

نقش رسانه در استحکام و تزلزل خانواده

صدیقه مرادی، طلبه سطح دو-پایه چهارم حوزه علمیه ریحانه‌النبی شهر اهرم-بوشهر.
مینا گزاری، طلبه سطح دو-پایه چهارم حوزه علمیه ریحانه‌النبی شهر اهرم-بوشهر.

چکیده

خانواده از اساسی‌ترین واحد هر جامعه است. در دین مبین اسلام، خانواده نهادی مقدس و مایهٔ خیر و آرامش انسان و یکی از نعمت‌های بزرگ الهی است. خانواده به عنوان یکی از ستون‌های اصلی و پایه‌ای جامعه محسوب می‌شود و نقش آن در تربیت و تربیت کودکان بسیار اساسی است. اما با گذشت زمان و تغییرات اجتماعی، نقش رسانه‌ها در تحت‌تأثیر قرار دادن خانواده و افزایش تزلزل در آن نیز اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است. رسانه‌ها به عنوان وسیله‌ای برای انتقال اطلاعات، ارزش‌ها و نگرش‌ها از اهمیت بسزائی برخوردارند. دو موضوع خانواده و رسانه، به دلیل اهمیت بالایی که امروزه در جامعه پیدا کرده‌اند همواره مورد توجه پژوهشگران و محققان این حوزه بوده‌اند؛ حال این مطالعه، با هدف بیان نقش "رسانه" در استحکام و تزلزل خانواده نگارش شده است. روش انجام این پژوهش، از نوع پژوهش اسنادی یا پژوهش کتابخانه‌ای است. منابع اصلی انجام این پژوهش، کتاب‌ها، مقالات مرتبط و گزارش‌ها و آمارهای ارائه شده در این زمینه می‌باشد. نتایج به دست آمده از این تحقیق نشان می‌دهد استفاده از رسانه‌هایی مانند تلویزیون، فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، ماهواره و... در خانواده تأثیرات مثبت و منفی در بر خواهد داشت. با استفاده نادرست و کنترل نشده، تأثیرات منفی آن بروز پیدا کرده و با استفاده صحیح و برنامه‌ریزی شده اعضای خانواده، تأثیرات منفی آن پیدا شده و باعث تقویت و تحکیم روابط بین اعضای خانواده می‌شود. اثرات منفی در قالب فردگرایی، خشونت، طلاق و... بروز پیدا می‌کند و اثرات مثبت آن در قالب کارکردهای تربیتی، افزایش آگاهی و دانش درباره روابط بین اعضاء شکل می‌گیرد.

کلیدواژگان: خانواده، نقش رسانه در خانواده، تزلزل خانواده، استحکام خانواده، نقش رسانه در تزلزل خانواده.

مقدمه

همزمان با ورود به قرن ۲۱ و پیشرفت تکنولوژی به صورت فزاینده، نظام‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و... تحت تأثیر این پیشرفت و به صورت اختصاصی‌تر متأثر از فضای مجازی قرار گرفتند. به تبع زندگی انسان‌ها نیز تحت تأثیر این تغییر بزرگ قرار گرفته است؛ به گونه‌ای که امروزه فضای مجازی در کنار فضای حقیقی، به زیستگاه دوم انسان‌ها و در واقع زندگی دوم^۱ آدمی بدل شده و در تمامی جنبه‌های روان‌شناختی، مذهبی، اجتماعی و... بر روی انسان‌ها تأثیر گذاشته است (آزادی و همکاران، ۱۳۸۰: ۱۴۰). خانواده از اساسی‌ترین واحد هر جامعه است. در دین مبین اسلام، خانواده نهادی مقدس و مایه خیر و آرامش انسان و یکی از نعمت‌های بزرگ الهی است. امروزه بخش عمده اطلاعات و معلومات خانواده‌ها، مرهون برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و رسانه‌های مجازی و یا مکتوب می‌باشد و این امر درمورد بانوان و قشر کودک و نوجوان به وضوح قابل مشاهده است (مرکز دیدار، ۱۳۹۵). در عصری که ما زندگی می‌کنیم، هر روز با تغییرات و دگرگونی‌های شدیدی رو به رو هستیم. پیشرفت روزافزون علم و همراه با آن فناوری‌های جدید و پیشرفته، ما را متوجه این مطلب می‌کند که ناچار هستیم تا از به روزترین اطلاعات استفاده کنیم. اطلاعاتی که دسترسی سریع و دقیق به آن با هیچ یک از روش‌های سنتی و قدیمی امکان‌پذیر نیست و به استفاده از فناوری‌های جدید ارتباطی وابسته است. این امکانات خص و بالقوه در عین فواید بسیار، ممکن است خطرات و آسیب‌های را به همراه داشته باشد. اگرچه رسانه می‌تواند به صورت مستقیم تمامی افراد یک جامعه را تحت تأثیر قرار دهد، اما تأثیر مهم آن از طریق اثرگذاری بر نهادهایی مانند خانواده است. امروزه رسانه‌های گروهی نقشی فراتر از یک وسیله صرفاً سرگرم‌کننده دارند. در واقع این وسایل به ابزار فرهنگ‌سازی مبدل شده‌اند (جعفری و همکاران، ۱۳۹۵). دو موضوع خانواده و رسانه، به دلیل اهمیت بالایی که امروزه در جامعه پیدا کرده‌اند همواره مورد توجه پژوهشگران و محققان این حوزه بوده‌اند؛ حال این مطالعه، با هدف بیان نقش "رسانه" در استحکام و تزلزل خانواده نگارش شده است. در این مقاله به طور مشخص و در قالب روش پژوهش اسنادی به دنبال پاسخی برای ۲ پرسش زیر هستیم:

۱. اثرگذاری رسانه در تربیت صحیح فرزندان و تقویت روابط زوجین چگونه است؟
۲. تأثیر رسانه‌های مختلف در فروپاشی و تزلزل خانواده و انحراف فرزندان چیست؟

ادبیات و پیشینه پژوهش

۱-۱ رسانه شناسی

رسانه در لغت به معنای رساندن است و در اصطلاح وسیله‌ای برای نقل و انتقال اطلاعات، ایده‌ها و افکار افراد یا جامعه و واسطه عینی و عملی در فرآیند برقراری ارتباط است. اکنون مصداق این تعریف وسایلی مانند: **روزنامه‌ها، مجلات، رادیو، تلویزیون، تریبون، ماهواره، اینترنت** و... می‌باشد. رسانه‌های جمعی یا عمومی و به تعبیر

1- Second Life

دیگر وسایل ارتباط جمعی^۲، اصطلاح فارسی شده واژه لاتین (Medium) است که جمع آن (Media) می‌باشد و منظور از آن، دسته‌ای از ابزار ارتباطی هستند که مورد توجه تعداد کثیری می‌باشند و از تمدن‌های جدید به وجود آمده‌اند (دادگران، ۱۳: ۱۳۹۲).

رسانه‌ها بر اساس نوع انتظار از آن‌ها می‌توانند به صورت‌های مختلفی طبقه‌بندی شوند که در این جا به یک نمونه از آن اشاره می‌نماییم^۳:

رسانه‌های دیداری	تلویزیون، سینما، تئاتر، عکس و...
رسانه‌های شنیداری	رادیو، منبر، تریبون، موسیقی و...
رسانه‌های نوشتاری	نشریات و روزنامه، کتاب، تراکت، و...
رسانه‌های ابزاری	نمادها، بازی‌های رایانه‌ای، پرچم و...
رسانه‌های آنلاین	رسانه‌های حوزه فضای مجازی و سامانه‌های اینترنتی (موتورهای جستجو، ایمیل، چت‌روم‌ها و...)

کارکردهای رسانه

اطلاع رسانی	پیشرفت وسایل ارتباط جمعی در قرن حاضر، جهان را به دهکده کوچکی تبدیل کرده است که امکان کسب اطلاعات از همه وقایع و حوادث جهان به طور سریع و جامع به وجود آمده است.
آموزشی	امروزه استفاده از رسانه‌ها، یکی از کاربردی‌ترین و مؤثرترین ابزار در امر یادگیری و تسهیل آن به شمار می‌رود. وسایل ارتباط جمعی، اگر به درستی به کار آیند، همچون مدرسه‌ای بزرگ بر تمامی حیات انسانی پرتو می‌افکنند و حتی نقشی بالاتر از مدرسه دارند.
تربیتی	نقش تربیتی رسانه‌ها، یکی از برجسته‌ترین و حساس‌ترین نقش‌ها و کارکردهای رسانه است. قدرت رسانه‌ها نسبت به دیگر عوامل مؤثر در فرآیند تربیت انسان، به قدری مهم است که می‌توانند نسل جدیدی به وجود آورند که از نظر رفتار و افکار با نسل‌های گذشته تفاوت داشته باشند.
نظریه جبران	رسانه‌ها به دلیل توانایی در جهت‌دهی افکار عمومی، در مراحل مختلف بحران (قبل، حین و بعد از بحران)، نقش غیرقابل انکاری دارند. در واقع رسانه‌ها در مهار بحران و یا ایجاد و افزایش آن می‌توانند تأثیر بسزا و نقش قابل توجهی داشته باشند.
نوگرایی و توسعه	ایجاد فرهنگ پیشرفت، توسعه و نوگرایی، به بهترین شکل آن از رسانه‌ها بر می‌آیند. رسانه‌ها می‌توانند با افزایش آگاهی‌ها، هماهنگ کردن فعالیت‌های توسعه و بسیج عمومی نیروها و امکانات، یادآوری وظایف و نقش‌ها و جلوگیری از انحراف در برنامه‌های توسعه، به فرایند توسعه و نوگرایی در کشور سرعتی اعجاب انگیز ببخشند.
سیاسی	در شرایط فعلی ارتباطات مایه اصلی زندگی سیاسی است و بدون بهره‌گیری از وسایل ارتباطی و رسانه‌های گروهی نظام‌های سیاسی قادر به نظم بخشیدن در جامعه و شریک ساختن مردم در زندگی

2- Mass Media

۳- جابر پوریانی و مرتضی چشمه نور، خودآموز عملیات روانی (کلیات و مبانی)، ۱۳۹۳، ص ۴۲.

سیاسی نیستند. همچنین اعضای جامعه برای ایفای نقش فعال، شرکت در انتخابات و ارتباط متقابل با سیاستمداران به رسانه‌های جمعی نیازمندند.	
ورود رسانه‌های گروهی به جامعه، خرده فرهنگ‌ها و فرهنگ‌های خاص و مجزا را ناپدید کرده و به نوعی میان تمامی ساکنان یک جامعه تشابه به وجود می‌آورد. مردم این جامعه، از سبک زندگی و علایق و خواسته‌هایی که رسانه‌های جمعی ارائه می‌دهند، پیروی می‌کنند.	فرهنگی
تفریح و سرگرمی، جامعه‌پذیری افراد، مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، ترویج قانون‌گرایی، هویت سازی و بحران هویت، خرافه‌پراکنی و خرافه‌زدایی، امیدبخشی، مصرف‌گرایی و امنیت ملی از جمله کارکردهای اجتماعی رسانه‌ها به شمار می‌روند.	اجتماعی
از کارکردهای مهم، تعیین کننده و انکارناپذیر وسایل ارتباط جمعی، تبلیغ دینی است. مراد از تبلیغ دینی، برنامه‌هایی هستند که بر اصول و اعتقادات اسلام، جهت تقویت بنیه معنوی و اعتقادی، تحکیم و نهادینه‌سازی مفاهیم نظام ارزشی اسلام در جامعه، پیمودن مسیر تعالی ابعاد روحی، رفتاری و اجتماعی، به صورت امر به معروف و نهی از منکر، تذکر، تبلیغ و ترویج به طور مستمر ارائه می‌شود.	دینی

در این مطالعه منظور ما از رسانه، فناوری‌های جدید ارتباطی و الکترونیکی و به طور خاص رسانه‌های جمعی مانند شبکه‌های اجتماعی، ماهواره و تلویزیون، بازی‌های رایانه‌ای و... است.

۱-۲ جامعه‌شناسی خانواده

هرچند تمام جامعه‌شناسان بر اهمیت خانواده در حیات اجتماعی تاکید دارند اما این مفهوم هنوز هم یکی از پرابهام‌ترین مفاهیم این علم است. «برگس» و «لاک» در کتاب خود با عنوان خانواده می‌نویسند: «خانواده گروهی است متشکل از افرادی که از طریق پیوند زناشویی، همخونی، یا پذیرش (به عنوان فرزند یا یکدیگر به عنوان شوهر، زن، مادر، پدر، برادر و خواهر در ارتباط متقابل اند و فرهنگ مشترکی پدید آورده و در واحد خاصی زندگی می‌کنند». و «مک آیور» نیز معتقد است خانواده گروهی است دارای روابط جنسی چنان پایا و مشخص که به تولید مثل و تربیت فرزندان منجر گردد. (ساروخانی، باقر، ۱۳۸۲، ص ۱۳۵) خانواده در تمام تاریخ خود، قانون کار و استراحت بود اما امروز قانون فرهنگی اجتماعی نیز هست. انسان‌ها به دنیا می‌آیند تا بیاموزند و باز به خانه روی می‌کنند تا در آن از جهان آگاهی یابند. بنابراین خانواده جدید از چنان ابعادی برخوردار است که هرگز در تاریخ نداشته است. در خانواده جدید جاذبه‌های نویی پدید آمده که پدر خانواده را هم که به طور سنتی باید بخش زیادی از وقت خود را برای امرار معاش در بیرون از خانه بگذراند، برای دریافت اخبار و برنامه‌های تفریحی و سرگرمی و برخورداری از رسانه‌های در دسترس مانند تلویزیون و اینترنت و ماهواره به درون خانه می‌کشاند.

در تمامی سده‌ها خانواده انحصار آموزشی و انتقال ارزش‌های حیاتی را در خود می‌دید، حال چنین نیست. فرزندان امروز از سرچشمه‌های دیگر و از جمله وسایل ارتباط جمعی، چیزهای بسیاری فرا می‌گیرند. آن‌ها کمتر تحت تاثیر والدین و به طور کلی بزرگترهای خانه‌اند. زمانی نیز که بین ارزش‌های خانه و ارزش‌هایی که از طریق رسانه‌ها ارائه می‌شوند تعارضی رخ می‌دهد، چنین به نظر می‌رسد که قدرت غالب از آن وسایل «همه گیر» و «همه جا

حاضر» ارتباط جمعی است. بنابراین می‌توان گفت که خانه جدید از بزرگترین امتیازات سنتی خود خالی گشته یا آنکه دست کم در برابر رقیب‌هایی تیز چنگ قرار گرفته است و البته منظور نادرست قلمداد کردن این رویکرد نیست. از این رو خانواده نو در کنار وسایل ارتباط جمعی، اگرچه از جهاتی به رویکردهای مثبتی دست یافت اما با رقابتی سهمگین نیز مواجه شد. به گونه‌ای که در رقابت بین خانواده و سازمان‌های آموزشی دیگر ذهن و روان فرزند به تمام معنا در اختیار والدینش نیست. گاه او خود پیام‌های فرهنگی را به خانه می‌آورد و با این شیوه، موجب بروز و ظهور زمینه‌های بسط و تعالی فرهنگ می‌شود. (ساروخانی، باقر، ۱۳۸۲، ص ۱۵)

۳-۱ خانواده در اسلام

در سبک زندگی اسلامی، خانواده رکن اصلی نظام اجتماعی و معرف سبک و نوع زندگی است (نوایی، ۱۳۹۲). قرآن تعریف مستقل و مشخصی در خصوص خانواده مطرح نکرده است ولیکن واژگان لغاتی در آن است که به خانواده ارتباط می‌یابد. یکی از واژه‌هایی که در قرآن بارها به کار رفته و بار معنایی خانواده را دارد، «اهل» است. معنی این واژه با توجه به همراهی مضاف الیه‌های آن متفاوت می‌شود. هرگاه واژه اهل در قرآن به افراد نسبت داده شده باشد و یا به ضمیری اضافه گردد که به آن شخص باز می‌گردد، بار معنایی خانواده خواهد داشت، هرچند در برخی از موارد، اهل و مضاف الیه آن خاندان است. بنابراین با در نظر داشتن کاربرد اهل در آیات قرآن می‌توان به تعریف قرآن در خصوص خانواده، نزدیک شد (بهرامی، ۱۳۸۶). آیه ۱۶ سوره مریم می‌فرماید: «وَإِذْ كُنَّا فِي الْكِتَابِ مَرْيَمَ إِذِ اتَّخَذَتْ مِنْ أَهْلِهَا مَكَانًا شَرْقِيًّا: و در این کتاب (کتاب آسمانی)، مریم را یاد کن، آن هنگام که از خانواده‌اش جدا شد، و در ناحیه شرقی (بیت المقدس) قرار گرفت.» خانواده در قرآن شامل همسر، فرزندان دختر و پسر، همسران و فرزندان آن‌ها است. از منظر قرآن کریم، انسان‌ها طوری آفریده شده‌اند که گرایش به همسر و تشکیل خانواده در سرشت و فطرت آن‌ها وجود دارد و اصولاً خلقت انسان‌ها جفت است و هیچ مرد و زنی نیست که برای او جفتی خلق نشده باشد؛ چنانچه قرآن کریم می‌فرماید: «وَ خَلَقْنَاكُمْ أَزْوَاجًا: ما شما را جفت آفریدیم». قرآن با اینگونه تعبیرات در حقیقت به فلسفه اساسی تشکیل خانواده اشاره می‌کند و منشأ جفت‌گرایی را طبیعت بشر می‌داند. خداوند زن و مرد را مکمل هم قرار داده است؛ بنابراین از منظر قرآن روی آوردن به تشکیل خانواده، ریشه در طبیعت بشر دارد (شاهرودی، ۱۳۹۶).

بر اساس نظریه فطرت خانواده‌گرایی، انگیزه‌های عاطفی دارای منشأ فطری در گرایش دو جنس مذکر و مؤنث به تشکیل خانواده دخالت داشته‌اند. آیه «وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَ جَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَ رَحْمَةً» آفرینش همسران برای آرامش یافتن آنان در کنار یکدیگر را از نشانه‌های الهی معرفی کرده و ایجاد زمینه‌های مهر و مودت میان ایشان را با واژه «جَعَلَ» به خداوند اسناد داده است که بر خاستگاه فطری

نقش تربیتی رسانه‌ها، یکی از برجسته‌ترین و حساس‌ترین نقش‌ها و کارکردهای رسانه است. این نقش به ویژه در الگوی رسانه دینی و اسلامی، اهمیت ویژه‌ای دارد. یکی از ویژگی‌های رسانه‌ها این است که تمام اقشار جامعه اعم از بی‌سواد و باسواد، شهری و روستایی، کودک و بزرگسال می‌توانند از آن استفاده کنند؛ ضمن اینکه تقریباً در استفاده از این ابزار محدودیت زمانی و مکانی وجود ندارد (یعنی همه جا و در هر زمان قابل دسترسی هستند). بنابراین نسبت به سایر ابزار آموزشی و تربیتی نقش برجسته‌تری بر جنبه‌های تربیتی کودکان و نوجوانان و حتی بزرگسالان دارند. قدرت رسانه‌ها نسبت به دیگر عوامل مؤثر در فرآیند تربیت انسان، به قدری مهم است که می‌توانند نسل جدیدی به وجود آورند که از نظر رفتار و افکار با نسل‌های گذشته تفاوت داشته باشند (پورحسین، ۱۳۹۶). تلویزیون از رسانه‌هایی است که خانواده‌ها بیشترین وقت خود را صرف دیدن برنامه‌های آن می‌کنند. میزان زمان صرف شده برای دیدن برنامه‌های تلویزیون، معمولاً در بین کودکان و نوجوانان، بیشتر از دیگر اعضای خانواده‌ها است. این رسانه افزون بر دسترسی آسان به آن از میزان اثرگذاری بالایی برخوردار است. این رسانه جمعی، تأثیر و نفوذی شگفت‌انگیز در افکار، باورها، عواطف و رفتارهای مخاطبان به ویژه کودکان و نوجوانان دارد و الگوهایی که در برنامه‌های آن استفاده می‌شود، مستقیم یا غیر مستقیم بر مخاطبان اثر می‌گذارد. گروهی از صاحب نظران، تلویزیون را منشأ تأثیرات مثبت روی اطلاعات، دانش و یادگیری می‌دانند. این گروه معتقدند این رسانه جمعی آموزش می‌دهد، مطلع می‌کند، ذهن را می‌گشاید و اطفال را شاداب‌تر و اجتماعی‌تر می‌سازد. همچنین می‌تواند تأثیر قوی در رشد ارزش‌ها و شکل‌دهی رفتار داشته باشد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲). علی‌رغم اثرات منفی استفاده از رسانه بر خانواده، افزایش آگاهی و اطلاعات فرزندان خانواده و والدین در موضوعات مختلف در رسانه، اگر به طور مثبت انجام شود، به مراتب باعث تقویت و استحکام روابط بین اعضای خانواده می‌شود. وقتی فرزندان و یا اعضای خانواده در بروز مشکلات بین فردی و اختلافات، در کوتاه‌ترین زمان به راحتی به مشاور یا روانشناس دسترسی پیدا کنند، احتمال فروپاشی و تخریب خانواده به ترتیب کاهش پیدا کرده و باعث تحکیم خانواده می‌شود.

۲- آموزش و نهادینه‌سازی نقش‌های خانوادگی

در سال‌های اخیر، زندگی خانوادگی، به خصوص در جوامع غربی، به شکل بنیادین دگرگون شده است. با تغییراتی که به وجود آمده است، می‌توان انتظار داشت که مفهوم خانواده نیز دگرگون شود. بی‌شک، تلویزیون در شکل‌دهی به باورهای کودکان درباره زندگی خانوادگی، نقش مهمی دارد. تلویزیون زمینه‌آشنایی کودکان با نقش‌های خانوادگی را فراهم ساخته و زمینه‌های تثبیت آن را در کودکان به وجود می‌آورد. تلویزیون، خانواده‌های نمونه را برای بینندگان از جمله کودکان معرفی می‌کند و بر ارزش‌های خاصی تأکید می‌ورزد یا برخی از مسائلی که برای اعضای خانواده (دختران و پسران) مهم هستند، به بینندگان عرضه می‌کند. در این میان، کودک نقش‌های خانوادگی خود را در خلال برنامه‌های تلویزیون می‌یابد. بنابراین، تلویزیون به یک معنا، نمایش‌دهنده خانواده و نقش‌های خانوادگی (نقش مادری، پدری، خواهری، برادری و روابط بین آنها) است که کودک آنها را می‌آموزد (کریمی، ۱۳۹۱). تفاوت نسل‌های گذشته با نسل امروز به وضوح قابل مشاهده و از علت‌های این تفاوت، نفوذ

رسانه‌های مختلف در داخل خانواده است. کودک و نوجوان در خانواده، توسط رسانه با سبک زندگی غربی آشنا شده و با جذابیت‌هایی که دارد، سعی در تقلید و پیاده‌سازی این رفتارها در رفتار و کردار خود دارد؛ اما تولید برنامه‌هایی که نقش‌های خانوادگی را آموزش داده و با فرهنگ ایرانی-اسلامی همسو است و از سنین پایین توسط رسانه‌ای مانند تلویزیون آموزش داده می‌شود، به مراتب اثرات مثبتی در سبک زندگی خانواده‌ها دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

خانواده به عنوان یکی از ستون‌های اصلی و پایه‌ای جامعه محسوب می‌شود و نقش آن در تربیت و تربیت کودکان بسیار اساسی است. خانواده به عنوان مهمترین نهاد اجتماعی تأثیر فزاینده‌ای بر ایجاد آسیب‌های اجتماعی دارد و رسانه نیز به عنوان یک ابزار قدرتمند بر افکار و اندیشه زوجین و روابط آنها با فرزندان مؤثر است. اعضای یک خانواده در طول شبانه روز از محتوای برنامه‌های آموزشی، اجتماعی، سیاسی اقتصادی و سرگرمی رسانه‌ها استفاده می‌کنند و نسل کنونی از ابتدای حیاتش با رسانه‌ها بزرگ می‌شود و رشد می‌کند و بخش عظیمی از اطلاعات فرهنگ‌ها و ارزش‌های خود را از رسانه‌ها دریافت می‌کند. رسانه‌ها به عنوان وسیله‌ای برای انتقال اطلاعات، ارزش‌ها و نگرش‌ها از اهمیت بسزائی برخوردارند.

با گسترش رسانه‌ها در دنیای امروز و آگاهی از تأثیرات آن، انجام تحقیق و پژوهش در این زمینه ضرورت می‌یابد. نتایج به دست آمده از این تحقیق بر اساس یافته‌های پژوهش به روش کتابخانه‌ای، استفاده از رسانه‌هایی مانند تلویزیون، فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، ماهواره و... در خانواده تأثیرات مثبت و منفی در بر خواهد داشت. با استفاده نادرست و کنترل نشده، تأثیرات منفی آن بروز پیدا کرده و با استفاده صحیح و برنامه‌ریزی شده اعضای خانواده، تأثیرات منفی آن پیدا شده و باعث تقویت و تحکیم روابط بین اعضای خانواده می‌شود. اثرات منفی در قالب فردگرایی، خشونت، طلاق و... بروز پیدا می‌کند و اثرات مثبت آن در قالب کارکردهای تربیتی، افزایش آگاهی و دانش درباره روابط بین اعضاء شکل می‌گیرد. در بیشتر خانواده‌ها، به دلیل ناآگاهی از استفاده درست از رسانه و آزادی بیش از اندازه در استفاده، تأثیرات منفی بیشتر خود را نشان می‌دهند به همین دلیل تأثیرات منفی آن که باعث تزلزل و فروپاشی خانواده می‌شود، به مراتب بیشتر است. این نتیجه‌گیری، با نتایج تحقیق فریدی و همکاران (۱۳۹۹)، نقشبندی و همکاران (۱۴۰۱) و سفیری (۱۳۹۲) همسو است.

بنابراین پاسخ دو پرسش مطرح شده در ابتدای پژوهش، مطابق یافته‌ها روشن می‌شود:

۱. اثرگذاری رسانه در تربیت صحیح فرزندان و تقویت روابط زوجین چگونه است؟

یکی از ویژگی‌های رسانه‌ها این است که تمام اقشار جامعه اعم از بی‌سواد و باسواد، شهری و روستایی، کودک و بزرگسال می‌توانند از آن استفاده کنند؛ ضمن اینکه تقریباً در استفاده از این ابزار محدودیت زمانی و مکانی وجود ندارد (یعنی همه جا و در هر زمان قابل دسترسی هستند). بنابراین نسبت به سایر ابزار آموزشی و تربیتی نقش برجسته‌تری بر جنبه‌های تربیتی کودکان و نوجوانان و حتی بزرگسالان دارند. قدرت رسانه‌ها نسبت به دیگر عوامل

مؤثر در فرآیند تربیت انسان، به قدری مهم است که می‌توانند نسل جدیدی به وجود آورند که از نظر رفتار و افکار با نسل‌های گذشته تفاوت داشته باشند (پورحسین، ۱۳۹۶). گروهی از صاحب نظران، تلویزیون را منشأ تأثیرات مثبت روی اطلاعات، دانش و یادگیری می‌دانند. این گروه معتقدند این رسانه جمعی آموزش می‌دهد، مطلع می‌کند، ذهن را می‌گشاید و اطفال را شاداب‌تر و اجتماعی‌تر می‌سازد. همچنین می‌تواند تأثیر قوی در رشد ارزش‌ها و شکل‌دهی رفتار داشته باشد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲). تلویزیون تأثیرگذارترین رسانه‌ای است که در عرصه‌ی اجتماعی و فرهنگی فعالیت می‌کند. این رسانه به خطر برخورداری از ویژگی‌های خاص و با توجه به وسعتی که در میدان عمل خود دارد می‌تواند جنبه‌های متعددی از زندگی فردی و اجتماعی افراد در جامعه را تحت تأثیر خود قرار دهد که ارزش‌ها از جمله آن هستند (حسینی‌منش، ۱۳۹۸). تلویزیون، خانواده‌های نمونه را برای بینندگان از جمله کودکان معرفی می‌کند و بر ارزش‌های خاصی تأکید می‌ورزد یا برخی از مسائلی که برای اعضای خانواده (دختران و پسران) مهم هستند، به بینندگان عرضه می‌کند. در این میان، کودک نقش‌های خانوادگی خود را در خلأ برنامه‌های تلویزیون می‌یابد. بنابراین، تلویزیون به یک معنا، نمایش‌دهنده خانواده و نقش‌های خانوادگی (نقش مادری، پدری، خواهری، برادری و روابط بین آنها) است که کودک آنها را می‌آموزد (کریمی، ۱۳۹۱).

۲. تأثیر رسانه‌های مختلف در فروپاشی و تزلزل خانواده و انحراف فرزندان چیست؟

هنجارهای زیبایی، حقیقت و ارزش‌های مربوط به سبک زندگی، از سوی رسانه‌ها تولید می‌شود و از سوی مردم به مصرف انبوه می‌رسد. بر این اساس، خانواده امروز معیارهای خاص و محلی خود را از دست می‌دهد و هرچه بیشتر در انبوه ارزش‌های سرمایه‌داری که از سوی رسانه‌ها دیکته می‌شود، دچار بحران ارزشی و هنجاری می‌شود. در این معنا، خانواده دیگر واحد اولیه جامعه نیست (کودک و رسانه، ۱۳۹۶). اساس خانواده بر «ارتباط» و «محبت» است و رسانه بر هر دوی این موارد تأثیر می‌گذارد. با حضور وسایل مدرن ارتباطی مانند تلویزیون، ماهواره و اینترنت، ارتباطات سنتی درون خانواده‌ها کاهش یافته و گاهی به مرز بحران رسیده است (همان). در دنیای فناوری امروز، ابزارهایی مانند رسانه‌های اجتماعی باعث انزوا و کاهش تعاملات اجتماعی می‌شوند. این رسانه‌ها ارتباطات را از جمع‌گرایی به فردگرایی تغییر می‌دهند و افراد را به جای ارتباط با خانواده واقعی، به تعامل با شبکه‌های اجتماعی سوق می‌دهند. این تغییرات باعث می‌شود اعضای خانواده در یک فضای فیزیکی مشترک زندگی کنند اما ارتباط عاطفی و گفت‌وگوهای صمیمی کمتری داشته باشند.

صاحب‌نظران ارتباطات معتقدند که رسانه‌ها قادرند فنون ارتکاب جرائم را آموزش دهند. ایشان همچنین معتقدند خشونت در رسانه‌ها به بروز رفتارهای خشن در جامعه دامن می‌زند (رضاقلی‌زاده، ۱۳۹۱). افزایش طلاق از شایع‌ترین علل نابودی خانواده‌ها در جهان امروز است. عوامل مختلفی در بروز طلاق نقش دارند که در دو دهه گذشته، گسترش رسانه‌ها و فضای مجازی بیشترین تأثیر را داشته‌اند.

منابع

۱. قرآن کریم.
۲. وسائل الشیعه، محمد بن الحسن حر العاملی، مؤسسه آل البیت لا حیات التراث، ج ۱۴، ۱۳۶۷.
۳. آزادی احمدآبادی، علی؛ فتحعلی، سعید؛ خیامی، عبدالکریم (۱۴۰۰). «تعریف و واکاوی مفهومی سواد فضای مجازی و نسبت سواد رسانه‌ای با آن»، مجله علمی دین و ارتباطات، ویژه‌نامه اول دین رسانه و سواد رسانه‌ای، دوره ۱۱، ش ۷.
۴. بولن، جکی (۱۳۹۰). «تأثیر تلویزیون بر خانواده (در جامعه آمریکا)»، ترجمه وحیده پیشوایی، مجله طوبی، شماره ۳۷.
۵. بهرامی، محمد (۱۳۸۶). «درآمدی بر جامعه‌شناسی خانواده در قرآن»، پژوهش‌های قرآنی، سال ۱۲، شماره ۴۸، صص ۴۲-۷۷.
۶. پوریانی، جابر؛ چشمه نور، مرتضی (۱۳۹۳). «خودآموز عملیات روانی (کلیات و مبانی)»، مرکز آموزشی و پژوهشی شهید سپهبد صیاد شیرازی، چاپ اول.
۷. تمیزکار، سعیده و صدیقه مهدوی کنی (۱۳۹۹). «ضرورت صیانت حقوقی دولت از حریم خصوصی خانواده»، مجله مطالعات اسلامی آسیب‌های اجتماعی، دوره ۲، ش ۱.
۸. جعفری، نسیم؛ اعتمادی، عذرا؛ عاصمی، عاطفه (۱۳۹۵). «خانواده و آسیب رسانه‌ای رایانه و اینترنت»، اصفهان: یار مانا.
۹. جوکار کمال‌آبادی، مهناز؛ رجبی، سوزان؛ ثوابت، فاطمه (۱۳۹۹). «تأثیر آموزش شناختی رفتاری به کمک فضای مجازی در کاهش کمال‌گرایی و اضطراب دانش‌آموزان نخبه»، مجله پژوهش‌های کاربردی روانشناختی، دوره ۱۱، شماره ۴.
۱۰. جهانی، سمانه (۱۳۹۱). «جامعه‌شناسی خانواده در قرآن کریم»، فصلنامه تخصصی پژوهش‌های میان رشته‌ای قرآن کریم، سال سوم، شماره ۱، صص ۸۱-۱۰۰.
۱۱. چشمه‌نور، مرتضی؛ پوریانی، جابر؛ نصیری، معصومه (۱۳۹۷). «فضای مجازی و سواد رسانه‌ای»، تهران: انتشارات پشتیبان.
۱۲. حسینی‌منش، منصوره (۱۳۹۸). «رسانه و تحکیم خانواده»، پژوهشنامه اورمزد، شماره ۴۷، صص ۱۰۱-۱۱۳، پایان نامه کارشناسی ارشد.
۱۳. «خانواده و رسانه‌های نوظهور»، گردآوری: موسسه فرهنگی تربیتی آرامش آبی آتیه، مطالعات خانواده-جامعه‌شناختی، چاپ دوم، ۱۳۹۸، قم: خادم‌الرضا.
۱۴. خوش‌نشین، زهره (۱۳۹۳). «تبیین الگوی عملکرد رسانه در راستای تقویت کارکردهای خانواده اسلامی».
۱۵. سقیری، خدیجه (۱۳۹۲). «بررسی تأثیر سریال‌های ماهواره‌ای (سریال‌های خانوادگی شبکه GEM Classic) بر روابط زوجین»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء.
۱۶. دادگران، محمد (۱۳۹۲). «مبانی ارتباطات اجتماعی»، تهران: انتشارات مروارید.
۱۷. «رسانه و خانواده: بررسی جایگاه فعلی خانواده در سیاست رسانه‌ها و راهبردهای پیشنهادی»، ۱۳۹۵، تهران: نشر مقصد: مرکز دیدار.
۱۸. رضاقلی‌زاده، بهنام (۱۳۹۱). «نگاهی به اثرگذاری رسانه‌ها بر ترویج خشونت در میان کودکان»، فصل‌نامه علمی-تخصصی کودک، نوجوان و رسانه، شماره ۳.
۱۹. رضایی، مریم (۱۳۹۱). «نقش رسانه‌ها در تغییرات فرهنگی خانواده‌ها»، فصلنامه فرهنگ مردم/ایران، شماره ۳۱.
۲۰. شاه‌رودی، محمدرضا؛ فیضی، زهرا؛ باقری، زهرا (۱۳۹۶). «خانواده و کارکرد تربیتی آن در قرآن و روایات»، فصلنامه تخصصی پژوهش‌های میان رشته‌ای قرآن کریم، سال هشتم، شماره ۲، صص ۷-۱۶.
۲۱. فریدی، صمد؛ جعفری، علی (۱۳۹۹). «رابطه استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان با ناهنجاری‌های اجتماعی (مطالعه موردی: جوانان شهر اردبیل)»، فصلنامه راهبرد اجتماعی-فرهنگی، سال نهم، شماره ۳۵.
۲۲. فولادی‌وند، محمد (۱۳۹۳). «اصول اخلاقی حاکم بر رسانه از دیدگاه اسلام با تأکید بر سیمای جمهوری اسلامی ایران»، چاپ اول، قم: انتشارات موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی(ره).

۲۳. کریمی، رضا؛ اصغرزاده، محمد (۱۳۹۱). «کودک و رسانه: تهدیدها و فرصت‌ها»، فصلنامه علمی-تخصصی کودک، نوجوان و رسانه، سال اول، شماره ۴۷، ص ۵۳.
۲۴. «کودک و رسانه: تأثیر رسانه بر کودک»، ۱۳۹۶، نویسندگان گروه پژوهش مرکز تحقیقات رایانه‌ای حوزه علمیه؛ زیر نظر سید احمد سجادی جزی؛ کارشناس رضا پورحسین، چاپ اول، اصفهان: مرکز تحقیقات رایانه‌ای حوزه علمیه.
۲۵. معدنی‌پور، حسین (۱۳۸۴). «تأثیر خانواده و رسانه بر پندپذیری جوانان»، فصلنامه خانواده‌پژوهی، سال اول، شماره ۱.
۲۶. مهدی‌زاده، ستار (۱۳۹۲). «زندگی در خطر؛ آشنایی با مضرات محصولات تکنولوژی»، قم: نشر، چاپ اول.
۲۷. نعیمی، محمدرضا (۱۳۹۰). «تأثیر تعامل خانواده و ماهواره در بروز پدیده طلاق (مطالعه موردی شهرستان گرگان)»، جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد آزادشهر، سال اول، شماره اول.
۲۸. نقشبندی، شیماء؛ خواجه‌نوری، بیژن؛ عباس شوازی، محمدتقی (۱۴۰۱). «تبیین رابطه بین مصرف رسانه‌ای و طلاق عاطفی با تأکید بر محتوای رسانه‌ها (مورد مطالعه: زنان متأهل شیراز)»، فصلنامه مسائل اجتماعی ایران، سال سیزدهم، شماره ۱.
۲۹. نوایی، علی‌اکبر (۱۳۹۲). «خانواده‌ی الگو در اسلام»، پژوهش‌های اجتماعی-اسلامی، سال نوزدهم، شماره ۲، دانشگاه علوم اسلامی رضوی.
۳۰. همدانی، محمدعلی؛ آقایی، مریم (۱۴۰۱). «نقش رسانه در ایجاد و تقویت کامل‌گرایی در مسائل مربوط به خانواده»، مطالعات تربیتی و روانشناختی خانواده، سال سوم، شماره ۶، مقاله دکتری و کارشناسی، دانشگاه معارف قم-دانشگاه الزهرا(س) تهران.