

اثرات رسانه های جمعی مدرن بر ساختار خانواده

فرزانه کریم بیکی^۱

چکیده

تأثیر گذاری رسانه بر اندیشه و کنش مخاطب از مباحث قدیمی رسانه بوده است و همواره مورد توجه پژوهشگران قرار داشته است. خانواده به عنوان کوچک ترین نهاد موجود در جامعه نقش بسزایی در پیشرفت و تکامل جامعه دارد. در واقع جوامع، فرهنگ ها و تاریخ نشأت گرفته از این نهاد اساسی است و بی شک غفلت از خانواده به معنای دوری بشر از حیات حقیقی خود می باشد. هدف از این پژوهش، اثرات رسانه های جمعی مدرن بر ساختار خانواده است. لذا، رسانه ها نقشی موثر در اجتماعی کردن افراد، هویت یابی و تربیت فرزندان به عهده دارند و با ترویج ارزش هایی همچون فردگرایی، مصرف گرایی افراطی و اشاعه فحشا و بی بندوباری باعث تاثیرات نامطلوبی بر خانواده و جامعه شده است. با توجه به سهم فزاینده رسانه ها در زندگی انسانی معاصر، به ویژه خانواده امروزی، که در نهایت به بسط نفوذ و تأثیر چنین وسایلی بر آن ها منجر خواهد شد. پژوهش حاضر به روش توصیفی، تحلیلی و با استناد از منابع کتابخانه ای تالیف شده است.

کلیدواژه: اثرات، رسانه های جمعی، مدرن، خانواده.

^۱ طلبه سطح دو، حوزه حضرت زهرا (س)

خانواده به عنوان بنیادی ترین و مهم ترین نهاد اجتماعی و انسانی، در شکل گیری و تکمیل هویت افراد و جامعه نقش به سزایی دارد و در طول تاریخ، ارزش و جایگاه بالایی در تربیت و رشد افراد جامعه داشته است. امروزه فروپاشی مرزهای اطلاعاتی، شتاب تحولات و پیشرفت رسانه های جمعی مدرن، تأثیرات عمیق و شگرفی بر جنبه های مختلف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و تربیتی جوامع برجا گذاشته است. همگام با این تحولات، ارزش ها و کارکردهای خانواده نیز دچار دگرگونی هایی شده است. خانواده در گذشته مهم ترین و اصلی ترین نهاد تربیتی و هویت ساز بود؛ در حالی که اکنون با ورود رسانه های جمعی مدرن، رقبایی پدید آمده اند که کارکردهای سنتی خانواده را با چالش روبه رو ساخته اند. رسانه های مدرن جمعی که زمینه جهانی شدن فرهنگ و ارزش های غربی را فراهم آورده، آثار مخربی داشته اند، مانند: تهدید ارزش ها و فرهنگ ملی، رواج فردگرایی، تخریب روابط بین فردی و بین گروهی و سرانجام، تهدید خانواده است. ازاین رو، برای رویارویی با این چالش ها باید ابتدا اثرات رسانه های جمعی مدرن را شناسایی و بررسی کنیم؛ سپس باید با آگاهی بخشی، فرهنگ سازی و آموزش به خانواده ها، روش های استفاده از رسانه های جمعی مدرن را به فرزندان و والدین آموزش دهیم تا خانواده ها با آگاهی از قابلیت ها و توانایی های فرهنگ خود و تأثیرات رسانه های جمعی مدرن، کمتر دچار آسیب شوند. در پیشینه این پژوهش، مقالاتی در ارتباط با این موضوع نگاشته شده است و هرکدام از این پژوهش ها به یک بحث در ارتباط با موضوع پرداخته اند از جمله در مقاله: اثرات رسانه های جمعی مدرن بر ساختار و روابط خانواده، مولف: سیده سمیه حسینی، ۱۳۹۳ در این مقاله به بررسی اثرات رسانه های جمعی مدرن بر ساختار و روابط خانواده پرداخته است. در مقاله: تحلیل کیفی و کمی تاثیر شبکه های اجتماعی مجازی در ساختار خانواده، مولف: علی فلاحتی، ۱۳۹۵ در این مقاله به بررسی تاثیر گسترش روز افزون استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر ساختار خانواده پرداخته شده است. در مقاله: آثار رسانه های جمعی مدرن بر روابط خانواده، مولف: مصطفی باقری و دیگران، ۱۳۹۴ در این مقاله به بررسی آثار رسانه های جمعی مدرن بر روابط خانواده پرداخته شده است. هدف از این مقاله، اثرات رسانه های جمعی مدرن بر ساختار خانواده است. ولی در این مقاله حاضر سعی بر آن شده است به اثرات رسانه های جمعی مدرن بر ساختار خانواده پرداخته شود. بر این اساس ما در این پژوهش درصدد پاسخ به سؤالی هستیم که بیانگر و روشن کننده این تحقیق باشد از جمله:

۱- اثرات رسانه های جمعی مدرن بر ساختار خانواده چیست؟

۱- مفهوم شناسی

پیش از پرداختن به بحث های اصلی لازم است کلمات کلیدی و تأثیرگذار را که در این پژوهش مطرح است مورد بررسی لغوی و اصطلاحی قرار داده شود تا با روشن شدن مفاهیم آنها، تبیین هرچه بیشتر بحث ممکن شود.

۱-۱- خانواده

خانواده در لغت به معنای سپر آهنین است و برای مرد نیروی مطمئن می باشد (سالاری فرد، نظام خانواده در اسلام، ص ۱) و در جای دیگر خانواده به معنای عشیر و خاندان او است چراکه با ایشان قدرتمند می شود. (سالاری فرد، نظام خانواده در اسلام، ص ۱). بنابراین نظریه خانواده تنها در حوزه و قلمرو فرزندان و خانواده مرد نیست بلکه شامل نزدیکان و خویشاوندان او که با آنها قدرتمند می شود نیز می باشد.

در اصطلاح خانواده به کوچک ترین نهاد اجتماعی است که از ازدواج شرعی زن و مرد حاصل می شود و با فرزند تکمیل می یابد که پس از ازدواج حقوق متقابل جدیدی بین افراد این نهاد شکل می گیرد. (جلالی، خانواده تراز در اندیشه اسلامی، ص ۱۲). بنابراین تعریف خانواده شامل زن و شوهر، فرزندان و خویشاوندان ایشان است و با این معنا همسویی دارد؛ اسلام برای تمام افراد در مقابل خانواده، قوانین و سنت های خاص اعم از حقوق و وظایف تربیتی وضع کرده است و ایشان را ملزم به انجام آنها ساخته است. (سالاری فرد، نظام خانواده در اسلام، ص ۲).

۱-۲- رسانه

رسانه، به وسایل انتقال پیام ها از فرستنده به مخاطب گفته می شود که مانند روزنامه، کتاب، رادیو، تلویزیون، ماهواره، تکنولوژی های نوین ارتباطات و اطلاعات و اینترنت می باشد. البته ویژگی های این وسایل عبارت اند از: پیام گیران ناآشنا، سرعت عمل زیاد و تکثیر پیام. (دادگران، ۱۳۸۴، مبانی ارتباط جمعی، ص ۶)

در حال حاضر رسانه، تعریف گسترده ای پیدا کرده است؛ چون رسانه مانند گذشته فقط به تلویزیون، رادیو، روزنامه، مجله و کتاب گنجانده نیست. امروزه رسانه های گروهی به سبب فراوان بودنشان به رسانه های فردی تبدیل شده اند و به صورت جبهه بزرگ فرهنگی درآمده اند.

۲- رسانه های جمعی مدرن و مبانی آن

تکنولوژی، تمامی دانش ها، محصولات، ابزار، روش ها و سیستم هایی است که به کار گرفته می شوند تا محصول یا خدمتی عرضه شود. تکنولوژی، فرآیند انتقال و تبدیل منابع به محصول از طریق دانش، تجربه، اطلاعات و ابزار است. (کریمیان، ۱۳۸۹، ص ۱۴) منظور از فن آوری مدرن در این بحث، فن آوری ای است که در دوره مدرن و با انقلاب صنعتی در غرب شکل گرفت و بر انسان سلطه یافت و با فن آوری سنتی که در اختیار انسان قرار داشت و با روح و روان وی در ارتباط بود، کاملاً متمایز است.

۳- اثرات رسانه های جمعی مدرن بر ساختار خانواده

رسانه های جمعی مدرن یکی از اجزا و عناصر مدرنیته غربی است. مدرنیته به عنوان یک ایدئولوژی غربی، دارای اثراتی است که به برخی از آنها در اینجا اشاره شده است که عبارت اند از:

۱- جایگزینی ارزش های دینی خانواده ها با فرهنگ و ارزش های غربی

در فرهنگ مدرن، ارزش های معنوی و دینی، دگرگون و ارزش های مدرن جای گزین آنها می شود. پی آمد این دگرگونی، غیراخلاقی و غیردینی شدن جوامع است. بی اعتباری تدریجی هنجارها، اصول اخلاقی و اعتقادات مذهبی، با سقوط خانواده و کم ارزش شدن آن همراه است.

حمید مولانا در این باره نوشته است: «مسئله اصلی در جریان رواج فن آوری های مدرن، ایدئولوژی یا ارزش های نهفته در توسعه و زیرساخت این فن آوری ها و استفاده های سیاسی، فرهنگی و اقتصادی از آنهاست. به عبارت دیگر، بزرگراه های اطلاعاتی و ارتباطی، بی طرف و خالی از ارزش های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی نیستند اهداف اصلی توسعه جهانی این گونه نظام های صنایع فرهنگی و اطلاعاتی که مخصوصاً با بازاریابی و روش های اقتصادی همراه هستند، این روزها دقیقاً مورد مطالعه و تحقیق قرار گرفته و آگاهی از آنها، شرط اول و لازم در هر گونه برنامه ریزی ملی است». (مولانا، ۱۳۸۰، ص ۲۱۵)

با ورود رسانه های جمعی مدرن، خانواده ها تحت تأثیر ارزش های آن قرار می گیرند؛ فضای امن و صمیمی خانواده با نادیده گرفتن ارزش ها و باید ها و نبایدهای دینی و اخلاقی، از بین می رود و کانون ثبات و آرامش گذشته، به فضای پر اضطراب و بی ثبات و نامناسب برای رشد و تربیت اخلاقی و دینی فرزندان تبدیل می شود.

فن آوری های رسانه ای، خانواده را به فضایی برای فعالیت های شخصی و فردی تبدیل می کنند که فردگرایی، لذت طلبی، و حاکمیت اکثریت به مفهوم غربی که از برجسته ترین خصایص و عناصر مدرنیسم است بر آن چیره می شود.

در چنین جوامعی، خانواده ارزش و جایگاه خود را از دست می دهد و دچار انواع انحراف ها و ناهنجاری ها می شود. از سویی، تخصص گرایی، تلاش برای دست یافتن به موقعیت اجتماعی بهتر و تمایل به کارایی و سودآوری بیشتر، زن و مرد را به رقابت های ناسالم سوق می دهد و روابط اعضای خانواده را سرد و بی ثبات می کند. (یاوری، ۱۴۰۱/۲/۳۱)

۲-۳- فردگرایی در خانواده

یکی از ارزش های فرهنگ مدرن، فردگرایی است که از جنبه های گوناگون، زندگی اجتماعی انسان را تحت تأثیر قرار داده است. پیامد فردگرایی، احساس بی معنایی و کمرنگ شدن ارزش های اخلاقی و اجتماعی است. توجه و تمرکز بر فرد و تمایلات او در فرهنگ مدرنیته، او را از زندگی گروهی و خانوادگی دور می گرداند و خودبینی ایجاد می کند. (گیوی، ۱۳۸۱، ص ۱۷۱ - ۲۰۲)

فردگرایی، روابط درون خانواده را تحت تأثیر قرار می دهد و با تقویت گرایش های فردی، حقوق و مصالح فردی بر حقوق و مصالح خانواده تقدم می یابد. یکی از ویژگی های خانواده، به عنوان نهادی اجتماعی، مقدم بودن فرهنگ جمع گرایی بر خواسته های فردی است. فن آوری مدرن، رابطه افراد با یکدیگر و ارتباط کلامی و عاطفی اعضای خانواده را محدود می سازد. در نتیجه، فردگرایی افراطی را گسترش می دهد، زندگی جمعی در نهاد خانواده را تضعیف، و انسجام و هم بستگی خانواده را نابود می کند. (یاوری، ۱۴۰۱/۲/۳۱)

۳-۳- ترویج مادی گرایی و کمرنگ شدن معنویت در خانواده

گرایش به رفاه افراطی، از پی آمدهای فن آوری مدرن و فرهنگ مدرنیته است که کانون خانواده را از عواطف و احساسات معنوی دور کرده و به دل مشغولی های مادی و دنیوی سرگرم ساخته است. زمانی که ارزش ها، نگرش ها و باورهای حاکم بر روابط افراد خانواده بر اساس گرایش های مادی باشد، لذت طلبی و سودطلبی، روابط انسانی را از معنویت تهی می کند. تغییر ارزش های معنوی و اعتقادی، سبب تغییر نگرش خانواده ها و فرزندان

بازی های کامپیوتری، به شکل اعتیادآوری ارتباط فرد با دنیای بیرون را قطع می کند و او را از امور پیرامونش، غافل می سازد.

برقراری ارتباط و دادن پیام از طریق تلفن های همراه نیز سبب می شود افراد برای ارتباط با یکدیگر، نیازی به دیدار و گفت وگوهای طولانی و صمیمانه با هم نداشته باشند و از طریق رسانه های جمعی اطلاعات و رسانه های ارتباطات، پیام ها و اطلاعات خود را در جملات کوتاه و سرد و بدون حاشیه ارسال کنند. این امر روابط را سرد، و به تدریج افراد را از یکدیگر دور می سازد و منزوی شدن آنها را در پی خواهد داشت. شرکت در گروه و اجتماع، در رشد اجتماعی نقش مؤثری ایفا می کند و یکی از عوامل موفقیت افراد است که باید از سنین پایین، در خانواده به فرد آموخته شود. (یاوری، ۱۴۰۱/۲/۳۱)

۴. کاهش نوآوری و خلاقیت فرزندان

در خانواده ای که فرصت بازی و تفریحات سالم از بین برود یا در مسیر نادرست قرار گیرد، والدین با استعدادهای فرزندان شان آشنا نمی شوند و نمی توانند آنان را برای تعیین مسیر زندگی و پیشرفت، آماده و راهنمایی کنند. در حالی که یکی از تکالیف والدین، کوشش در رشد و پرورش استعدادهای فرزندان در حد امکان و توانایی است. زمانی که فرزندان در خانواده برای گذراندن اوقات فراغت به اینترنت و بازی های کامپیوتری و سینماها، روی آورند، نیروی تفکر و نوآوری آنان شکوفا نمی شود. (یاوری، ۱۴۰۱/۲/۳۱)

۵. نبود تمرکز در تربیت فرزندان

در گذشته، تربیت فرزندان در خانواده متمرکز بود و خانواده ها فرزندان را بر اساس ارزش ها و باورهای مورد قبول خود تربیت می کردند، اما امروزه با وجود رسانه ها، خانواده ها نقش خود را در تربیت فرزندان، تا اندازه زیادی از دست داده اند؛ چنان که دنیای کودک را رسانه های مختلف احاطه کرده و فرصت تربیت را از والدین گرفته اند. در نتیجه، خانواده ها دیگر نمی توانند بر اساس نظام فکری، اعتقادی خود، فرزندان شان را تربیت کنند. به بیان دیگر، رسانه ها جایگزین والدین می شوند و ابتکار عمل را در پرورش همه جانبه فرزندان به دست می گیرند؛ آن گونه که اقتصاد، بازار، سود و تجارت می خواهد. (پستمن، ۱۳۸۴، ص ۵۹) در این وضعیت، کودکان

طبق ارزش ها و باورهای حاکم بر خانواده رشد نمی کنند و از همان کودکی، بین آنها و والدینشان اختلاف و فاصله به وجود می آید.

۶. کاهش کنترل و نظارت بر رفتارهای فرزندان

رسانه های جمعی مدرن، نظارت و کنترل خانواده ها بر فرزندان را کاهش، و آزادی فرزندان را افزایش داده است. با وجود چنین رسانه هایی، روابط و رفتارهای افراد خانواده، دور از چشم دیگران خواهد بود. فرزندان بدون اطلاع والدین و بی هیچ محدودیت و واهمه ای، با افراد مختلفی ارتباط برقرار می کنند. در نتیجه، والدین به عنوان سرپرست و بزرگ تر که باید مراقب فرزندانشان باشند، دیگر از عهده این کار برنمی آیند. امروزه با وجود رسانه های مدرن، کنترل اخلاق و رفتار فرزندان برای والدین دشوار شده است. در گذشته، والدین در قبال رفتارها و روابط فرزندان احساس مسئولیت می کردند، بر رفتار آنان به آسانی نظارت داشتند و آنها را راهنمایی یا از مسائلی منع می کردند. امروزه با وجود ابزارهای نوین رسانه ای، فرزندان به ندرت کنترل می شوند. برای مثال، وقتی کودکان و نوجوانان، به ویژه در جامعه ما از تلفن همراه استفاده می کنند و یا در اتاق خود کامپیوتر و تلویزیون در اختیار دارند، چگونه ممکن است پیام ها و گفت وگوهای آنان یا استفاده آنها از رسانه را کنترل کرد؟ حجم بالای اطلاعات گسترده و بیشتر ناکارآمد و غیراخلاقی در رسانه ها، امروزه وظایف خانواده را در کنترل فرزندان در عرصه رسانه سنگین کرده است و خانواده بر خلاف گذشته، اکنون قدرت چندانی در کنترل اطلاعات ندارد. تلویزیون، اینترنت و ماهواره، اطلاعات را در برابر نسل جوان می گسترانند و فرزندان به راحتی می توانند به هر نوع اطلاعاتی دست یابند. (پستمن، پیشین) این مشکل را از دو جنبه می توان بررسی کرد: اول اینکه رسانه های جمعی مدرن با ماهیت و ویژگی ای که دارند، غیرقابل کنترل هستند؛ دوم اینکه ارزش ها و نگرش هایی را که با خود به همراه می آورند، چنان که پیش از این گفته شد، جایگاه والدین را به عنوان سرپرست خانواده از بین برده است و فرزندان را دارای جایگاهی برابر با والدین جلوه می دهند. (یاوری، ۱۴۰۱/۲/۳۱)

در این مقاله به آنچه که گفته شد به این نتیجه دست یافتیم که رسانه های جمعی مدرن، پدیده ای خنثی و بی طرف نیست، بلکه نماینده مدرنیته غرب است که ایدئولوژی و ارزش های نظام سرمایه داری و فرهنگ غرب را با خود به همراه دارد و با هدف جهانی سازی و فراگیر کردن اندیشه غرب، در پی تغییر فرهنگ و تمدن های دیگر است. لذا خانواده که مهم ترین رکن نظام اجتماعی است، در جامعه ما بر پایه ارزش ها و باورهای سنتی و دینی شکل گرفته و کارکردها و ساختار آن را مشخص و نهادینه ساخته است. از این رو، رسانه های جمعی مدرن تأثیرات متنوع و پیچیده ای بر ساختار روابط خانواده دارند. در حالی که آن ها می توانند فرصت هایی برای تقویت ارتباطات و آگاهی فرهنگی فراهم کنند، اما در عین حال ممکن است چالش هایی را نیز به همراه داشته باشند که نیاز به توجه و مدیریت دارند. برای حفظ و تقویت روابط خانوادگی، لازم است خانواده ها به نحوه استفاده از رسانه ها توجه داشته باشند و توازن مناسبی بین زندگی آنلاین و حضوری برقرار کنند.

پیشنهادهای

۱. آموزش خانواده ها برای استفاده از رسانه های جمعی مدرن و دادن اطلاعات لازم به آنان درباره آسیب ها و چالش های پیش رو.

همان طور که مزایا و فواید رسانه های جمعی مدرن، دیدنی و چشم گیر، اما آسیب ها و چالش های آنها پنهان و خاموش است. البته مراکز پژوهشی در این زمینه نقش بسزایی دارند و می توانند معایب و تأثیرات رسانه های جمعی مدرن را بررسی و مطالعه کنند تا نهادهای آموزشی و رسانه ملی از نتایج بررسی های آنها بهره گیرند.

از آنجا که رسانه ها دارای کارکردهای اطلاع رسانی و آگاهی بخشی هستند، در این زمینه مؤثرترین ابزار به شمار می روند. «نهاد رسانه به کار تولید، بازتولید و توزیع معرفت به معنای وسیع آن، یعنی نمادهایی یا مرجع هایی معنی دار و قابل تجربه در جهان اجتماعی اشتغال دارد. این معرفت، ما را توانا می سازد تا به تجربه خود معنا ببخشیم، به دریافت های ما از این تجربه نظم و نسق می دهد و ما را یاری می کند تا معرفت های گذشته را محفوظ نگه داریم و به درک امروزین خود استمرار ببخشیم» (مک کوئیل، ۱۳۸۲: ۱۴۰)

۲. تقویت ارزش ها، باورها و اعتقادات دینی و معنوی در خانواده ها: با توجه به کارکرد فرهنگ سازی رسانه ها، این کار مهم نیز به کمک آنها تحقق می یابد. ارائه مدل ها و الگوهای کارآمد از خانواده دینی و زمینه سازی برای رشد اخلاقی و معنوی خانواده ها، از این راه امکان پذیر است.

- ۱- پاستر، م، ۱۳۷۸. عصر دوم رسانه ها، ترجمه: غلامحسین صالحیار. تهران: مؤسسه ایران.
 - ۲- پستمن، ن، ۱۳۷۳. تکنوپولی، تسلیم فرهنگ به تکنولوژی، ترجمه: صادق طباطبایی. تهران: اطلاعات.
 - ۳- _____، ۱۳۸۴. زندگی در عیش، مردن در خوشی، ترجمه: صادق طباطبایی. تهران: اطلاعات.
 - ۴- جلالی، م، ۱۴۰۱، خانواده تراز در اندیشه اسلامی، نشر: امتداد حکمت، چاپ: اول، ۱۴۰۱.
 - ۵- دادگران، سیدمحمد. ۱۳۸۴. مبانی ارتباط جمعی، تهران: نشر مروارید و فیروزه.
 - ۶- سالاری فرد، م، ۱۳۹۵، نظام خانواده در اسلام، نشر: هاجر، ۱۳۹۵.
 - ۷- صادقی گیوی، ف، ۱۳۸۱، اخلاق اصالت، نشریه حوزه و دانشگاه.
 - ۸- فیروزآبادی، م، ۱۴۱۵ ق، قاموس للمحیط، ج ۲، نشر: دارالکتب العلمیه، بیروت، ۱۴۱۵ ق.
 - ۹- مک کوئیل، د، ۱۳۸۰. مخاطب شناسی، ترجمه: مهدی منتظر قائم. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
 - ۱۰- مک کوئیل، د، ۱۳۸۲، درآمدی بر نظریه های ارتباطات جمعی. ترجمه: پرویز اجلالی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
 - ۱۱- مولانا، ح، ۱۳۸۰. ظهور و سقوط مدرن، تهران: کتاب صبح.
 - ۱۲- نصری، ع، ۱۳۸۷، علل گرایش به بدبینی و پوچ گرایی، نشریه معارف.
- سایت
- ۱- کریمیان، م، ۱۳۸۹، تکنولوژی و فرهنگ، در سایت www.artbirjand.ir