

بسم الله الرحمن الرحيم



شورای عالی حوزه علمیه قم
مرکز مدیریت حوزه های علمیه خواهران
مدرسه علمیه حضرت ولی عصر (عج)
شهرستان گرمی

موضوع:

بررسی تاثیر رسانه های جهانی بر هویت فرهنگی در جامعه

گروه:

کوثر

استاد راهنما:

خانم فاطمه تاری زاده

پژوهشگران:

زینب جهاننیده - رویا همت زاده - بصیره هاشمی

زمستان ۹۳

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول: کلیات	
مقدمه	۱
بیان مسئله	۳
هدف و ضرورت تحقیق	۳
پرسش یا پرسش های اساسی تحقیق	۴
- سوال اصلی	۴
- سوالات فرعی	۴
پیشینه تحقیق	۴
چهار چوب نظری و فرضیه های تحقیق	۵
- فرضیه ی اصلی	۵
- فرضیه ی فرعی	۵
روش و نوع تحقیق	۵
سر فصل های اصلی تحقیق	۵
کلید واژه	۶

مبانی و مفهوم شناسی رسانه فصل دوم :

تعریف هویت	۸
تعریف رسانه	۸

- جایگاه و اهمیت رسانه ۸
- انواع رسانه 9
- ابعاد رسانه ۹
- ویژگی های نهاد رسانه ای ۱۰
- شیوه ی تأثیر رسانه در تغییر هویت ۱۱
- نظر امام خمینی (قدس سره) در مورد رسانه ۱۲
- نظر آیت الله خامنه ای در مورد رسانه ۱۳

فصل سوم: نقش و کارکرد رسانه در بحران هویت (منفی)

- سست کردن باورها و اعتقادات ۱۷
- سوق دادن به لذت جویی مادی در برابر آرامش خواهی معنوی ۱۷
- ترویج خشونت و وحشیگری ۱۷
- رواج فحشا و بی بندوباری ۱۸
- ایجاد بلوغ زودرس جنسی ۱۹
- ایجاد بدبینی نسبت به فرهنگ و آداب و رسوم خود ۲۰
- از بین بردن قبح ارتباط دختر و پسر؛ حتی تا حد باردار شدن ۲۰
- ایجاد حس رقابت در میان زنان و دختران برای توجه مردان ۲۱
- تشدید گسست های بین نسلی ۲۲
- تضعیف و زیر سوال بردن خط ولایت ۲۲
- رواج فردگرایی و انزواطلبی ۲۲
- معرفی الگوی نا صحیح ۲۳
- ترویج تجمل گرایی و مصرف گرایی ۲۴

ایجاد ترس و رعب ۲۵

فصل چهارم: نقش و کارکرد رسانه در هویت یابی (مثبت)

تفریح و سرگرمی ۲۷

آموزشی ۲۷

رهبری و راهنمایی ۲۸

حفظ وحدت ملی ۲۸

همبستگی اجتماعی ۲۹

جهاد فرهنگی و اخلاقی ۲۹

اطلاع رسانی ۳۰

امید بخشی ۳۱

حفظ استقلال سیاسی و امنیت کشور ۳۱

آشکار سازی وقایع ۳۲

بسیج و تبلیغ ۳۲

ایجاد تداوم و پیوستگی فرهنگی ۳۳

فصل پنجم: راهکارهای رسانه ای برای مقابله با تهاجم رسانه ای

بالا بردن سواد رسانه ای ۳۵

اعتمادسازی رسانه ۳۵

آموزش کارشناس در حوزه ی تولید ۳۷

ساخت ماهواره های اسلامی ۳۷

قرار دادن جایگزین مناسب به جای برنامه های مبتذل ۳۸

گسترش ارتباط با کشورهای مسلمان و استفاده از تولیدات تصویری آن ها ۳۸

بی تردید ، یکی از عوامل مهم و تأثیر گذار در پیچیدگی زندگی گروهی عصر حاضر تنوع در ارتباطات و وجود ابزار و وسایل پیچیده ارتباط عصر جمعی از یک سو و روش ها و شیوه های متنوع برقراری ارتباط از سوی دیگر می باشد ، با وجود آن امام خمینی (قدس سره) با پیامی حکیمانه روحانیون را ملزم به سخنرانی به همان روش سنتی نموده و فرمان دادند که وعاظ چون گذشته بر منبر وعظ نشست و حتی از روضه ی پایان وعظ نیز غافل نباشد . رهبر معظم انقلاب نیز در جمع روحانیون مبلغ بر روضه تأکید داشتند

مبلغان و وعاظ باید بدانند که اولاً : تبلیغ و تبیین ارزش ها منحصر در سخنرانی و موعظه ی شفاهی نیست بلکه مبلغ می تواند از طریق رسانه های نوشتاری ، صوتی و تصویری به تبیین ارزش ها بپردازد و این امر نه تنها ناممکن نیست بلکه با اساره « قید العلم بالکتابه » علما و مبلغان و تبیین کنندگان ارزش های دینی از دیر باز به انتقال ارزش ها پرداخته و هرگاه بهره گیری از رسانه های صوتی و مهیا بود از آن نیز استفاده می نمودند . اما در عین حال نباید تردید داشت که حضور در میان مخاطبان و ارتباط چهره به چهره با آنان ، باوجود رسانه های غول آسا، کارآرایی خود را از دست نداده و به اعتقاد علمای ارتباط شناسی ، کاماترین نوع ارتباط است و تبلیغ سنتی با توجه به ویژگی های یاد شده اش ، نه تنها جایگاه خود را از دست نداده بلکه رسانه های موجود علیرغم گستردگی و فزونی مخاطبانش ، توان مقابله به آن را ندارند چون تأثیر آن ها سطحی و زود گذر است در حالی که تأثیر سخنرانی در میان مردم عمیق تر و ماندگارتر است.^۱

معرفی شخصیت واقعی زن

احترام به شخصیت باطنی و روحی خدا جوی انسان می تواند اصلیتترین منبع توجه برای مورد خطاب قرار گرفتن آن در رسانه باشد و در مورد زن به جای برجسته کردن طنازی ها، کلوزآپ های مکرر و

^۱ - ابولفضل هادی منش، مجله ی یاس ، شماره ۱۱۷، آذر ۹۱، ص ۳۳

اشوه‌گری‌های زنانه، رفتارها و گفتارهای اروتیک؛ بر حیا، عفت، متانت، وقار و... زن تاکید شود. الفت با زنان در فعالیتهای اجتماعی به ویژه رسانه‌ای از دیگر مشکلاتی است که برای کسانی که دغدغه ارزش‌های اسلامی و انقلابی دارند همواره بوده است گروهی به شکل مبنایی با تصویر زن در سینما و تلویزیون مخالف هستند و استفاده از زنان را مفسده انگیز می‌دانند. حال آنکه برای پیروان خط رهبری چنین موضوعاتی نباید اصلاً مطرح باشد. البته در این مسیر نباید افراط و تفریط کرد. نکته مهم‌تر این است که شاخصه‌ها و مولفه‌های اسلامی به طور خاص برای نقش زنان از قبیل عفت، حیا، حجاب و... با توجه به موازین شرع رعایت شود. اولین ویژگی یک هنرمند این است که به حرفی که می‌زند معتقد و باورمند باشد. نباید از جماعتی که دل به ارزش‌های غربی سپرده‌اند توقع داشت، مبلغ ارزش‌های اسلامی و انقلابی ایران باشند، چرا که اصلاً به ارزش‌های اسلامی معتقد نیستند. حال اگر عرصه از افراد معتقد و متدین خالی باشد، بدون شک افرادی در فضای رسانه‌ای ایران وجود دارند که نه تنها قدمی در راستای تبیین درست ارزشهای الهی گام بر نخواهند داشت، بلکه بالعکس نیز عمل خواهند کرد. لذا ضرورت دارد حتی زنان متدین و مومن نیز در این عرصه ورود پیدا کنند. البته نباید ورود زنان به عرصه فعالیتهای رسانه‌ای، اجتماعی و سیاسی بدون ملاحظات و بی‌مهابا انجام شود. بلکه نقش زن در جامعه یک سری شرایطی را دارا می‌باشد. مقام معظم رهبری ورود زنان بر عرصه‌های مختلف اشتغال را امری لازم و ضروری می‌دانند، اما شرایطی را نیز برای آن قائل هستند.^۱

^۱ . اینترنت ، شهین بایندری ،الگوی زن در رسانه از منظر مقام معظم رهبری ، شهرپور ، ۱۳۹۱

نتیجه گیری و پیشنهاد

در این تحقیق که موضوع آن بررسی تاثیر دسانه های جهانی بر هویت فرهنگی در جامعه می باشد سعی شده به سوالات ۱ مفهوم رسانه و هویت، ۲ کارکردهای رسانه در بحران هویت و کارکرد های آن در هویت یابی جامعه پاسخ داده شود بنابر این با مطالعه ی این تحقیق در می یابیم که رسانه ها به دلیل برقراری ارتباط سریع بین نقاط مختلف جهان و تاثیر گذاری شدید و سریعشان نقش به سزایی در هویت یابی و بحران هویت افراد جامعه دارد، همچنین رسانه ها در شرایط کنونی باعث بی نظمی و آشوب در ارزش هایمان شده و با برنامه ریزی و اقدامات بسیار گسترده در عرصه های اعتقادی، اخلاقی، و سیاسی به ویژه با رویکرد خانواده سعی می کنند تا جامعه ی اسلامی را به گنداب فساد که خودشان در آن غرق شده اند بکشانند لذا در این نوشتار که دغدغه ای است در پاسخ به اوضاع و احوال رمانه پیشنهاد می شود که مسئولان و کارکنان صدا و سیما در ساخت و کنترل برنامه های رسانه ای دقت بیشتری داشته باشند و همچنین از خانواده های محترم تقاضا می کنیم با بالا بردن سواد رسانه ای خود و خودداری از نصب ماهواره در منازل شان از آسیب های نشات گرفته از رسانه ها بکاهند.

منابع

- ۱- امانلو حسن ، بشقاب های سمی ، بی جا ، انتشارات معاونت فرهنگی اجتماعی سازمان بسیج مستضعفین ، ۱۳۹۳
- ۲- اسماعیلی دکتر محسن ، رسانه ها و انقلاب اسلامی ، تهران ، ۱۳۸۸
- ۳- انیسی فریبا ، مجله ی پیام زن شماره ی ۲۵۹ ، قم ، ۱۳۹۲
- ۴- بشیر دکتر حسن ، گفتارهایی درباره فرهنگ ، ارتباطات و توسعه ، چاپ اول ، تهران ، انتشارات امام صادق (ع) ، ۱۳۸۸
- ۵- پناهی زهرا ، مجله ی پیوند شماره ی ۳۸۰ ، تهران ، ۱۳۹۰
- ۶- ترکاشوند علی اصغر ، الگوی هنجارهای رسانه ای از دیدگاه رهبران جمهوری اسلامی ایران ، چاپ اول ، تهران ، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع) ، ۱۳۸۸
- ۷- حسن زاده عبدالله ، مجله ی مهیار شماره ی ۲۵ ، قم ، ۱۳۹۲
- ۸- خاکزاد شاها ندشتی سید غلامحسین ، رسانه چیت و چه می کند ؟ خرداد ۱۳۹۱
- ۹- رنجبرشیرازی مصطفی ، مجله ی یاس شماره ی ۸۵ ، قم ، انتشارات شمیم یاس ، ۱۳۸۸
- ۱۰- سقازاده سید محمد و کریم خانی حمزه ، هجوم خاموش ، چاپ هشتم ، قم ، انتشارات عطر یاس ، ۱۳۹۱
- ۱۱- شرف الدین سید حسن ، نقش رسانه های جمعی در انتقال ارزشهای اجتماعی ، شهریور ۱۳۹۱

- ۱۲- صفا تاج مجید ، صهیونیسم و رسانه چاپ دوم ، تهران ، سفیراردهال ، ۱۳۸۸
- ۱۳- ضیایی پرور حمید ، جنگ نرم ویژه جنگ رسانه ای ، چاپ جهادم ، تهران ، انتشارات مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر ، ۱۳۸۸
- ۱۴- عباس آرام مهدی ، نقش و اهمیت رسانه در جامعه ، آبان ۱۳۹۱
- ۱۵- عباسی ولدی محسن ، بشقاب های سفره پشت بام مان ، قم ، انتشارات جامعه الزهراء (علیهاالسلام) ، ۱۳۹۳
- ۱۶- عسگری فاطمه ، امام خمینی (ره) و پیامهای کوتاه تربیتی ، خرداد ، ۱۳۸۶
- ۱۷- فیروزی عباس ، مبانی جنگ نرم و ریشه یابی آن در تهاجم فرهنگی ، چاپ اول انتشارات شکوفه یاس ، قم ، ۱۳۸۹
- ۱۸- کوهی ناصر ، هویت فرهنگی چیست ؟ و مؤلفه هایش کدامند ، بهمن ۱۳۸۹
- ۱۹- مجازی صغری ، تعریف رسانه و انواع آن ، خرداد ۱۳۹۲
- ۲۰- محمدی علی ، جنگ نرم در فضای رسانه ای و سایبری ، زنجان ، انتشارات دانش زنجان ، ۱۳۸۹
- ۲۱- هادی منش ابوالفضل ، مجله ی یاس شماره ی ۹۷ ، قم ، انتشارات شمیم یاس ، ۱۳۹۰
- ۲۲- هادی منش ابوالفضل ، مجله ی یاس شماره ی ۱۱۷ ، قم ، انتشارات شمیم یاس ، ۱۳۹۱
- ۲۳- اینترنت ، شهین بایندری ، الگوی زن در رسانه از منظر مقام معظم رهبری ، شهریور ، ۱۳۹۱