

بررسی کارکرد رسانه در تضعیف و تحکیم باورهای دینی خانواده

استاد راهنما:

سلمه امجدیان

پژوهشگران:

ام البنین بزرگیان

شیوا چراغی

فاطمه همتی

فاطمه قیاسی^۱

چکیده

خانواده از مهم‌ترین کانون‌های پرورش و تربیت انسان‌ها به شمار می‌رود. در دنیای امروزی که با تحولات گوناگونی روبه‌رو هستیم رسانه‌ها نقش بسزایی در تغییر و تحول ساختار و کارکردهای خانواده دارد چرا که هم می‌تواند زمینه تضعیف و هم تحکیم خانواده، خاصه فرزندان را فراهم نمایند. از جمله عوامل تحکیم خانواده کسب مهارت‌های لازم، تسهیل در ارتباطات در امور کاری و شغلی و.... از عوامل تضعیف از بین رفتن روابط والدین و فرزندان با هم، از بین رفتن حیا و عفت، اعتیاد، بیماری‌های روحی - جسمی، قضاوت‌های زود هنگام و.... می‌باشد. با توجه به موارد بیان شده با استفاده درست و منطقی می‌توان درصد رشد خود و جامعه می‌توان قدم برداشت. در مقابل در صورت عدم استفاده درست و عقلانی خود افراد و به تبع آن جامعه دچار انحراف خواهد شد.

واژگان کلیدی: خانواده، رسانه، کارکرد، باور دینی، تضعیف، تحکیم.

۱. هممگی طلاب در حال تحصیل در مدرسه علمیه نرجسیه شهرستان سنقر.

مقدمه

رسانه‌ها در دنیای امروز نقشی همه‌جانبه و مؤثر در زندگی فردی و اجتماعی ما بازی می‌کنند. این تأثیرات در بستر خانواده نه تنها انکارناپذیر، بلکه به‌طور فزاینده‌ای مهم و پیچیده‌تر شده است. هم‌زمان با گسترش فناوری و دسترسی آسان‌تر به اطلاعات از طریق رسانه‌های مختلف، خانواده‌ها با فرصت‌ها و چالش‌های جدیدی مواجه شده‌اند. از یک سو، رسانه‌ها می‌توانند به تحکیم روابط خانواده کمک کنند، اطلاعات آموزشی و تفریحی را به اشتراک بگذارند و زمینه‌ساز گفتگوهای معنادار میان اعضای خانواده باشند. از سوی دیگر، همین رسانه‌ها می‌توانند تعاملات رو در رو را کاهش دهند و زمینه‌ساز بروز مشکلاتی مانند کاهش زمان کیفیت خانوادگی و حتی تضعیف پیوندهای عاطفی باشند.

در این راستا، نقش رسانه‌ها در خانواده دو لبه دارد. از طرفی، می‌تواند به انسجام بیشتر خانواده‌ها و فراهم‌سازی فرصتی برای ایجاد ارتباطات عمیق‌تر و معنادارتر یاری رساند. از طرف دیگر، استفاده نامناسب یا بیش از حد از رسانه‌ها می‌تواند منجر به انزوای فردی، کاهش همبستگی و بروز تنش‌ها در بستر خانواده گردد. این پدیده‌ها نیازمند بررسی موشکافانه و مدبرانه هستند تا بتوان بهترین راهکارها را برای استفاده بهینه از رسانه در بستر خانواده شناسایی کرد و از اثرات مخرب آن جلوگیری نمود. بررسی دقیق این تأثیرات می‌تواند دیدگاه‌های مهمی را برای خانواده‌ها، سیاست‌گذاران و پژوهشگران فراهم آورد، تا با آگاهی بیشتری به بهره‌برداری از رسانه‌ها بپردازند و در جهت تقویت ساختارهای خانوادگی و اجتماعی گام بردارند. با توجه به مطالعات انجام شده کتاب و مقاله‌ای که نقش رسانه در تضعیف و تحکیم خانواده‌ها را به شکل موردی بررسی کرده باشد یافت نشد. بنابراین این مقاله درصدد است با روش کتابخوانی این را مورد بحث و بررسی قرار دهد.

مفهوم شناسی

۱. خانواده

در لغت، «خانواده» به گروهی از افراد گفته می‌شود که با یکدیگر زندگی می‌کنند و معمولاً شامل والدین و فرزندان می‌شود. این واژه به معنای یک واحد اجتماعی است که اعضای آن با یکدیگر روابط خونی یا قانونی دارند.

در اصطلاح، خانواده به عنوان یک واحد اجتماعی و فرهنگی تعریف می‌شود که شامل افرادی است که با یکدیگر زندگی می‌کنند و از طریق روابط خونی، ازدواج یا فرزندخواندگی به هم پیوند خورده‌اند. خانواده‌ها نقش مهمی در تربیت و اجتماعی‌سازی افراد، انتقال ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی و حمایت عاطفی و اقتصادی از اعضای خود ایفا می‌کنند.

خانواده‌ها می‌توانند اشکال مختلفی داشته باشند، از جمله خانواده‌های هسته‌ای (والدین و فرزندان)، خانواده‌های گسترده (شامل پدربزرگ و مادربزرگ، عموها، عمه‌ها و غیره)، و خانواده‌های تک والدی. (بروس کوئن، مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه دکتر غلامعباس توسلی و دکتر رضا فاضل)

۲. رسانه

تعریف لغوی: رسانه، واژه‌ای است که از ریشه «رَسَن» به معنای «رسانیدن» و «به دیگران منتقل کردن» مشتق شده است. در زبان فارسی، رسانه به معنای وسیله‌ای برای انتقال اطلاعات، اخبار، و پیام‌ها به شمار می‌رود. در اصطلاح، رسانه به مجموعه‌ای از ابزارها و وسایلی اطلاق می‌شود که اطلاعات را از یک منبع به دیگران انتقال می‌دهد. این ابزارها می‌توانند شامل رسانه‌های چاپی (مانند روزنامه‌ها و مجلات)، رسانه‌های الکترونیکی (مانند تلویزیون، رادیو و اینترنت)، و رسانه‌های دیجیتالی (مانند شبکه‌های اجتماعی و وبسایت‌ها) باشند. رسانه وظیفه اطلاع‌رسانی، سرگرمی و تعلیم را بر عهده دارد و نقش اساسی در شکل‌دهی به افکار عمومی و فرهنگ جوامع ایفا می‌کند. (علی‌اکبر فرهنگی، رسانه و جامعه).

۳. رسانه فردی

هر نوع رسانه‌ای محسوب می‌شود که توسط یک فرد به صورت فردی و برای استفاده شخصی استفاده می‌شود. این نوع رسانه شامل متنی، صوتی، تصویری یا ترکیبی از این‌ها باشد و از طریق وسایل مختلفی مانند رایانه‌ها، تلفن‌های همراه، تبلت‌ها و سایر دستگاه‌های الکترونیکی دسترسی پیدا می‌کند.

۴. رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی یک ابزار دیجیتالی، مانند وبسایت یا اپلیکیشن است که به کاربران اجازه می‌دهد به سرعت و به راحتی محتوا ایجاد کرده و آن محتوا را با عموم مردم به اشتراک بگذارند. این رسانه «در حال کامل شدن» است زیرا تعریف آن مدام تغییر می‌کند. در واقع بهترین تعریف از رسانه اجتماعی، عبارت است از محتوای ارسال شده در رسانه‌های اجتماعی در رابطه با نام تجارستان، مانند پست‌های پینترست، توییتر، اینستاگرام، فیسبوک و لینکدین.

رسانه‌های اجتماعی به عنوان مقرون به صرفه‌ترین پلتفرم برای روابط عمومی شناخته می‌شود.

شکل‌گیری رسانه‌ها و وظایف آنها

با گسترش فناوری‌های جدید در جامعه برخی از پژوهشگران ترغیب شدند تا گسترش فناوری‌های ارتباطی به نفس قدیمی مانند تلگراف، تلفن، رادیو، تلویزیون و... را مدنظر قرار داده واکنش شهروندان را در ارتباط با آنها هنگامی که تازه به جامعه عرضه شده بود مورد بررسی قرار دهند. مطالعه تاریخچه پدیداری فناوری‌های مختلف نشان می‌دهد که با بروز و ظهور هر فناوری جدید موجی از امید و هراس فراروی بشر پدیدار شده است با پا به عرصه نهادن تلگراف این امید در دل بعضی از انسان‌های نیک اندیش و خیرخواه پدید آمد که این فناوری به تحقق یک جامعه جهانی کمک خواهد کرد و بدین ترتیب دیگر جهان شاهد رخ دادن جنگی نخواهد بود. مثلاً زمانی که تلفن اختراع شد برخی از منافع کثیر آن سخن به میان آوردند و از خارج شدن انسان‌ها از انزوای اجتماعی و برقراری رابطه بین افراد و برخی از نزدیکانشان به دلیل بعد راه از یکدیگر دور افتاده‌اند سخن رفت با شکل‌گیری اینترنت این اندیشه در اقشار گسترده‌ای از مردم شکل گرفت که

با کمک اینترنت می‌توان جامعه‌ای برتر را رقم زد جامعه‌ای که پیش بینی‌ها در آن بیشتر مثبت و امیدوار کننده‌اند می‌توان در آن به وعده‌های تحقق دموکراسی و یکپارچه کردن کشورهای جهان در جامعه‌ای واحد و جهانی جامعه عمل پوشاند؛ اما با وجود این‌ها طرح ابعاد امیدبخش در جریان بروز ظهور فناوری‌های جدید برخی از افراد در جهت‌گیری و سمت و سوی متفاوت نسبت به خطر بالقوه فناوری‌های مزبور هشدار دادند. (منطقی، راهنمای والدین در استفاده فرزندان از فن آوری‌های ارتباطی جدید، تلفن همراه).

اطلاعات نشان می‌دهد زمانی محصول و محتوای رسانه‌ها به درک و شناخت تبدیل می‌شود که توسط مخاطبان عاقل آموخته‌های ذهنی آنها دریافت شود پس هر انسانی با باورها و دیدگاهی که دارد محتوای رسانه را بررسی و تحلیل می‌کند و بعد آن را می‌پذیرد، تأثیر رسانه‌ها بر رده‌های سنی افراد یک جامعه از همه بیشتر متوجه کودکان و نوجوانان است که حساس‌ترند که این تأثیرات می‌تواند جنبه‌ی مثبت داشته باشد یا منفی.

مثبت می‌تواند در تقویت باورهای دینی و اعتقادی نسل جوان نقش داشته باشد و منفی آن نیز می‌تواند در ضعف این باورها عمل کند و شبهه و انحرافات و الگوی نامناسب برای آنها ایجاد کند

نقش رسانه در کلیشه‌سازی و گنجاندن باورها و هنجارها امری بسیار روشن است. اگر رسانه‌ها درک درستی از هدف‌ها و فرهنگ‌های یک ملت نداشته باشند

آن وقت بحران عقیدتی در جامعه رخ می‌دهد ارائه اطلاعات صحیح از باورها و ارزش‌ها و اعتقادات دینی می‌تواند یک جامعه را بیشتر به سمت رشد و تعالی پیش ببرد و برعکس ارائه اطلاعات غلط و غیر صحیح از این ارزش‌ها و باورها جامعه را سال‌ها از مسیر رشد و تعالی دورتر می‌سازد. (همان)

۱. کارکرد های تحکیم خانواده

برای بررسی عوامل تحکیم رسانه بر خانواده، می‌توان به جوانب مختلفی اشاره کرد که رسانه‌ها می‌توانند به وسیله آنها به تقویت روابط خانوادگی کمک کنند. در ادامه به برخی از این عوامل و منابع مرتبط اشاره می‌کنم:

که به طور روزانه مصرف می‌کنیم یافت می‌شود. (سلامت و بهداشت پایه دوازدهم دوره دوم متوسطه، ص ۱۲؛ ۹۴؛ ۹۵)

۲-۸- بیماری‌های روحی و جسمی

چاقی: امروز زندگی صنعتی و شهرنشینی تغییراتی در سبک زندگی انسان ایجاد کرده که منجر به کاهش فعالیت بدنی مصرف غذاهای چرب و آماده و غیره شده از پیامدهای آن چاقی و اضافه وزن از چاقی عبارت است از تجمع غیر طبیعی و بیش از اندازه توده چربی در بدن به طوری که سلامتی فرد را به خطر بیندازد اگر چربی‌های اضافی بیشتر در ناحیه شکم متمرکز شده باشد الگوی چاقی فرد شبیه به سیب است و به آن الگوی سیب می‌گویند این الگو در بین مردان شایع‌تر است اگر چربی اضافه بیشتر در ناحیه باسن و ران‌ها متمرکز شده باشد الگوی گلابی است و آن را الگوی گلابی می‌گویند این الگو در بین زنان شایع‌تر است چاقی با الگوی سبب خطر ابتلا به بیماری‌های قلبی و عروقی را بیشتر افزایش می‌دهد چاقی چند عامل دارد:

۱. عوامل ژنتیکی: بروز چاقی در فرزندان و سایر نزدیکان افراد چاق حکایت زمینه ژنتیکی چاقی در آنها را دارد.

۲. عوامل محیطی: نحوه زندگی به ویژه عادات‌های غذایی و میزان فعالیت بدن افراد عامل مهمی در اضافه وزن و چاقی محسوب می‌شود.

۳. عوامل روانی: اختلال روانی مانند افسردگی افراد را مستعد ابتلا به چاقی می‌کند به علاوه عوامل روانی سبب می‌شود که برخی افراد در شرایطی مانند اضطراب خشم و ناراحتی بیش از حد غذا بخورند.

۴. بیماری‌های جسمی: برخی بیماری‌ها نظیر کم کاری تیروئید و کوشینگ موجب بروز چاقی می‌شوند.

۵. داروها برخی داروها مثل کورتون موجب چاقی می‌شوند چاقی و اضافه وزن در دوران نوجوانی از مشکلات این دوره است به ویژه که سبب می‌شود اغلب نوجوانان چاق در بزرگسالی نیز چاق بمانند و در معرض ابتلا به بیماری‌های متعددی همچون بیماری‌های قلبی عروقی و دیابت انواع سرطان قرار بگیرند همچون چاقی با تاثیر منفی که بر ظاهر افراد باقی می‌گذارد ممکن است آنها را دچار مشکلات روحی مانند کاهش اعتماد به نفس کند روند چاقی در ایران مانند اکثر

کشورهای جهان سیر صعودی دارد به طوری که طبق گزارش وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی در چند دهه اخیر میزان ابتلا به چاقی در جامعه ایران به طور چشمگیر افزایش یافته است. (همان، ص ۳۳ - ۳۴).

افسردگی: نیازهای زندگی امروز تغییرات سریع اجتماعی و فرهنگی تغییر ساختار خانواده شبکه‌های گسترده و پیچیده ارتباطات انسانی و تنوع آنها گستردگی هجوم منابع اطلاعاتی تغییر نیازهای امروز انسان‌ها در جامعه و... پیچیدگی‌های زندگی را بالا برده و انسان‌ها را با چالش‌ها و فشارهای متعدد روبرو ساخته است برخی از این عوامل ممکن است افراد را دچار آشفتگی‌های هیجانی کنند و یا منجر به کاهش انگیزه توقف در مسیر موفقیت شوند افسردگی احساس ناخوشایندی است که برای مدت زمان طولانی تداوم می‌یابد و همراه با تنهایی و غمگینی از در زندگی هر فرد و راز و نشیب‌هایی وجود دارد که باعث شود زندگی برای او سازنده جالب و پر هیجان شود ولی زمانی که این فراز و نشیب‌ها در زندگی شدت می‌یابند گاهی در فراز افراد موجب احساس افسردگی و غمگینی می‌گردد برخی از عوامل زمینه ساز افسردگی در دوره نوجوانی عبارتند از:

۱. وقوع حوادث غم انگیز در کانون خانواده مانند طلاق والدین ابتلای یکی از اعضای خانواده به بیماری صعب العلاج مرگ یکی از عزیزان و... دو بیماری‌ها و اختلالات جسمی مثل نوجوانانی که مشکل پزشکی خاص (همچون سکتة مغزی صرع آسیب وارد شده به سر کم خونی و برخی از سرطان‌ها) دارند احتمال ابتلای آنها به افسردگی بیشتر است برخی از مشکلات تغذیه‌ای مانند کمبود ویتامین‌های B ممکن است نوجوانان را در معرض افسردگی قرار دهد چهار نوجوانانی که سابقه ابتلا به افسردگی در خانواده‌شان وجود دارد نسبت به نوجوانانی که این بیماری در خانواده‌شان سابقه ندارد بیشتر در معرض ابتلا و افسردگی هستند همه افراد گاهی اوقات در موقعیت‌های از زندگی خود حالت‌های افسردگی را تجربه می‌کنند بنابراین اگرچه گهگاه لغزیدن به پهنه افسردگی بسیار طبیعی است ولی باید برای بازگشت به حالت عادی هرچه سریع‌تر اقدام کرد زیرا اگر در تشخیص و درمان افسردگی خفیف به موقع اقدام نشود افسردگی شدت یافته و ممکن است فرد گرفتار عواقب جسمی و روانی ناشی از آن مانند روی آوردن به رفتارهای پرخطر افزایش خشونت و... شود. (همان، صفحه ۱۱۱ و ۱۲۱)

نتیجه گیری

با توجه به مطالب بیان شده می‌توان دریافت رسانه جایگاه بروز تحول در افراد و خانواده و به تبع جامعه در ارایه خلق و خواها، شیوه های زندگی و هنجاره و مسائل مختلف هستند و محتوای آنان در شکل دادن به بینش‌ها و ادراک‌ها در امور مختلف زندگی نقش محوری دارند. آنها داوری‌های ارزشی و هنجاری خود را به صورتی غیرقابل تفکیک و مخلوط با اخبار و برنامه‌های سرگرم کننده بیان می‌کنند و افراد با توجه به درک و یافته‌های خود می‌تواند از آن استفاده‌های مختلف ببرند اعم از خوب یا بد که هر کدام به نوبه خود در سرنوشت انسان و به تبع خانواده و اجتماع مؤثر واقع می‌گردند. در این میان رویکرد خانواده‌ها باید برای استفاده مهار یافته از آنها سامان یابد به گونه‌ای که با استفاده درست از آن سعادت خود و دیگر افراد را تضمین نمایند. در این راستا افراد باید برای استفاده منطقی و عقلانی از آن در محیط‌های خانواده، مدرسه و اجتماع آموزش داده شوند تا بتواند آسیب‌های ناشی از آن را تا حد امکان در خود و در بین اعضا خانواده کاهش دهند و انسجام و روابط خانوادگی را به مخاطره نیندازند.

فهرست منابع و مآخذ

* قرآن کریم

۱. باهنر، ناصر، رسانه‌های جمعی و تولیدات دینی برای کودکان، فصلنامه تحقیقات فرهنگی سال اول، شماره ۳، پاییز ۱۳۸۷
۲. براتی، عبدالعلی، مجله فرهنگ کوثر، فرهنگ نیوز خبرگزاری تسنیم، شماره ۷۶، زمستان ۱۳۸۷
۳. بروس کوئن، مبانی جامعه‌شناسی ترجمه غلامعباس توسلی - دکتر رضا فاضل، تهران، بی‌نا، ۱۳۸۶.
۴. بهار، مهری، تلویزیون، ابژه‌های دینی و سکولاریسم، فصلنامه ویژه نامه دین و رسانه، بی‌جا، بی‌نا، ۱۳۸۶.
۵. پور طهماسبی، سیاوش، نقش عملکرد تربیتی رسانه در عصر پست مدرن، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، ۱۳۸۷.
۶. جوادی آملی، جواد، مفاتیح الحیة، قم، دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۹۱.
۷. حسینی، علی‌اکبر، تعلیم و تربیت اسلامی، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۳۷۹.
۸. رجبی نیا، داود، رسانه سلطه، سلطه رسانه، قم، بی‌نا، ۱۳۸۹.
۹. سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، کتاب سلامت و بهداشت، دوره متوسطه دوم، تهران، چاپ هفتم ۱۴۰۳.
۱۰. فرهنگی، علی‌اکبر، رسانه و جامعه، بی‌تا، بی‌جا، بی‌تا.
۱۱. کیا طاهری، نقش اینترنت در زندگی، تهران، بی‌جا، ۱۳۸۹.
۱۲. منطقی، مرتضی، عضو هیأت علمی دانشگاه تربیت معلم، کتاب (راهنمای والدین در استفاده فرزندان از فن‌آوری‌های ارتباطی جدید، تلفن همراه)، تهران، بی‌جا، ۱۳۸۶.
۱۳. نوری، میرزا حسین، کتاب مستدرک الوسائل، قم، دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۶۵.
۱۴. ولایتی، علی‌اکبر، فرهنگ و تمدن اسلامی، قم، دفتر نشر معارف، ۱۳۸۴.
۱۵. جوینسون (۲۰۰۳)

۱۶. کورن و همکاران (۱۹۹۴)