



رسانه و خانواده

در این شماره، ضمن بررسی چگونگی و میزان تاثیرگذاری رسانه بر خانواده و تغییر و تحولات درونی آن، بر این نکته تاکید می‌کنیم که اگرچه، امروزه امپراتوری رسانه ای غرب سعی در استحاله فرهنگی خانواده در جوامع هدف و تبدیل الگوی درونی آن به الگوی مورد نظر را دارد، اما در صورت به کارگیری درست از این ابزار یعنی رسانه توسط نیروها ارزشی، این امکان وجود دارد که معادله فوق، تغییر کرده و این بار فرهنگ و تمدن اسلامی در اصلی‌ترین لایه‌های اجتماعی غرب، نفوذ کرده و تاثیرگذار باشد..

بسم الله الرحمن الرحيم

خانواده هسته اصلی و اولیه هر جامعه و به تبع آن یک فرهنگ و تمدن را تشکیل می‌دهد؛ از این رو هرگونه تغییر در بافت فرهنگی درون خانواده اعم از مثبت و منفی می‌تواند پس از مدت زمان اندکی در ارتقاء و یا نزول فرهنگ کلان جامعه، موثر باشد. خانواده یک نهاد اجتماعی اصلی و مهم است. این نهاد کارکردهای متعدد و مهمی دارد که اگر آنها تضعیف شوند، بنیان خانواده از دست رفته و فرهنگ، عقاید، دین و ارزشهای اخلاقی سست شده و سنتها و آداب از میان می‌روند.

جامعه شناسان، خانواده را به یک هسته سخت تشبیه می‌کنند که به سختی می‌شکند؛ از این رو، در جوامعی که میان فرهنگ خانواده و فرهنگ حاکم بر جامعه تضاد وجود داشته‌باشد، افراد سعی می‌کنند فرهنگ مطلوب خود را در محیط خانواده حفظ کرده و آنرا از دستبرد فرهنگ حاکم بر جامعه محفوظ نگاه دارند.

در این میان گسترش تکنولوژی باعث گردیده است که رسانه به عامل به تعبیری نفوذی نهادهای بیرون از خانواده در حریم خصوصی خانواده تبدیل شده است؛ از این رو می‌توان گفت رسانه‌ها و به ویژه تلویزیون نماینده بیرون خانواده در درون خانواده می‌باشند.

با توجه به مطالب فوق باید گفت اگر رسانه در خدمت خانواده بوده و متناسب با فرهنگ صحیح، فعالیت نماید، می تواند در بالا بردن فهم افراد خانواده از دین، معنویت و سبک صحیح زندگی مؤثر باشد؛ اما اگر فرهنگ حاکم بر رسانه با فرهنگ خانواده در تضاد باشد، خانواده با آسیب‌های جبران ناپذیری مواجه خواهد شد.

مطالعه و تحقیقات صورت گرفته نشان از این مهم دارد که با گسترش فعالیت‌های امپراتوری رسانه‌ای حاکم در سطح جهان، رسانه‌های غربی سعی در نفوذ در کانون خانواده مخصوصاً در کشورهای در حال توسعه و بالاخص جوامع مذهبی داشته و حتی در مواردی توانسته‌اند از طریق ماهواره و اینترنت به حاکمیت مورد نظر خود در خانواده‌ها دست یابند.

آنها مخصوصاً در مواجهه با خانواده‌های مسلمان سعی می‌کنند با ترویج ارزشهای متضاد با فرهنگ اسلامی بنیاد خانواده را در معرض خطر قرار دهند زیرا دریافته‌اند که حفظ ارزشهای دینی محتاج تحکیم اساس خانواده بوده و سست شدن خانواده اساس و پایه سست شدن فرهنگ دینی و اسلامی در سطوح کلان جامعه می‌باشد.

«هربرت شیلر» استاد دانشگاه کالیفرنیا می‌نویسد واژه «امپریالیسم فرهنگی» نشان دهنده نوعی نفوذ اجتماعی است که از طریق آن، کشوری اساس تصورات، ارزش‌ها، معلومات و هنجارهای رفتاری و همچنین روش زندگی خود را به کشورهای دیگر تحمیل می‌کند. بنابراین رسانه‌های مدرن بهترین وسیله در فرایند تضعیف کانون خانواده و به تبع آن ایجاد دگرگونی در یک فرهنگ می‌باشند.

در توضیح باید گفت رسانه‌های مدرن بر دو وجه ایجابی و سلبی عمل می‌کنند. از حیث ایجابی، به توسعه و گسترش جهانی لایه‌های بنیادین اندیشه‌ها و ارزش‌های تمدن غرب (مثل عقلانیت و ارزش‌های سکولاریستی) اقدام کرده و از حیث سلبی، به تحقیر و تخریب ارزش‌ها و اندیشه‌های اسلامی و دینی می‌پردازند (لازم به ذکر است این روش، یکی از اصلی‌ترین راه‌های تاثیرگذاری رسانه‌ای و انجام عملیات روانی می‌باشد و عکس آن، می‌تواند مورد استفاده فعالان رسانه‌ای کشورهای اسلامی برای تاثیر بر جوامع غربی، قرار گیرد یعنی فعالان رسانه‌ای کشورهای اسلامی باید ضمن بی‌پایه و اساس نشان دادن ارزش‌های مادی غرب، به معرفی الگوی جایگزین یعنی اسلام اقدام نمایند)

ویژگی بعدی این نوع رسانه‌ها، پیدایش افرادی است که بیشترین وقت مفید زندگی خود را صرف استفاده از آن می‌کنند. شاید از همین روست که، دغدغه اصلی «جان تیلورگاتو» (John Taylor Gatto) دانش آموزانی است که بیش از حد به رسانه‌های همچون تلویزیون تماشا می‌پردازند. وی معتقد است کودکان و دانش آموزانی که به این رسانه معتاد می‌شوند، غالباً مسئولیت پذیر نیستند؛ دائم باید به آنها تذکر داد و از آنها مراقبت نمود. این کودکان نسبت به یکدیگر، بدخواه و مغرض هستند، بیشتر اوقات در دل‌تنگی و بی‌حوصلی غرقند. آنها فاقد هرگونه هدف پایدار و ثابت هستند بگونه‌ای که به نظر می‌رسد این کودکان با دنیای مجازی سر و کار دارند و با جهان واقعی سر و کار ندارند.

بسیاری از صاحب نظران بر این اعتقادند که با توجه به استعداد شگرفی که ماهواره‌های مورد نظر برای برقراری ارتباط مستقیم با آحاد جامعه خصوصاً خانواده‌ها داشته‌اند، این رسانه‌ها فقط سبب گسترش و تکامل وسایل ارتباطی موجود نیستند، بلکه نوعی جهش ارتباطی ارزیابی می‌شوند که منجر به تجدید ساختهای اجتماعی جامعه هدف به شیوه غرب خواهند شد. به این معنا که به تدریج روابط درونی خانواده مانند روابط والدین و فرزندان و حتی همسران را نیز تحت تاثیر مستقیم قرار می‌دهند تا جایی که بر

ادبیات متدوال و درونی خانواده نیز موثر واقع می‌شوند و همچنین می‌توانند با تأثیرگذاری مستقیم بر مدیریت زمان مخاطبان خود، آنها را با خود همراه ساخته و حتی بر پنهان‌ترین لایه‌های شخصیتی آنها، تأثیر بگذارند.

به عنوان نمونه نتایج تحقیقات یونسکو نشان داده است که بیشترین مخاطبان تلویزیون و برنامه‌های پخش شده از آن در سراسر دنیا کودکان، نوجوانان و جوانان هستند که به مقتضای سن خود بالاترین ضریب تأثیرپذیری را نیز دارا می‌باشند. این تحقیقات حاکی است که هر کودک در طول دوازده سال تحصیلی خود بیش از شش هزار ساعت وقت صرف تماشای تلویزیون می‌کند که با در نظر گرفتن تعطیلات فصلی تقریباً معادل زمانی است که هر بچه در مدرسه به تحصیل اشتغال دارد.

زمانی که آمار فوق را در کنار نوع محتوای ارائه شده به مخاطبان اصلی یعنی کودکان، نوجوانان و جوانان، قرار می‌دهیم، عمق فاجعه بیشتر نمایان می‌گردد.

زیرا در چنین شرایطی رسانه‌های غربی قادر هستند بدون هیچ گونه فیلتر و کنترل، تولیدات فرهنگی خود که اغلب با تمسک و سوء استفاده از نیازهای غریزی و عاطفی نسل جوان همراه می‌باشد بدون هیچ دغدغه‌ای دسترس خانواده‌ها قرار دهند و بدین وسیله، به استحاله فرهنگی خانواده که سر منشاء دگرگونی فرهنگی جامعه می‌باشد، مبادرت نمایند.

در پایان باید گفت این تصور که قدرتهای بزرگ تنها در جهت اهداف انسان دوستانه و فرهنگی اقدام به سرمایه‌گذاری‌های عظیم در گسترش رسانه‌های مختلف و در دسترس قرار دادن نموده‌اند، تنها می‌تواند نشانگر عدم شناخت ماهیت قدرت‌های جهان باشد. در دنیایی که حتی تبادل گندم و نان در آن با اهداف مختلف اقتصادی، فرهنگی و حتی دیپلماتیک همراه است، چگونه می‌توان انتظار داشت که تکنولوژی‌های فوق مدرن رسانه‌ای، بدون هیچ گونه غرض و هدفی، به ارائه اطلاعات بپردازد؟! بدین ترتیب این سؤال اساسی به ذهن متبادر می‌شود که امپراتوری رسانه‌ای امروز در ارائه خدمات خود، چه منافعی را دنبال می‌کند؟ منافعی تجاری؟ فرهنگی؟ اقتصادی؟ سیاسی و....

در پاسخ به این سوالات باید گفت تمامی موارد فوق و حتی اهدافی بالاتر، مسیر اصلی فعالیت‌های رسانه‌ای را تشکیل می‌دهد که در نوشتارهای آتی، به تفصیل به آنها اشاره خواهد شد.

ادامه دارد.....