواده‌ای ایرانی و اجتماعی قرآنی باشد، مسیر سعادت و کمال دنیوی و اخروی تضمین شده و با سرعت بیشتری طی خواهد شد.

کلید واژه

زنان، تفاوت‌های زنان و مردان، رسانه، هویت، سبک زندگی

مساله تفاوت‌های زن و مرد یکی از مهم‌ترین مسائل در تنظیم روابط اجتماعی و به ویژه خانواده است که اندیشمندان فراوانی بر ضرورت توجه به این تفاوت‌ها تأکید کرده‌اند. در بررسی موارد تفاوت‌های زن و مرد به تفاوت‌های فراوان جسمی، روحی و روانی میان زن و مرد دست می‌یابیم و همه این موارد می‌بایست در قانون‌گذاری و برنامه‌ریزی مورد توجه قرار گیرد.

حال که پذیرفته شد وجود تفاوت‌ها امری مسلّم و حتمی است و آموزه‌های دینی نیز نسبت به تفاوت‌ها حساس می‌باشند، توجه به این نکته ضروری است که تفاوت‌ها می‌بایست در شئون مختلف حیات فردی و اجتماعی مدنظر افراد جامعه و نیز تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان اجتماعی قرار گیرد. برای تحقق این امر، ابتدا می‌بایست فراتر از لقلقه‌های زبانی، خداوند را در جایگاه بایسته و شایسته خویش قرار داده و به حکیمانه و احسن بودن نظام خلقت ایمان بیاوریم. سپس تفاوت‌های طبیعی زن و مرد را شناخته و به جستجوی انتظارات و اغراض الهی از قرار دادن این تفاوت‌ها برویم. پس از شناخت اهداف و ارزش‌های هر یک از این ویژگی‌ها و استعدادها، وظایف و نقش‌هایی که شریعت متناسب با این تمایزات تکوینی، بر عهده هر یک از زن و مرد قرار داده است را از آموزه‌های دینی استخراج کنیم.

در گام بعدی، ضمن احترام به نقش‌های فردی، خانوادگی، اجتماعی هر یک از زن و مرد، باید تاثیر رسانه بر هویت اجتماعی و سبک زندگی زنان مورد مطالعه و بررسی جدی کرد و برای جلوگیری از این تاثیرات مخرب و خانمان‌سوز، علاوه بر آگاهی و اطلاع‌رسانی و بالا بردن سواد رسانه‌ای و مهارت‌های لازم، جامعه و حکومت نیز می‌بایست در برنامه‌ریزی‌ها و سیاستگذاری‌ها، خصوصاً در نظام آموزشی، موضوع سواد رسانه‌ای و هویت‌سازی و سبک زندگی اسلامی و نحوه مقابله با هجمه‌های رسانه‌ای فرهنگی دشمنان را در سرلوحه فعالیت‌های خود قرار دهد تا جلوی خطرات جدی و جبران‌ناپذیر بسیاری از ناهنجاری‌ها، مدیریت افکار توسط رسانه‌های بیگانه، آسیب‌های اجتماعی و استهاله فرهنگی گرفته شود و شاهد زنانی با هویت انسانی و اسلامی و خانواده و اجتماعی سالم و در مسیر سعادت و کمال دنیوی و اخروی باشیم.

شخصیت زن و تفاوت های او با مردان

شخصیت از بنیادی ترین مفاهیم روانشناسی است که نه تنها موجب تمایز فرد از دیگران می شود بلکه در زن و مرد نیز از تفاوت های قابل توجهی برخوردار است و باعث می شود زن و مرد از نظر افکار، هیجانات و رفتارها با هم متفاوت باشند. توجه به تفاوت های زن و مرد مساله مهم و کلیدی در روابط زن و مرد و برنامه ریزی های اجتماعی است.

با نگاهی به طبیعت و ویژگی های تکوینی زن و مرد، با اندکی تأمل می توان به اشتراکات فراوان، در کنار برخی تفاوت های موجود میان آنان پی برد. چرا که زن و مرد به عنوان دو صنف از یک نوع، به واسطه برابری در انسانیت و خلقت مشترک، در تمام ویژگی هایی که مقوم انسانیت انسان است، کاملاً با یکدیگر مساوی و یکسان می باشند

عده ای خصوصاً در دنیای غرب، تلاش می کنند میان زن و مرد از لحاظ قوانین، مقررات، حقوق و وظایف، وضع واحد و مشابهی بوجود آورند و تفاوت های طبیعی و غریزی زن و مرد را نادیده بگیرند. از این تفکر، به دیدگاه «تشابه محوری» تعبیر شده است، برخی دیگر خصوصاً با عنایت به آموزه های اسلام، معتقدند که زن و مرد در جهات متعددی با یکدیگر تفاوت دارند و خلقت و طبیعت، آنها را یکنواخت نخواست است و لذا از لحاظ بسیاری از حقوق، تکالیف و مجازات ها، وضع مشابهی ندارند. این دیدگاه به «تفاوت محوری» نامیده می شود. (شهید مطهری، نظام حقوق زن در اسلام، ص ۱۲۰)

اختلافات گوناگون میان ادیان مختلف، نهضت ها و جنبش های اجتماعی و نظریه پردازان علوم اجتماعی و فلاسفه، در نگاه به تفاوت ها و محدوده آن را می توان در شدت و ضعف اعتقاد نسبت به این دو دیدگاه اساسی تحلیل نمود.

از جمله شاخه های علوم که این بحث را کانون توجه قرار داده می توان به زیست شناسی اجتماعی، روانشناسی، علوم سیاسی، فلسفه حقوق، علوم تربیتی، علم اخلاق، جرم شناسی، جامعه شناسی، اقتصاد و ... اشاره کرد.

باید اعتراف کرد که یکی از تفاوت های بین زن و مرد تفاوت در نوع ادراک و تعقل و غلبه احساسات و تاثیر پذیری زنان است و این خود مقدمه پذیرش راحت تر شایعات رسانه ای در زنان میگردد.

علامه طباطبایی می فرماید: زن و مرد در بهره‌مندی از قوای عقلانی با یکدیگر یکسان نیستند و زن از آنجا که در طرح حکیمانه عالم تکوین برای فعالیت‌های ویژه‌ای انتخاب شده است، نیازی به برخورداری از استعداد عقلانی مساوی با مردان نداشته است. (طباطبایی، محمدحسین، المیزان، قم، چاپ جامعه مدرسین، ذیل آیه ۳۴ سوره نساء)

آیت‌الله مصباح یزدی معتقدند: اینکه قدرت تعقل در مرد بیشتر است، ناشی از قوت خود مرد نیست. بلکه معلول ضعف دشمنان تعقل در اوست. لذا قدرت تعقل در هر دو جنس هست ولی شدت و ضعف آن می‌تواند ناشی از دلایل مختلف، از جمله بیشتر بودن موانع تعقل از جمله احساسات و عواطف در زنان و بیشتر بودن اقتضای تعقل در مردان باشد. (مصباح یزدی، محمد تقی، معارف قرآن، بخش حقوق، ص ۲۰۹۳)

به تعبیر شهید مطهری، این یکی از تدابیر حکیمانه و شاهکارهای خلقت است که در غریزه مرد، نیاز و طلب و در غریزه زن، ناز و جلوه‌گری قرار داده است. لذا خلقت هدفمند، مرد را مظهر طلب و عشق، و زن را مظهر محبوبیت و معشوقیت قرار داده است. خواست فطری زن این است که دیگران دوستش بدارند و به او مهر بورزند؛ در حالی که مرد طبعاً می‌خواهد که دیگران را دوست بدارد و به آنان مهر بورزد... زن در جستجوی محب است و مرد به دنبال محبوب. (مطهری، مرتضی، نظام حقوق زن در اسلام، ص ۴۷)

جینالمبروزو می‌گوید: یکی از تمایلات عمیق و آرزوهای اساسی زن، آن است که در چشم دیگران اثری مطلوب بخشیده و به وسیله حسن قیافه، زیبایی اندام، موزون بودن حرکات، خوش آهنگی صدا، طرز تکلم و بالاخره با شیوه خرام خود، مطبوع طباع واقع گشته، احساسات آنها را تحریک و روحشان را مجذوب سازد. (جینالمبروزو، روح زن، ترجمه پری حسان شه رئیس، ص ۲۹)

این نوع ادراک و غلبه احساسات و عواطف موجب شده که جنس مونث، تاثیر پذیرتر از جنس مذکر باشد.

برخی از تأثیرات منفی که استفاده غلط و یا بیش از حد از رسانه ها میتوانند به دنبال داشته باشند:

- پرخاشگری نوجوانان با تأثیر گرفتن از فیلم ها

- رواج بی بند وباری های اخلاقی

- گسترش مصرف گرایی و چشم و هم چشمی

- کم رنگ شدن عاطفه و همبستگی بین اعضای خانواده

- افزایش بی احترامی، بی اعتمادی، شک و تردید و سست شدن بیان خانواده

- سرگرم کردن به تماشای بسیاری از برنامه های کم فایده، بیهوده و پوچ

- هک شدن تفکرات و به سرقت رفتن تصاویر و فیلم های شخصی

- دور کردن انسانها از حقیقت ها و واقعیت ها

- از بین بردن ارزشهای دینی و ملی

- کنترل افکار و اذهان

- پذیرش راحت بسیاری از اخبار دروغین و شایعات مجازی

- انجام رفتارهایی که هدایتگران رسانه ها و بیگانگان میخواهند

- عدم تربیت صحیح فرزندان

- تغییر هویت و سبک زندگی اجتماعی

- و...

نتیجه گیری

رسانه ها همانند چاقویی تیز هستند و به همان اندازه که مفیدند و فرصت ایجاد ارتباط و افزایش آگاهی ها را در پی دارند، می توانند ابزاری خطرناک و بحران ساز نیز باشند و به وسیله ای تبدیل شوند که صدها ضرر فرهنگی، دینی و اخلاقی را به دنبال خواهد داشت.

با توجه به اینکه زنان و دختران به طور خاص و جدی مخاطب اثرات منفی و معضلات و مضرات رسانه ها هستند، هم از این جهت که تربیت کننده نسل آینده اند و هم از این جهت که تاثیرپذیر و آسیب پذیر تر نسبت به مردان هستند و هویت و سبک زندگی شان در معرض تغییرات اساسی قرار گرفته است، لازم است علاوه بر آگاهی و اطلاع رسانی و بالا بردن سواد رسانه ای و مهارت های لازم توسط خودشان، جامعه و حکومت نیز در برنامه ریزی ها و سیاستگذاری ها، خصوصا در نظام آموزشی، موضوع سواد رسانه ای و هویت سازی و سبک زندگی اسلامی ایرانی و نحوه مقابله با هجمه های رسانه ای فرهنگی دشمنان را در سرلوحه فعالیت های خود قرار دهد تا جلوی خطرات جدی و جبران ناپذیر بسیاری از ناهنجاری ها، مدیریت افکار توسط رسانه های بیگانه، آسیب های اجتماعی و استهاله فرهنگی گرفته شود و شاهد زنانی با هویت انسانی و اسلامی و خانواده و اجتماعی سالم و در مسیر سعادت و کمال دنیوی و اخروی باشیم.

۱. مطهری، مرتضی؛ نظام حقوق زن در اسلام، چاپ ۳۳، موسسه انتشارات صدرا، ۱۳۸۱
۲. روژه پیره، روانشناسی اختلافی زن و مرد، ترجمه حسین سروری، ص ۱۰۴
۳. جان گری، مردان مریخی، زنان ونوسی، ص ۵۱
۴. سیمون بارون کوهن، زن چیست؟ مرد کیست؟ ترجمه گیسو ناصری، ص ۷۴
۵. دن لاگی، موضوعات کلیدی در نظریه رسانه، سال ۲۰۰۷
۶. خجسته باقرزاده، حسن؛ ملیکا بردبار و سید وحید عقیلی. ۱۳۹۷. «آینده مصرف رسانه ای مخاطبان» فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات
۷. مک لوهان، مجله رسانه، پاییز و زمستان، شماره ۵
۸. عدلی پور، صمد؛ حمید سلیمانی و اقبال مفاخری. ۱۳۹۳. «رابطه مصرف رسانه ای با هویت اجتماعی و سبک زندگی نوین». فصلنامه پژوهش های ارتباطی
۹. احمدی، یعقوب؛ حسین محمد زاده و حسین و سیمین علی رمائی. ۱۳۹۵. «رابطه انواع سرمایه و سبک زندگی سلامت محور در زنان شهرستان سنندج». فصلنامه رفاه اجتماعی.
۱۰. فتحی، حبیب اله و علی جعفری. ۱۳۹۶. «رابطه مصرف رسانه های با تغییر سبک زندگی» فصلنامه مطالعات رسانه های نوین
۱۱. آقایی هیر، توکل و رویا داداشی. ۱۴۰۱. «بررسی تاثیر الگوی استفاده از رسانه های جمعی بر سبک زندگی سالم» فصلنامه رسانه
۱۲. جنکینز، ریچارد؛ «هویت اجتماعی» ۲۰۰۸
۱۳. خواجه نوری، بیژن؛ لیلا پرنیان و صغری همت. ۱۳۹۳. «مطالعه رابطه سبک زندگی و هویت اجتماعی» فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران
۱۴. توکلی، مرتضی و عبدالحمید شاهزائی. ۱۳۹۶. «تحلیل تاثیر قدرت رسانه ها بر سبک زندگی روستاییان». فصلنامه مطالعات قدرت نرم

۱۵. یعقوبی دوست، محمود؛ بهروز شاهون وند؛ غلامرضا جولا و عزیزعلی مرادی. ۱۳۹۴ «بررسی رابطه رسانه های دیداری و سبک زندگی» فصلنامه جامعه شناسی
۱۶. فتحی، سروش؛ و مهدی مختارپور. ۱۳۹۳. «بررسی نقش رسانه های نوین در تغییر سبک زندگی». فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی ایران
۱۷. طباطبایی، محمدحسین، المیزان، قم، چاپ جامعه مدرسین، جلد ۴، ذیل آیه ۳۴ سوره نساء
۱۸. مصباح یزدی، محمد تقی، معارف قرآن، بخش حقوق، ص ۲۰۹۳
۱۹. جینالمبروزو، روح زن، ترجمه پری حسان شه رئیس، ص ۲۹