

نقش رسانه بر الگوی کنش متقابل بین والدین و فرزندان

مریم سلیمانی

چکیده:

خانواده اولین و مهم ترین نهاد اجتماعی دانسته شده که انسان خود را در آن می یابد. رسانه تاثیرات زیادی بر جنبه های مختلف خانواده دارد. جنبه ی ارتباطی خانواده به دو دسته ی روابط بین زوجین و روابط بین والدین و فرزندان تقسیم می شود. در دنیای امروز رسانه نقش مهمی در شکل گیری کنش متقابل بین والدین و فرزندان دارد که الگوی تربیت فرزندان، سبک زندگی، نوع تعامل والدین با فرزندان، نظم فکری و روانی اعضای خانواده، را تحت تاثیر قرار داده است. رسانه ها در دهه های اخیر به عضو جدایی ناپذیر زندگی انسان ها تبدیل شده است بدین منظور در این پژوهش به بررسی این تاثیرات بر نهاد خانواده به ویژه الگوی کنش متقابل والدین و فرزندان می پردازیم. هدف از این پژوهش بهبود روابط والدین و فرزندان در محیط خانواده با کاهش اثرات رسانه بر خانواده است. اطلاعات این مقاله با بهره گیری از پایگاه ها و منابع اطلاعات علمی-اینترنتی و به روش توصیفی-تحلیلی گردآوری شده است.

کلیدواژه: رسانه، کنش متقابل، والدین و فرزندان

مقدمه:

....دنیای امروز، دنیای نور، صدا و رسانه است و اهرم های جدی قدرت در دهکده جهانی در اختیار دنیای رسانه است. رسانه های دیداری-شنیداری که در دوران کنونی ظهور یافته اند بخش بزرگی از رسانه را شکل می دهند و بیشترین تاثیر را هم بر مخاطبان خود می گذارند. در اینجا مراد از رسانه های دیداری-شنیداری تلویزیون، سینما و ماهواره می باشد. تمدن های مسلط می دانند چگونه با استفاده از سیستم های قوی ارتباطی و شناخت مبانی نظری روان کاوشی بر جان و روح انسان ها مسلط شوند. رسانه ابزاری قدرتمند و تاثیر گذار است که می تواند به صورت مستقیم بر فرهنگ، سیاست، اقتصاد و مسائل اعتقادی، اجتماعی اثر بگذارد. موضوعی که در عصر حاضر دارای اهمیت است این است که کمتر کسی را می توان یافت که تحت تاثیر و نفوذ رسانه ها قرار نگرفته باشد. تاثیر بر نهاد های مهمی همچون خانواده، خانواده به عنوان اصلی ترین نهاد اجتماعی زیربنای اصلی جامعه و همچنین بزرگ ترین و تاثیر گذارترین واحد تربیتی در جوامع بشمار می آید به طوری که این نهاد می تواند منشا تحولات عظیم فردی-اجتماعی و رشد ارزش های انسانی در میان اعضای آن باشد. اما امروزه یکی از نگرانی های اساسی تاثیر رسانه های دیداری-شنیداری بر روابط خانوادگی از جمله الگوی کنش متقابل والدین و فرزندان می باشد از این رو پرداختن به ابعاد مختلف این موضوع دارای اهمیت بسیار است چراکه ریشه اصلی تحکیم روابط بین اعضای خانواده همبستگی، صمیمیت و تعاملات سازنده والدین با فرزندان است که موجب انسجام خانواده می شود اما در این عصر رسانه از عوامل مهمی است که انسجام خانواده ها را هدف قرار داده و با القای سبک زندگی جدید سبب تزلزل و گسیختگی کانون خانواده می شود. به این منظور برای کاهش تاثیرات مخرب رسانه بر خانواده و رشد ارزش ها با استفاده از ابزار رسانه نیازمند راهکارهایی کارآمد هستیم که ما سعی میکنیم در این مقاله به بیان برخی از آنها بپردازیم.

پیشینه پژوهش:

.....مقاله ای با عنوان رسانه، فضای مجازی و کیان خانواده از منظر علم حقوق بیانگر تاثیر رسانه و فضای مجازی بر کیان خانواده است نادینی (۱۳۹۹)، در مقاله ای تحت عنوان «برساخت بدن در تلویزیون؛ مورد مطالعه تبلیغات بازرگانی شبکه یک سیما» آگهی های بازرگانی سال ۱۳۹۶ را براساس دیدگاه رابرت فیسک و رولان بارت به صورت نشانه ها تحلیل نمودند ساروخانی و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی با عنوان «بازنمایی عفاف و حجاب در سریال های سیمای جمهوری اسلامی ایران» نشان می دهد عملکرد رسانه ملی در سال های پس از انقلاب اسلامی در خصوص بازنمایی پوشش چادریه عنوان پوشش برتر مورد نظر اسلام قابل دفاع نیست شاکری نژاد (۱۳۹۷)، در پژوهشی تحت عنوان «بررسی نقش کانال ماهواره ای فارسی زباندر افزایش گرایش دانشجویان دختر به مدهای آرایش و زیبایی» نشان داد بین این کانال های فارسی زبان ماهواره ای و نوع پوشش و آرایش دانشجویان دختر تفاوت چندانی وجود ندارد عبدالرحمانی (۱۳۹۵)، پژوهشی در زمینه نحوه بازنمایی نهاد خانواده در فیلم سینمایی «یک حبه قند» بیانگر آن است که کارگردان با برشمردن تاثیر عناصر مثبت تجدد و سنت بر خانواده ایرانی، نگاهی صرفا اعتقادی نسبت به این دو مقوله را رد می کند اسکندری (۱۳۹۲). وجه تمایز تحقیق حاضر با تحقیقات مذکور آن است که در این پژوهش به نقش رسانه های دیداری- شنیداری در نوع الگوهای کنش متقابل والدین و فرزندان در کانون خانواده پرداخته می شود.

مفهوم شناسی:

.....رسانه: رسانه صنعتی است که محصولات و خدمات اطلاعاتی و سرگرمی را تولید و می فروشد. هرابزار روش و وسیله ای که برای ارتباط به کار می رود، رسانه است. رسانه درجایی شکل می گیرد که پیام (محتوا) وجود داشته باشد و ضمنا مخاطبانی هم درانتظار دریافت آن پیام باشند. روزنامه، میکروفن، شبکه های اجتماعی،

رادیو و تلویزیون همگی ابزارهای رسانه ای هستند و می توانند نقش بستر ارتباطی را ایفا کنند. رسانه در معنای عام بررّوش یا ابزار فنی یا مادی تغییر شکل پیام به علامتی دلالت دارد که مناسب انتقال از یک مجرای معین است. در معنای محدودتر، به واسطه مادی انتقال علایم دلالت می کند. از آنجا که تولید پیام واکنشی به پیام مخاطب است تنوع مخاطبان انسانی و نیازهای متفاوت آنان، استفاده های متفاوتی از رسانه ها و اطلاعات رسانه ای را ایجاب می کند. تاریخ رسانه (چاپ) تقریباً از قرن ۱۸ به بعد شکل میگیرد که هم متاثر و هم تاثیرگذار بر ساخت قدرت می شود. شکل گیری رسانه ها منبعث از نیازهای گوناگون و تفاوت های فراوان مخاطبان است و در آغاز سیر تکاملی رسانه روزنامه های چاپی قرار دارند که در روند تکاملی این اطلاع رسانی به امواج تسری پیدا می کند. امروزه در فضای به وجود آمده از تهدیدات ارتباطی مخاطب با هزاران طول موج رادیویی، امواج دیجیتالی، فیبرنوری، سیگنال های متفاوت فناوری های جامعه شبکه ای، چندرسانه ها، تلفن های همراه نسل اول و دوم، تلفن های سلولی، اینترنت امواج ماهواره ای دیجیتالی فرستنده های مینیاتوری و فناوری های نوین در عملیات روانی مواجه است. بهره گیری از مدرن ترین تجهیزات پوشش رسانه ای به منظور پخش زنده جنگ و نمایش صحنه های حملات شبانه برای بینندگان، استفاده تروریست ها از رسانه به منظور اجرای مقاصد خود با تهیه و پخش فیلم، پخش پیام ها با هدف تاثیرگذاری بر افکار عمومی و تصمیم سازی جز اقدامات و کارکردهای جدید رسانه ها در آغاز قرن ۲۱ به شمار می رود. امروزه رسانه در ارتباطات سیاسی و فرهنگی نقش موثری دارد و جزئی از پدیده جهانی سازی و علامت بارز زندگی امروزی است (رستمیان، محمد، پایگاه بصیرت)

.....کنش: کنش معمولاً به آن قسم از فعل های آدمی اطلاق می شود که با قصد و نیت انجام پذیرد و انسان انتظار دارد که پس از انجام آن به هدفی خاص دست یابد. کنش عبارت از تمام رفتارهای انسانی که در آن فرد کنشگر معنای ذهنی به رفتارش نسبت می دهد. کنش در این معنا ممکن است مشهود یا صرفاً درونی یا ذهنی باشد، ممکن است شامل مداخله مثبت در یک موقعیت یا خودداری عمدی از چنین مداخله ای یا پذیرش منفعلانه وضعیت باشد. آگاهانه بودن، ارادی بودن، هدف دار بودن، معنادار بودن و تناسب داشتن با موقعیت های زمانی، مکانی و اجتماعی از ویژگی های کنش است. نکته ای که لازم است گفته شود این است

که کنش با رفتار یکی نیست. رفتار و کنش هردو متضمن آن چیزی اند که افراد برمبنای روزانه انجام می دهند. با وجود این، رفتار بدون فکر یا فکر کم روی می دهد، حال آنکه کنش نتیجه فرایندهای آگاهانه است (جامعه اندیشکده ها، ۱۴۰۱)

تقسیم بندی رسانه:

.....رسانه های جمعی در انواع گوناگون دیداری (گروه های ماهواره ای سینما، تلویزیون، هنرهای نمایشی و تجسمی، خبرگزاری ها، بازی های رایانه ای، فرستنده های پرتابل) شنیداری (رادیو با موج های کوتاه، بلند و دربرگیرنده موسیقی، آهنگ) نوشتاری (کتب نشریات، روزنامه، شب نامه، اعلامیه و اوراق تبلیغی) ارتباطی (تلفن بیسیم، فکس، تلکس، تلگراف) الکترونیکی (اینترنت، تلفن همراه) از دیدگاه های مختلف در تقسیمات متفاوتی دسته بندی می شوند. در این پژوهش رسانه به معنای دیداری، شنیداری-پخش (تلویزیون، ماهواره، سینما،) به کار می رود

تاثیر رسانه بر خانواده:

.....خانواده به عنوان نهادی مقدس در نظام اجتماعی و بنیاد و پایه ساخته شدن جامعه، مانند سایر عرصه ها تحت تاثیر رسانه قرار دارد و خانواده ها در زمینه های مختلف از رسانه ها الگو برداری می کنند (تمیز کار و مهدوی کنی، ۱۳۹۹، ص ۱۴۵). این امر موجب شده است خانواده دچار دگرگونی های اساسی شود و به شکل قابل توجهی تحت تاثیر رسانه ها قرار بگیرد. این الگو برداری ها گاه به صورت مثبت در قالب افزایش اطلاعات اعضای خانواده درباره نحو برخورد مسالمت آمیز با یکدیگر و آگاهی های مختلف برای والدین است و گاه به صورت منفی در قالب کامل گرایی، خشونت های خانگی، ترویج خیانت، و در نهایت طلاق جلوه می کند (نقشبندی و همکاران، ۱۴۰۱، ص ۲۵۰).

های نشاط، بالندگی، نوحواهی، سرکشی وناپختگی فکری محلی مستعد برای تاخت وتاز شبهات و اندیشه های جدید و پر زرق وبرق است. (صابری، ۱۳۸۹)

.....جوانان به واسطه زندگی در خانواده ها اهمیت ویژه ای دارند، زیرا تخریب و منحرف کردن یک جوان در یک خانواده، یعنی تخریب و کاهش قدرت آن خانواده. خانواده هایی که به سادگی امکان استفاده از هر نوع رسانه را برای فرزندان خود فراهم می کنند و بدون نظارت بر آن در اختیار فرزندان قرار می دهند درواقع زمینه ی بیشتری را برای انحراف آنها و فروپاشی نظام خانواده خود ایجاد کرده اند. (رضوان زاده، ۱۳۸۷)

راهکارهای مقابله با هجمه های رسانه ای علیه کنش متقابل والدین وفرزندان:

.....خانواده اولین و مهم ترین نهاد وگروه جتماعی است که انسان همواره از آن تاثیر می پذیرد. هنگامی که رسانه ها تحکیم خانواده را درمرکز سیاست های خود قرار دهند و از نظرات صاحب نظران دینی برای تولید برنامه ها استفاده کنند، و خانواده نیز با حساسیت بهرمندی درست از این ابزار را بیاموزد می توان شاهد آن بود که هویت دینی و سبک زندگی اسلامی تحقق پیدا کند و مسائل ضد اخلاقی و اجتماعی کاهش یابند. باید توجه داشته باشیم که کودکان همانند یک نوارخالی و کاملاً منفعلانه پیام های رسانه ای را دریافت نمی کنند، بلکه آنها فعالانه پیام هارا به اطلاعاتی تبدیل می کنند که در ساختار شناختی شان قابل جذب باشد، یعنی در هنگام تماشای رسانه هر دو فرایند جذب و انطباق پیوسته فعالند، این فرایند انتقال یک جریان پیچیده پردازش اطلاعات است. از طرفی والدین با تاثیرگذاری بر نظام شناختی و هیجانی کودک می توانند تاثیرات رسانه را برکودکان مهار کنند. والدین می توانند با اعمال محدودیت برای مصرف رسانه ای کودکان خود ساعات خاصی را برای استفاده آنها از تلویزیون تعیین کنند و تماشای موارد خاصی را ممنوع کنند و هنگام پخش صحنه های نامناسب کانال را تغییر دهند یا تلویزیون را خاموش کنند. چون تاثیر پذیری فرزندان در سنین پایین به صورت نا محسوس و سریع اتفاق می افتد، کنترل فرزندان در سنین کودکی می تواند از بروز مشکلات بیشتر در سنین نوجوانی و جوانی جلوگیری کند. اولین محیطی که فرزندان به انجام کنش در آن

می پردازند خانواده است، بیشترین نمود تاثیرات رسانه هم در کانون خانواده شکل می گیرد و در موارد بسیاری آموزه های رسانه ای با هنجار های خانواده و نوع کنش متقابل والدین و فرزندان سازگار نیست. تاثیراتی که رسانه های تحت سلطه غرب بر رفتار افراد می گذارند در اغلب موارد موجب سرد شدن روابط والدین و فرزندان، کمرنگ شدن احترام به والدین و از بین رفتن حرمت ها می شود. و به تدریج روابط بین اعضای خانواده را از هم می گستراند. از این جهت در کانون خانواده که اصلی ترین هدف رسانه هاست باید مراقبت های ویژه ای صورت پذیرد تا به تبع آن جامعه نیز سالم بماند.

.....یکی دیگر از راهکارهای مقابله با تاثیرات رسانه نقد پیام های رسانه ای برای فرزندان است، والدین می توانند در هنگام تماشای رسانه با فرزندان خود همراه باشند و پیامد منفی هر یک از محتواهای رسانه ای را بازگو کنند و به فرزندان آگاهی های لازم را بدهند تا اثر پیام های رسانه ای در ذهن و روان آنها کمتر نفوذ کند. همچنین یکی از مهم ترین راهکارهای کاهش تاثیرات رسانه « سواد رسانه ای » است. سواد رسانه ای نوعی تکنیک عملی و مهارت بسیار ویژه است که در عصر حاضر یکی از مهم ترین آموزش ها در جهان شمرده می شود. سواد رسانه ای به فرد این توانایی را می دهد که تحلیل مناسبی از مطالب منتشر شده در انواع شبکه های رسانه ای را داشته باشد. سواد رسانه ای مانند نوعی تغذیه است، کسی که مهارت خوبی در تحلیل رسانه کسب کرده، می تواند نوع تغذیه دریافتی و رژیم خود را انتخاب کند و تنها در این صورت است که افراد دچار مسمومیت های ذهنی و فکری نمی شوند.

نتیجۀ پژوهش:

.....امروزه رسانه ها عضو جدایی ناپذیر زندگی بشر شده اند از این رو همواره از اهمیت فراوانی برخوردارند و شناخت تاثیرات مخرب آنها در ابعاد مختلف می تواند به انسان در بهره برداری صحیح از انواع رسانه کمک کند. در میان تاثیرات مختلف رسانه ها می توان به نقش رسانه در تعاملات خانوادگی به ویژه کنش متقابل بین والدین و فرزندان اشاره کرد. استفاده بیش از اندازه از رسانه ها موجب دوری اعضای خانواده از هم شده در عین حال بر نوع تعاملات آنها نیز اثر می گذارد و سبب ایجاد ناهنجاری های فرهنگی، اجتماعی می شود.

.....خانواده موثرترین نقش را در سبک زندگی افراد دارد، با بهره مندی از ظرفیت های موجود در روابط بین اعضای خانواده می توان تاثیرات رسانه ای منفی را به طور چشم گیری کاهش داد، هرچه محبت و صمیمیت بین اعضای خانواده بیشتر، و محیط خانه محیطی امن و سالم باشد کانون خانواده از هجمه های رسانه ای حفظ می شود. ضروری است در این خصوص به اندیشه های امام خامنه ای در مقابله با تهدیدات نرم رسانه ها با دیدی عمیق تر نگریست.

.....بدیهی است که نتایج یکباره حاصل نمی شود و نیاز به زمان و پرداخت هزینه دارد، اما با کاهش تاثیرات رسانه ای بر روابط خانوادگی و کنش متقابل والدین و فرزندان می توان از آسیب های بزرگ تر در سطح جامعه نیز جلوگیری کرد.

منابع و مآخذ:

- هفته نامه صبح صادق.
- رستمیان، محمد، پایگاه بصیرت.
- جامعه اندیشکده ها.
- تمیزکار، سعیده و مهدوی کنی، صدیقه، ۱۳۹۹، ضرورت صیانت حقوقی دولت از حریم خصوصی خانواده، مجله مطالعات اسلامی آسیب های اجتماعی.
- نقشبندی، شیما و خواجه نوری، بیژن و عباسی شوازی، محمدتقی، ۱۴۰۱، تبیین رابطه بین مصرف رسانه ای و طلاق عاطفی با تاکید بر محتوای رسانه ها، شیراز، مجله مسائل اجتماعی.
- رازقی، نادر و علیزاده، مهدی و محمدی سنگ چشمه، سمیه، ۱۳۹۶، بررسی جامعه‌شناختی نگرش جوانان نسبت به ازدواج در فضای مجازی، اصفهان، مجله جامعه شناسی کاربردی ایران.
- رشکیانی، مهدی، ۱۳۹۰، بررسی اثرگذاری رسانه های تصویری بر نهاد خانواده، مجله، طوبی.
- رجبی، محمد علی، توانمند سازی زنان در فضای مجازی.
- طباطبایی، ندوشن سیده مریم، ۱۳۹۳، طلوع ماهواره درپناه افول استحکام خانواده.
- سروی زرگر، محمد، ۱۳۹۰، نشانه شناسی نماد خانواده در آگهی های بازرگانی.
- بروجردی علوی، حداد، مهدخت و نسرين، ۱۳۹۱، ارزش اخلاقی ارائه شده در تبلیغات بازرگانی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران، علوم اجتماعی: مطالعات فرهنگ-ارتباطات.
- بصیری، ۱۳۹۳، تصویر زنان در قاب سینما و تلویزیون، ماهنامه فرهنگی هنری اجتماعی پیام زن.
- بوسلیکی، حسن و آذربایجانی، مسعود، ۱۳۹۹، رشد اخلاقی کودکان در کشاکش رسانه و خانواده، قم، فصلنامه علمی، ترویجی بر حوزه اخلاق.
- کریمی فرد، علیمار، ۱۳۸۵، اثرپذیری کودکان از رسانه ای به نام تلویزیون، اصلاح و تربیت.
- رضایی بایندر، احمدی، محمد رضا و ثریا، ۱۳۹۱، تلویزیون در کانون خانواده: نگاهی به اثرگذاری مثبت و منفی تلویزیون بر کارکرد های خانواده، رسانه و خانواده.
- کارلو، گوستاو، ۱۳۸۹، اخلاقیات مبتنی بر نوع دوستی و توجه به دیگران، ترجمه سید رحیم راستی تبار، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- کلاین، استفن، ۱۳۹۳، واسطه گری رسانه: مطالعه ای بر شرایط متغیر داخلی فرهنگ کودکان، ترجمه سعید ایوبی، کودک نوجوان و رسانه.

جوادی، فاطمه و اقبالی، بنفشه، ۱۳۸۶، نظارت والدین بر استفاده کودکان و نوجوانان از رسانه های تصویری، فصلنامه پژوهش و سنجش.

فوقی، سمانه و اقا رب پرست، محمدرضا و باقی، عبدالرضا، ۱۴۰۲، تهاجم فرهنگی وآسیب های آن به بنیاد خانواده ایرانی تحلیل دیدگاه مقام معظم رهبری، شهررضا، خانواده درمانی کاربردی.

صابری، مجید، ۱۳۸۹، انقلاب اسلامی ایران و جنگ رسانه ای، مجله رسالت.

رضوی زاده، سید نورالدین، ۱۳۸۷، بررسی تاثیر مصرف رسانه ها بر سبک زندگی ساکنان تهران، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

انتصاری، آمنه، ۱۳۹۳، رسانه وتأثیرآن در سبک زندگی اسلامی، ماهنامه فرهنگی، هنری و اجتماعی پیام زن.