

## نقش رسانه های جمعی در شکل گیری ارتباط موثر بین خانواده و مدرسه

منصور شفیعی

اداره ی کل آموزش و پرورش استان زنجان، شهرستان خدابنده، منطقه افشار

[mshafieey@yahoo.com](mailto:mshafieey@yahoo.com)

**09371999475**

### چکیده

گسترش روزافزون اجتماعات مجازی در عصر جهانی شدن و همه گیری رسانه های نوین سبب یک جایابی محسوس در مرجع تفکر و شناخت (شناخت شناسی) در بین کاربران فضای مجازی از فرهنگ سنتی خانواده محور به سمت جامعه شبکه محور شده است؛ دیگر همانند گذشته تنها مرجع دانش و شناخت و به تبع آن جامعه پذیری افراد رسانه ها و نظام آموزشی مبتنی بر کتابت و خانواده، ... نیستند، از ویژگیهای مهم دنیای امروز، ظهور و توسعه فراوان رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی و اثرگذاری بر ارتباطات انسانی است. در این میان، رسانه های تصویری بیشترین تأثیر فرهنگی را دارند. یکی از کانون هایی که می تواند از وسایل ارتباط جمعی به ویژه رسانه های تصویری اثر بپذیرد، نهاد ارزشمند خانواده است. و در مجموع رسانه های ارتباطی، خواه برای آموزش و تعلیم، برنامه ریزی شده باشند و خواه نشده باشند، آموزش دهنده اند. زیرا مردم همواره از آن ها تاثیر می پذیرند و می آموزند رسانه ها فراهم آورنده ی دانش و شکل دهنده ی ارزش ها هستند. اگر مستقیماً به کار گرفته شوند، می توانند نگرش ها یا مهارت های خاصی را توسعه دهند. هنگامی که وظایف آموزشی ویژه ای بر عهده ی نظام های ارتباطی خواه عامداً بکار گرفته شوند و خواه بر اساس ماهیت ذاتی خویش عمل کنند، بعنوان نظام های آموزشی موازی برای شهروندان در کنار آموزش مدرسه ای و به ویژه آموزش مادام العمر نقش عمده ای ایفا می کنند و اغلب با آنها بسیار بیشتر و آسانتر ارتباط برقرار می کنند. مقاله حاضر که به شکل مروری و با استناد به منابع کتابخانه ای به جمع آوری اطلاعات پرداخته است بیان می کند که رسانه ها به تصورات افراد از محیط شکل می دهند؛ آنها می توانند با ارائه تصویری زشت و یا زیبا از جامعه میزان اعتماد در بین مخاطبان خود را افزایش و یا کاهش دهند. رسانه ها به شکل گیری الگوهای کنش در بین مخاطبان کمک می کنند. این الگوهای کنش به افراد کمک می کنند تا در موقعیت های مختلف دست به کنش بزنند و این در محیط خانواده و فرزندان اهمیت ویژه دارد.

**واژگان کلیدی:** رسانه های جمعی، شکل گیری، ارتباط موثر، مدرسه، خانواده.

## 1- مقدمه و بیان مساله

در جهان امروز، وسایل ارتباط جمعی با انتقال اطلاعات و شکل دهی افکار عمومی، در توسعه و تغییر فرهنگ و تمدن بشری نقش بزرگی ایفا می کنند، به گونه ای که کمتر حادثه و جریان مهم اجتماعی را می توان یافت که رسانه ها در پیدایش و شکل گیری آن هیچ نقش مهمی ایفا نکرده یا دست کم در گسترش، نشر یا کنترل آن سهمی نداشته باشند. در میان رسانه های جمعی، رادیو و تلویزیون از نظر آموزش غیررسمی و الگوسازی، جایگاه ویژه ای دارند. تلویزیون به دلیل برد گسترده مخاطبان، یکی از بهترین وسایل آموزشی و فرهنگی است که امروزه در اختیار کشورها و جوامع مختلف قرار دارد (بهرامی کمیل، 1398). رسانه ها به عنوان حاملان و منتقل کنندگان پیام، می توانند در ساخت فرهنگ عمومی، باورها و افکار عمومی موثر باشند. رسانه ها در حوزه های گوناگون زندگی نقش اساسی دارند. زندگی بدون رسانه در دنیای امروز قطعاً متصور نیست. زیرا افراد جامعه در جهان در حال گذار، بر اساس خط مشی رسانه ها حرکت می کنند. رسانه ها با عملکردشان می کوشند رفتار صاحبانشان را در افراد جامعه رواج دهند و مسائل اجتماعی مطلوبشان را در مخاطبانانشان متحول کنند. رسانه های گروهی، از عوامل مهم همگرایی یا واگرایی هویت ملی در عصر رسانه ای حاضرند (امیر تیموری، 1397).

رسانه ها در تکوین یا تغییر هویت فردی و جمعی تأثیر شگرف داشته اند؛ زیرا رسانه ها، بافت نمادین زندگی اجتماعی معاصر را تشکیل می دهند. کارکرد رسانه برقراری ارتباطات، برخورد آرا، ایده ها و برداشتهای ذهنی انسان، ایجاد فضای گفت و گو و ساخت افکار عمومی است. رسانه ها ویژه رسانه های دیجیتال با توجه به قابلیت های ویژه خود، یکی از عوامل تسهیل هویت یابی و تقویت آن یا زمینه ساز بحران هویت و بیگانگی افراد از فرهنگ، ارزش ها و باورهای خودند (جوادی یگانه و فروزان و قنبری، 1394). رسانه در شرایط کنونی عامل مهم شکل دهی و جهت دهی، انسجام یا زوال، تحکیم یا تضعیف هویت است. چنانچه گفته شد تمام سعی و تلاش رسانه های جمعی، رسیدن به اهداف و مقاصد است که در عین حال هر کدام به نحوی دارای رنگ و صبغه تربیتی هستند، زیرا این رسانه ها در اموری نظیر رشد شخصیت افراد در ابعاد مختلف، ایجاد ارتباط بین افراد جامعه، کمک به افراد جامعه، کمک به افراد در فرآیند سازگاری با جهان متغیر پیرامون و... دخالت دارند. چرا که به نظر می رسد نظام تعلیم و تربیت بیش از هر زمان دیگری نیاز به تغییرات اساسی و بنیادین دارد. لذا با توجه به تغییر نوع نگرش مخاطبین امرتعلیم و تربیت، خواسته ها و انگیزه های ایشان برای دستیابی به اهداف و آمال، این تغییرات ناگزیر با گذشت زمان خود نمایی خواهد کرد. از طرف دیگر با وجود اندیشه ها و مجموعه های فرهنگی مختلف که از سوی رسانه های غالب جهان بی محابا به حیطه ی آموزش و تربیت هجوم می آورد به نظر می رسد (عیوضی نژاد، 1398)، باید از همین رسانه ها در جهت تحکیم بنیانهای تعلیم و تربیت استفاده کرد تا مهارت های پذیرش حقایق و اتخاذ تصمیمات اجتماعی و خانوادگی معقول و بهنگام را در تفکر و فضای حقیقی جامعه نهادینه ساخت تا با ارتقاء سطح فکری و فرهنگی

خانواده ها، معضلات و مشکلات ناشی از تأثیرات سوء رسانه ها به حداقل رسیده و رفتارها و هنجارهای مثبت بالقوه به فعالیت نزدیک شود و بی شک این امر تنها پوشش کافی اطلاعات و دوری از یک جانبه نگری و تعمیق روش های نوین سالم و کاربردی، استفاده از رسانه ها در امر تعلیم و تربیت میسر خواهد بود. خانواده، یک گروه پویا است. گروه تنها مجموعه ای از افرادی نیست، بلکه نشان دهنده نوع و شکل روابط میان اعضای آن نیز هست. گروه را می توان مجموعه ای از افراد دانست که با برقراری ارتباط با یکدیگر و انجام کار و فعالیت مشترک، هدف مشترکی را نیز دنبال می کنند (معمدندزاد، 1395). در چنین شرایطی باید رسانه ها و تاثیر و قدرت آنها را بپذیریم. والدین باید نقش حاکم بودن و حاکمیت مطلق را کنار بگذارند و نقش رسانه ها را در زمینه تربیت کودکان و نوجوانان بپذیرند ولی نقش نظارتی خود را تقویت کنند. بدون شک تأثیر رسانه ها در آموزش یک امر اجتناب ناپذیر است. همزمان با پیشرفت علم و گسترش جوامع بشری و پراکندگی جمعیت و با توجه به اهمیتی که آموزش در زندگی انسان دارد، هم نیاز و هم میزان استفاده از رسانه های آموزشی و کمک آموزشی افزایش یافته است. امروزه جوامعی موفق هستند که سیستم آموزشی فعال و کارآمدی دارند که در کنار معلمان متخصص و آموزش دیده از تکنولوژی های نوین آموزشی و ارتباطی نیز استفاده می کنند و همانطور که گفته شد رادیو و تلویزیون جزو رسانه هایی هستند که تحولات زیادی را هم در آموزش های رسمی و هم در آموزش های غیر رسمی ایجاد کرده و باعث ارتقاء سطح آموزش گردیده اند. در امر تربیت جوان ها، مسئولیت رسانه ملی بیش از هر نهاد و سازمان فرهنگی دیگر است و اگر دیگر سازمان ها و نهادها نیز نقشی داشته باشند به کمک رسانه ملی کاملاً قابل برطرف شدن است. اگر این نگاه حداکثری را درباره رسالت رسانه ملی لااقل در جامعه خودمان بپذیریم، می توانیم بسیار از کاستی ها را ناشی از کم کاری ها در این رسانه بدانیم. کما اینکه نباید نقش رسانه را در به وجود آمدن فضائل و خوبی های موجود در جامعه ناچیز دانست. به عبارت دیگر، آنها باید به بچه ها مهارت چگونه استفاده کردن از رسانه و تعامل با رسانه ها را یاد بدهند. از این رو در مقاله حاضر به بررسی نقش رسانه های جمعی در شکل گیری ارتباط موثر بین خانواده و مدرسه می پردازیم.

## 2- پیشینه پژوهش

با توجه به ارزش تعلیم و تربیت در نظام هستی و تأثیر آن بر حوزه های مختلف فرهنگی و اجتماعی خانواده ها و جامعه، به نظر می رسد وجود و تعمیم رسانه ها در راستای ایجاد تحول در نظام تعلیم و تربیت، امری انکار ناپذیر و چه بسا ضروری است. چرا که عدم شناخت رسانه ها در کارگیری آنها در مقاطع زمانی مختلف از سوی کودکان و نوجوانان بدون حضور و نظارت مربیان و خانواده ها، بی شک اثرات نامطلوبی را نیز به همراه خواهد داشت که در صورت ساده انگاری و بی توجهی ممکن است در دراز مدت با یک فاجعه ی تربیتی و آموزشی روبرو شویم، اما آنچه که مهم است با توجه به اطلاع رسانی های موجود و شناخت نسبی مسؤلان امر آموزش و تربیت، حوزه ی فعالیت رسانه ها قابل پیش بینی و ارزیابی است. هرچند این

حوزه ها با گسترش ابزارهای ارتباطی نرم افزاری و ماهواره ای، کمی مشکل به نظر می رسد؛ اما آنچه که اهمیت دارد توجه مربیان و معلمان و به خصوص خانواده ها به تأثیر نامطلوب این رسانه ها در کنار خاصیت آموزش دهی و تعلیم فراگیر و گسترده ی علوم مختلف می باشد. در سالهای گذشته رسانه ها بسیار محدود بود ولی با گذشت زمان و پیشرفت علم و تکنولوژی، رسانه ها نیز گسترش یافته و قلمرو وسیعی را تشکیل می دهند. با بررسی پیشینه پژوهش با عنوان نقش مدرسه ، خانواده و رسانه در پیشگیری از آسیب های اجتماعی کودکان و نوجوانان بیان می کند. (مومن آباد و صباحی و دریجانی و دریجانی و صدیقی در سال 1402)، نقش خانواده، مدرسه و رسانه در پیشگیری از آسیب های اجتماعی بر کسی پوشیده نیست ، چرا که خانواده از اساسی ترین نهادهای جامعه است که همه صاحب نظران ریشه تمام ناهنجاریها و کج رویها را در خانواده جست و جو کرده اند. شرط پیشگیری خانواده از آسیب های اجتماعی ، وجود روابط سالم و کارکرد صحیح در میان افراد خانواده است . مدرسه نیز مانند خانواده تنها محل یادگیری، خواندن و نوشتن نیست ، بلکه محل آموزش فرهنگ صحیح ، ارتقاء سطح آگاهی از مهارتهای اجتماعی و نیز آموزش صحیح استفاده از پدیدههای نوین ارتباطی و انطباق پذیری اجتماعی فرد است که می تواند از آسیب های اجتماعی و رفتارهای پر خطر کم کند. همچنین رسانه ها نقش ارزنده ای در آگاهی و معلومات عمومی افراد جامعه دارد؛ اگر چه ناهنجاریها، بی عدالتی ها، بی نظمی ها، تبعیض و ... زمینه ها و علل و عوامل آشکار پدیده های ناراضی و ناهنجاریهای اجتماعی را در جامعه فراهم می آورند، رسانه ها عنصری مهم در فرآیند پیشگیری هستند. همچنین اندوز در سال 1395، در پژوهش خود با عنوان مدیریت رسانه و تأثیر آن بر خانواده سازمان های رسانه ای با توجه به ویژگی های خاص خود مستلزم مدیریتی متفاوت اند. از این رو مدیریت رسانه به عنوان حوزه مطالعه و تحقیق جدید پا به عرصه گذاشته است. وسایل ارتباط جمعی با انتشار اطلاعات آگاهی ها و دانستنی های نوین آموزش رسمی را از انحصار مدارس آموزشگاه ها و دانشگاه ها خارج کرده اند و در پاره ای موارد در کنار تلاش های آموزش گران، معلمان و استادان ، دانستنی های علمی نوین و میراث های آموزش مدارس و دانشگاه ها ، بدون هیچ محدودیت زمانی ، مکانی ، سنی و جنسی آموزش انسان ها را در جامعه بر عهده دارند. رسانه ها تأثیر عمیقی در تعلیم و تربیت دارد ؛ خصوصاً رادیو و تلویزیون یکی از رسانه های ملی تأثیر مهمی در امر تعلیم و تربیت بر عهده دارد. این مقاله برآن است تا با طرح دیدگاه ها و رویکردهای مختلف نسبت به مقوله مدیریت رسانه به بررسی چپستی موضوع بپردازد و ابعاد آن را روشن نماید. ضرورت این امر از آنجا ناشی می شود که به رغم گذشت چندین سال از شکل گیری و راه اندازی مدیریت رسانه به عنوان یک رشته علمی و دانشگاهی هنوز تعریف روشن و مشخصی از آن وجود ندارد و اختلاف نظر بر سر قلمرو آن بسیار است.

### 3- مبانی نظری

انسان در زندگی اجتماعی و در برخورد با غیر خود نیاز شدیدی به ارتباط دارد و تنها از این طریق است که نیاز های فردی و اجتماعی خود را برآورده می کند. انسان از همان آغاز برای برقراری ارتباط و رساندن پیام خود به دیگران شیوه های گوناگونی را به کار برده است. از اشارات، کلمات و اشاره های رمزی اولیه گرفته تا استفاده از پیشرفته ترین و در عین حال پیچیده ترین وسایل ارتباطی مدرن امروزی از قبیل رسانه ها و وسایل ارتباطی که در طول تاریخ دارای سرعت بسیار کند و ناچیز بوده اند و در عصر حاضر تحول چشمگیری یافته اند. پیام هایی که توسط رسانه ها رد و بدل می شود در ابعاد مختلف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، نظامی و فرهنگی ... است مخاطبان این پیام ها افراد و گروه هایی در سطوح مختلف فرهنگی، اقتصادی، و اجتماعی اند که در ابعاد مختلف زندگی اجتماعی در سراسر جهان پراکنده اند. رسانه ها شامل افراد، ابزار - یا موقعیتهایی هستند که بوسیله آنها پیام ارائه می شود. بنابر این تعریف: معلم، کتاب درسی، اسلاید، ناطق، تخته سیاه، فیلم، کامپیوتر و ماهواره همه رسانه خوانده می شوند. تعریف رسانه برای شناخت بیشتر درباره یک موضوع، بهترین و نخستین مرحله، تعریف جامع از موضوع است. از این رو در مقوله رسانه ها ابتدا به تعریف رسانه می پردازیم؛ تا حیطه آن را به طور کامل مشخص نماییم. رسانه اصطلاح فارسی شده واژه لاتین Medium است که جمع آن Media است و منظور از آن گروهی از ابزارها هستند که مورد توجه تعداد کثیری قرار گرفته و از تمدنهای جدید به وجود آمده اند. البته رسانه در این تعریف به طور کامل معرفی نشده است، زیرا چنین ابزارهایی محدود و منحصر به وسایل ارتباط جمعی نیست. از این رو بایستی به تعریفی دقیق تر پرداخت. رسانه به معنی هر وسیله ای است که: فرهنگها و افکار عدهای را انتقال دهد (انجمن ملی برای آموزش جوانان 2012، ...). البته تعریف های خاصی برای انواع رسانه ها نیز ارائه شده است که ما به تعریفی از رسانه تعاملی اشاره می کنیم.

### 4- دسته بندی رسانه ها

طبقه بندی رسانه ها بیشتر بدین دلیل انجام می گیرد که تصور می شود اگر رسانه ای ویژگی خاصی را دارا باشد این رسانه می تواند در خدمت به هدفی قرار گیرد که مستلزم همان ویژگی است. مثلاً یادگیری تکلیفی که مستلزم تمیز دادن اشکال است رسانه ای را که از حس دیدن استفاده می کند، بکار می گیرد یعنی رسانه دیداری (نقش تکنولوژی در آموزش و پرورش - نادر اقبال دوست ص 109). رسانه ها را از چند منظر می توان دسته بندی کرد تا درک بهتری از رسانه و نقش و کارکرد آن ایجاد شود. دایره المعارف بین المللی رسانه و ارتباطات در مداخل خود، رسانه را به دسته های زیر تقسیم کرده است.

- رادیو و پخش برنامه های تلویزیونی بر روی مجموعه آی پاد و پخش کننده های قابل حمل و یا بر روی تلفن های

همراه

- فیلم ها و پخش برنامه های تلویزیون و یا بر روی دی وی دی و شبکه های ماهواره های
- بازی های رایانه ای بر روی رایانه های شخصی، لپ تاپ ها و یا دستی مازولها و بازیهای تعاملی اینترنت
- تلفن ثابت و تلفن همراه
- رایانه های همراه و رایانه های رومیزی
- رسانه های ارتباطی مانند اتاق های گفتگو، تلفن همراه و ایمیل (ادگار، 2008).
- تلویزیون کابلی و تلویزیون شبکه ای .
- سیستمهای ضبط و پخش صدا (دونالد ، 2003).
- اینترنت و تمام خدمات قابل دسترس در اینترنت (وبلاگها، وب سایت های مربوط به سازمانها، نهادها، شرکتها، اشخاص و شرکتها، پادکست و... (رسانه اجتماعی، 2003).

## 5- کارکردهای رسانه

در نظام نو پدید جهانی، ما در عصر رسانه ها زندگی میکنیم؛ عصری که در آن رسانه های گروهی جزو جدایی ناپذیر زندگی ما هستند. رسانه ها با اتخاذ سیاست های متفاوت ارتباطی، توسعه فرهنگی کشورها را آسان می کنند و سرعت می بخشند. کارکرد رسانه ها در عصر ارتباطات، بی شک در همه ابعاد زندگی اجتماعی و فرهنگی جوامع بشری انکار ناپذیر است. امروزه جامعه ای توسعه یافته تلقی می شود که بتواند در کنار توسعه شاخصهای اجتماعی و اقتصادی مانند درآمد سرانه، توزیع ناخالص ملی و نرخ مرگ و میر، بر معیارهای آموزش و اطلاعات و در حقیقت عنصر دانایی اجتماعی تأکید کند. در چنین جامعه ای وسایل نوپدید ارتباط جمعی با تولید و توزیع مطلوب اطلاعات، نقش زیادی در بالابردن آگاهی های گوناگون و ضروری به عهده می گیرند و جامعه را در نیل به تعالی و ترقی همه جانبه یاری می کنند. امروزه کارکردهای سه گانه وسایل ارتباط جمعی (خبری، آموزشی، تبلیغی و سرگرمی) نزد متخصصان امر، کارکردهای شناخته شدهای است، در حالی که قابلیت های وسایل ارتباط جمعی در حوزههایی فراتر از تبلیغ و سرگرمی، نزد بسیاری از برنامه ریزان اجتماعی همچنان به صورت یک رازواره باقی مانده و در پردهای از ابهام قرار دارد (جوادی یگانه و فروزان و قنبری، 1394). رسانه با وجود کارکردهای جاری و مرسوم که برای آن تعریف شده، در تغییر ساختار جامعه، باورهای مردم و نگرش آنها به موضوعات خاص نقشی بسزا دارند. به همین جهت محققان و نویسندگان حوزه رسانه وقتی از رسانه و کارکردهای آن سخن می -گویند، عقیده دارند که تأثیر رسانهها بر کودکان، زیاد و عمدتاً منفی است، زیرا بیشتر گیرندگان پیام منفعل هستند. حتی کودکان را به ظرف خالی تشبیه کردهاند که رسانه ها آنها را با پیامهای خود، آن گونه که می خواهند، پرمی کنند. به عقیده کارشناسان، صاحبان رسانه با بهره گیری از این ابزار



قدرتمند، قصد دارند مخاطبان و به ویژه کودکان و (بولت، 2007). نوجوانان را شست و شوی مغزی دهند. البته همه انواع رسانه ها به یک میزان، از قدرت کافی برای چنین خواسته هایی برخوردار نیستند و آثار همه رسانه ها نیز به یک اندازه، ماندگاری و دوام ندارد. برخی رسانه ها از اثرگذاری سریع و کوتاه مدتی برخوردارند، مانند رسانه های دیداری و شنیداری از جمله تلویزیون، سینما، رادیو و ماهواره ها؛ در حالی که برخی رسانه ها اثرگذاری کندتری دارند، ولی ماندگاری آثار آنها به مراتب بیشتر و عمیق تر است .

## 6- رویکرد رسانه

در تبیین چگونگی اثرگذاری رسانه ها، به نظریه یادگیری بندورا می توان اشاره کرد. در نظریه یادگیری بندورا (1977) بر عواملی چون تقلید، تقویت، تقویت جانشینی، یادگیری اجتماعی و تبادل اجتماعی تأکید شده است. (ملک احمدی، 1391: ج 1: 157). تقویت سه نقش عمده را در یادگیری ایفا می کند: نخست آنکه رسانه می تواند به تقویت رفتار درست کمک کند. دوم اینکه نقش یک مشوق «انگیزشی» را برای تبدیل یادگیری به عملکرد دارد. سوم آنکه آنچه از راه مشاهده آموخته شده است، پنهان باقی می ماند تا اینکه مشاهده کننده، دلیلی برای استفاده از آن بیابد. (معتد نژاد، 1391: 365) مانند معیار عملکردی در مورد اخلاق، والدین معمولاً قواعد اخلاقی را سرمشق کودکان خود قرار می دهند و کودکان، سرانجام آنها را درونی می سازند. پس از آنکه معیارها درونی شدند، تعیین می کنند که کدام رفتارها (یا افکار) نپسندیده یا نشوند. دور شدن از معیارهای اخلاقی سبب ایجاد تحقیر خود می شود که تجربه مطبوعی نیست. بنابراین، فرد بر اساس معیارهای اخلاقی خودش عمل می کند. بندورا می گوید: «انتظار سرزنش از خود برای انجام رفتاری که از معیارهای شخصی عدول می کند، یک منبع انگیزشی فراهم می آورد که در حضور عوامل تحریکی دیگر، رفتار فرد را در چارچوب معیارها نگه می دارد. هیچ تنبیهی به اندازه تحقیر خود زبان بار نیست.» (همان: 371) در واقع، نقش رسانه های گروهی در توسعه فرهنگ باید در حفظ و حراست هر چه بیشتر از هویت دینی و تحکیم مبانی معنوی و اخلاقی خانواده باشد.

## 7- جایگاه رسانه در خانواده امروز

وسایل ارتباط جمعی در هر جامعه ای، فرهنگ ویژه ای را برای مردم آن به وجود می آورد که جای گزین فرهنگ، ایدئولوژی و ارزش های خانواده و جامعه آنها می شود. امروزه پیشرفت های بزرگ در زمینه اطلاع رسانی و ابزارهای رسانه ای و ارتباطی مانند، اینترنت و شبکه های رادیویی و تلویزیونی، روابط انسانی را بیش از هر زمان تحت تأثیر قرار داده است. وحدت و همدلی اعضای خانواده، بر اثر استفاده بیش از حد از تلویزیون، به سبب کاهش روابط و کم شدن زمان گفت و گو، کم رنگ و آسیب پذیر شده است. بدین ترتیب، تلویزیون، در شمار اعضای خانواده های امروزی درآمده است. در میان این رسانه ها، تلویزیون بیش از همه توجه مردم را به خود جلب کرده و جای گزین روابط و زندگی اجتماعی و خانوادگی شده است. اعضای خانواده مدرن، غرق در انبوه اطلاعات است و

رسانه ها با وارد کردن حجم وسیعی از اخبار و اطلاعات به خانه ها، افراد را گیج و سردرگم می سازند. بسیاری از خانواده ها آینده و هویت فرهنگی خود را به دست رسانه ها به ویژه تلویزیون سپرده اند و در این میان، قدرت خلاقیت و فرصت در کنار هم بودن ها را نادیده می گیرند. خانواده ای که در اندیشه استحکام و تقویت بنای خویش است و برای ایجاد صمیمیت و روابط عاطفی گرم میان اعضای خود می کوشد، باید در استفاده از رسانه ها به ویژه تلویزیون، کنترل و نظارت کامل داشته و در اثرپذیری از آنها، میانه رو باشد. رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی، در تغییر هدف ها و باورها و فرهنگ سازی در خانواده های امروزی، نقش و تأثیر بالایی دارند، بنابراین خانواده ها باید مراقب این امر باشند. تأثیر استفاده از وسایل ارتباط جمعی به دلیل شرایط آنها و غربی بودن فرهنگ استفاده از آنها یک مسئله است و تأثیر پیام ها و فرهنگ سازی نامناسبشان مسئله ای دیگر. برای مثال وقت گذراندن زیاد با تلویزیون یک مشکل است و فرهنگی که برنامه های نامناسب تلویزیونی منتقل می کنند مشکلی جدی تر. تأثیر گسترده رسانه ها از آنجاست که افراد، وقت زیادی را در حالی که سراپا چشم و گوش هستند با این رسانه ها می گذرانند و از سوی دیگر، کوچک ترین عنصر صوتی یا تصویری در رسانه، دارای کارکرد بیانی ویژه ای است و تأثیر خاصی بر مخاطب می گذارد ( جوادی یگانه و فروزان و قنبری، 1394). از این تأثیرگذاری عمیق و گسترده می توان برای کاهش اثرهای منفی رسانه بر فرد و خانواده استفاده کرد. به بیان دیگر، خود رسانه ها بهتر از هر عامل دیگری می توانند فرهنگ درست ارتباط با رسانه ها را رواج دهند و ب فرهنگ سازی مثبت، آثار منفی فرهنگی حاصل از این رسانه ها را بی اثر سازند. برای عملی کردن این دو راه کار، نیاز به ساخت برنامه های ویژه نیست، بلکه می توان در قالب برنامه های معمول مثل سریال ها، مسابقه ها و... این فرهنگ را به سادگی و بسیار نامحسوس منتقل کرد. فضاهای پس زمینه ای برنامه ها، به ویژه سریال ها و فیلم ها قابلیت زیادی برای گنجاندن پیام در خود دارند، ولی اغلب آن طور که شایسته است به آنها توجه نمی شود.

## 8- تأثیر رسانه در ناهنجاریهای خانواده

خانواده به عنوان مهمترین نهاد اجتماعی تأثیر فزاینده ای بر ایجاد آسیب های اجتماعی دارد و رسانه نیز به عنوان یک ابزار قدرتمند بر افکار و اندیشه زوجین و روابط آنها با فرزندان موثر واقع می شود. اگرچه رسانه می تواند به صورت مستقیم تمامی آحاد جامعه را تحت تأثیر قرار دهد اما تأثیر مهم آن از طریق اثرگذاری بر نهادهایی چون خانواده است. رسانه از ابزار گوناگونی در زمینه برنامه سازی برخوردار است و می تواند مفاهیم را در قالب های متنوع و جذاب به مخاطب عرضه نماید. در دنیای امروز خانواده با تحولات بزرگی روبرو شده، کاهش تعداد فرزندان، تغییر نقش زن و شوهر و دگرگونی نقش زنان در اجتماع در کنار عوامل اجتماعی دیگر ساختار خانواده را متحول کرده است. این دگرگونی ها تحت تأثیر عوامل متعددی به وقوع پیوسته، که رسانه ها را می توان از جمله موثرترین آنها دانست. پیامد این اثرگذاری را می توان در دو قالب پیامدهای مثبت همچون افزایش سطح آگاهی اعضای خانواده در زمینه های مختلف از جمله موضوعات و مسایل جسمی، روحی و اصلاح رفتار فردی و جمعی و پیامدهای منفی چون افزایش خشونت خانوادگی، طلاق و جرائم اجتماعی مشاهده نمود. رسانه ها می توانند بر موضوعاتی چون تربیت فرزندان و چالشهای درون



خانواده موثر واقع شوند. بررسی پیامدهای رسانه ای در هر یک از این موارد می تواند چشم انداز روشنی از وضعیت و عملکرد آن را نشان دهد. رسانه ها در کشور ما در بسیاری از ماد به اصلاح و افزایش سطح آگاهی خانواده ها کمک کرده و در مواردی خود عامل ایجاد ناهنجاری ها در سطح خانواده بوده اند.

## 9- رسانه، خانواده و تربیت فرزندان

خانواده مهمترین نقش را در تربیت فرزندان به عهده دارد. در واقع باورها و اعتقادات دینی و جامعه پذیری ابتدا در خانواده شکل می گیرد. "از نظر کوئن با صنعتی شدن جوامع، ساخت، کارکردها و اقتدار خانواده دچار دگرگونی عظیمی شده است و مهمترین پیامد گذار از خانواده سنتی به خانواده صنعتی شهری، جانشینی خانواده هسته ای به جای خانواده گسترده بوده است. در نتیجه خانواده نقش خود در تربیت اجتماعی فرزندان را به مدارس و آموزشگاه ها واگذار کرد و می توان گفت روابط سودجویی بجای مهرجویی و منفعت در مقابل اخلاق قرار گرفت و خانواده با کارکردهای گذشته اش به حاشیه رانده شد" (رئوف 1377: 42) "اکنون جوامع غربی به سوی نوعی از خانواده جمعی پیش می روند که ارزش عمده در آن، انعطاف پذیری (Flexibility) است" (کارلسون 1378: 28) در این میان رسانه ها از طریق تأثیرگذاری بر ارتباط منفی بین والدین و فرزندان منشأ تحولات بزرگی در تربیت فرزندان می شوند. نسل جوان امروز در مقایسه با نسل های گذشته کمتر زیر بار ارزشهای دیکته شده توسط خانواده می رود و به طور خلاصه می توان گفت امروزه تنها مدارس و مساجد و سایر نهادهای اجتماعی جایگزین نقش تربیتی فرزندان نشده اند بلکه رسانه نیز نقش مهمی در این میان دارد و فرزندان الگوهای رفتاری خود را در بسیاری موارد از رسانه اخذ می کنند. جای تعجب نیست که هنر پیشگان و بازیگران فیلمها و سریالها بیش از معلمان مدارس و اساتید دانشگاهها بعنوان الگو شناخته می شوند. فقدان یا ضعف کنترل فرزندان در خانواده احتمال بروز ناهنجاریها را افزایش می دهد. ضعف کنترل اجتماعی و کنترل خانوادگی نشان از نابسامانی دارد و فرزند می تواند دست به اقداماتی بزند که موافق عقاید والدین خود نباشد. یکی از دلایل مهم این وضعیت شفاف نبودن روابط اعضای خانواده است) (معمدندزاد، 1391). از سوی دیگر والدین شناخت درستی از شیوه ها و روش های متناسب برای کنترل فرزندان خود پیدا نکرده اند و این امر باعث شده است تا والدین دچار تعارض شدیدی در رفتار خود شوند. بسیاری از والدین در شیوه برخورد با معضلات فرزندان خود شدیداً اظهار عجز میکنند و فرزندان نیز به خوبی از فقدان توانایی والدین خود آگاهی دارند. در اینجا است که باید به نقش فعال و مؤثر رسانه در تربیت فرزندان اشاره کنیم. برنامه هایی که با موضوع مشاوره خانوادگی در رادیو و تلویزیون تولید می شود اغلب راهکارهایی را مطرح می کنند که والدین به کمک آنها بتوانند بر ضعف کنترل خویش غلبه کنند. هنگامی که والدین در انجام مقاصد خویش احساس ناتوانی می کنند اقدام به اعمال کنترل از طریق بکارگیری خشونت می کنند. به عبارت دیگر هنگامی که رسانه ها برخی از کجروی ها را به گونه ای نمایش می دهند که فاعل آنها فردی موفق مطرح می شود، ناهنجار بودن کجروی نیز کم رنگ شده و حتی از بین می رود. نظریه «کنترل» می گوید افراد جز در صورتیکه آموخته باشند مرتکب خلاف نشوند به گونه ای ضد اجتماعی

رفتار خواهند کرد. "روک معتقد است این آموزش نقش مهمی در رفتار فرد دارد و تعیین کننده رفتارهای آتی او نیز خواهد بود(بنت، 1396). فرزندان به این نوع آموزش نیازمندند، اگر محیط خانواده قادر به انجام آن نباشد، این الگوها به شکل دیگری در ذهن آنها جایگزین می گردد. باید توجه داشت که منظور از محیط خانواده تنها نگرش والدین نیست بلکه شیوه رفتار آنها نسبت به یکدیگر عامل مهمی است که فرزندان از آن الگوبرداری می کنند(عیوضی، 1398).

## 10- رسانه های ارتباط جمعی و توسعه فرهنگی

عامل اساسی توسعه فرهنگی را می توان آفرینندگی و نوزائی بر پایه مشارکتهای اجتماعی افراد جامعه دانست . امروزه کمتر کسی تنها رشد اقتصادی – مادی را برای توسعه جامعه کافی می داند. رشد باید در جهت برآوردن کلیه نیازها و خواستههای افراد جامعه باشد. هدف رشد و توسعه فرهنگی باید این باشد که افراد را برای مواجهه با دگرگونی سریع تکنولوژی و نظام اقتصادی آماده سازد. همچنین مفهوم کلی توسعه فرهنگی این است که افراد را برای بدست آوردن شخصیت و اصالت و فضیلت لازم جهت پذیرش کامل زندگانی یاری دهد. رسانه های گروهی نیز در واقع یک نظام تکنولوژی است که داده های فرهنگی و خبری را پخش می کند. خبر به مفهوم وقایع تازه و زود گذر در مقابل فرهنگ قرار می گیرد که واقعیتی است پایدار و ماندنی! ولی فرهنگی که از رسانه های گروهی تراوش می کند با آنچه « فرهنگ کلاسیک» یا «فرهنگ نخبگان» نامیده می شود، متفاوت است . فرهنگ کلاسیک یا فرهنگ نخبگان بر مبنای شکاف سیاه سطوح مختلف جامعه بنا شده و منبع اصلی تغذیه آن ، سنت و نظام آموزش رسمی است . چنین فرهنگی تراوش شده از رسانه ها ، فرهنگ نامتجانس و ناپیوسته و بی نظم است این فرهنگ که « فرهنگ توده» نام گرفته ، مرکب از داده های ناپایدار و شناختههای جزئی و ناقص است. البته تنها عامه مردم نیستند که از چنین فرهنگی تغذیه می کنند بلکه نخبگان جامعه نیز در این فرهنگ غوطه ورنند . منتها برخورد آنها با فرهنگ توده متفاوت است . بدین معنی که آنها مصالح اولیه احساس ، و اندیشه های خود را از این فرهنگ که بوسیله رسانه های گروهی منتشر می شود ، می گیرند و از آن آثار تازه ای خلق می کنند. بدین سان می بینیم که رسانه های گروهی دو نقش اساسی در تغییر فرهنگی جامعه های امروزی به عهده دارند. از یک سو فرهنگ توده را نشر می دهند و از سوی دیگر منبع تغذیه نخبگان جامعه ، جهت نو آوری و ابداع هستند. به عبارتی دیگر رسانه های جمعی حلقه اتصال « محیط بزرگ» یا جامعه کل به « محیط کوچک » است و یکی از عوامل اصلی نوزائی و خلاقیت و در نتیجه عامل تحرک و پیش برنده توسعه فرهنگی است (اسدی ، 1399:ص11و10)

## 11- نتیجه گیری

امروزه به هیچ عنوان نمی توان از نقش روز افزون رسانه های نوین و بستر ساز بودن آنها در رشد سرمایه های اجتماعی، انتقال ارزش ها، تربیت نسلی، و ... در نظامهای اجتماعی چشم پوشید. اگر چه در ایران جدایی فرزندان از خانواده مانند غرب نیست و روابط عاطفی بین فرزندان و والدین حتی در سنین بالا نیز ادامه می یابد و در بسیاری موارد وابستگی اقتصادی به والدین نیز امری معمول محسوب می شود با اینحال در کشور ما نیز تحول در ساختار خانواده کاملاً محسوس است. اینکه رسانه تا چه حد می تواند این روند را اصلاح کند یا خود عاملی بر تشدید آن باشد یا این که اصولاً این تغییرات الزامی و غیرقابل کنترل است همه از سئوالات مهم در این زمینه است. آنچه می توان گفت اینکه دولتها بنا به مصالح خود سعی بر آن دارند تا از پتانسیل رسانه در جهت هدایت افکار عمومی جامعه و تأثیرگذاری بر نهادهایی چون خانواده، روند مطلوبی را ایجاد نمایند تا بتوانند نقش خود را در جهت کنترل اجتماعی بخوبی ایفا کنند. بنا بر این، رسانه ها در برنامه های خود ابتدا باید شناخت درستی از وضعیت کنونی خانواده ها داشته باشند و بر مبنای این شناخت الگوهای خود را ارائه کنند، در کشور ما دو بخش سنتی و مدرن در کنار یکدیگر دیده می شود، در حالی که شهرهای بزرگ شکل جدید خانواده را تجربه می کنند در روستاها و شهرهای کوچک نظام سنتی خانواده همچنان قدرتمند است و از آنجا که رسانه طیف وسیعی از مخاطبان را گروه هدف خود می داند برنامه ریزی علاوه بر دشواری با نوعی ظرافت و دقت نظر نیز روبرو است. به عبارت دیگر ابتدا باید تعریف درستی از کارکردهای خانواده ارائه دهیم تا نوع برنامه سازی برای آن و اهدافی که در رسانه مورد توجه است، وضوح بیشتری یابد. بدین ترتیب هنگامی که رسانه چهره نادرستی از خانواده ارائه دهد که با واقعیت های موجود در جامعه هماهنگ نیست، پذیرش آن از سوی مخاطب نیز با دشواری بسیاری روبرو خواهد بود. در برخی از سریال ها و فیلم های تلویزیونی پدیده اشتغال زنان بصورتی مثبت نگریسته می شود و آنرا نشانه ای از همکاری و هماهنگی بین زوجین و مؤثر بودن نقش زنان در جامعه می دانند در حالی که در پاره ای از سریال ها این موضوع یک آفت تلقی شده و سعی بر آن است تا نقص در تربیت فرزندان و حتی سردی روابط خانوادگی به اشتغال زنان نسبت داده شود، در واقع رسانه موظف است سیاست واحدی در قبال پدیده های موجود داشته باشد. تحول بزرگ دیگر در ساخت درونی روابط خانواده است بطوری که باعث ایجاد تحول در نقش اعضا خانواده گردیده است. در دهه های اخیر شاهد تحولات سریع و گسترده ای در تمامی ابعاد زندگی اجتماعی و از جمله خانواده بوده ایم. نهاد خانواده تحت تأثیر عوامل متعدد درونی و بیرونی این تغییرات را تجربه کرده است. رسانه ها به عنوان یکی از عوامل مهم تأثیرگذار بر تحولات خانواده نقش اساسی در دگرگونی روابط درونی بین اعضا آن داشته اند. این تحولات باعث سست شدن پیوندهای درون خانواده، افزایش طلاق، ناتوانی در تربیت فرزندان و... شده و از سوی دیگر پیامدهای مثبتی چون افزایش سطح آگاهی اعضا خانواده، شناخت روش های بهتر در برخورد با فرزندان، استفاده بهتر از امکانات بهداشتی، آموزشی و... داشته است. در واقع رسانه از سویی باعث تقویت برخی از ارزشهای اجتماعی و از سوی دیگر باعث تضعیف آنها شده است. آنچه می تواند نقش و اهمیت رسانه در بعد مثبت آن افزایش

دهد شناخت علمی و دقیق ویژگی ها و کارکردهای نوین خانواده است و تنها در این صورت است که رسانه می تواند با تولید برنامه های مناسب ضمن دستیابی به اهداف تعریف شده از پیامدهای ناخواسته آن جلوگیری کند و رسانه می تواند با اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم بر نهاد خانواده بسیاری از ناهنجاری های درون خانواده را کاهش دهد و در تعالی خانواده مؤثر واقع شود. از آنجا که الگوسازی رسانه برای والدین و فرزندان امری بدیهی است و تجربیات فراوانی این موضوع با به اثبات رسانده است عملکرد رسانه در قالب طرح الگوهای موفق ضمن تقویت باورهای درست و تصحیح نگرش های نادرست منجر به تغییر رفتار به عنوان هدف غایی آموزش خواهد گردید.

### منابع

- 1- اسدی، علی (1399). افکار عمومی در ارتباطات. تهران سروش.
- 2- امیرتیموری، محمدحسن (1397). رسانه هاس آموزشی، شیراز: انتشارات ساسان.
- 3- بنت، اندی (1396). فرهنگ و زندگی روزمره، ترجمه: لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: نشر اختران.
- 4- بهرامی کمیل، نظام (1398). نظریه رسانه ها، تهران: انتشارات کویر.
- 5- جوادی یگانه، محمدرضا، ستاره فروزان و علی قنبری (1394). سرمایه اجتماعی و نقش رسانه ها در تقویت آن، مجموعه مقاله های نخستین سمپوزیوم سرمایه اجتماعی و رفاه اجتماعی، چاپ اول، انتشارات دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی، 135-155.
- 6- سیدمحسنی، سیدشهاب (1399). ارتباطات رسانه ای در روابط عمومی، تهران: انتشارات کارگزار روابط عمومی.
- 7- عیوضی، رحیم (1398). تاثیر رسانه بر رفتار انتخاباتی. در فصلنامه پژوهش های ارتباطی، سال شانزدهم، شماره 47.
- 8 - معتمد نژاد، کاظم (1395). وسایل ارتباط جمعی، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی. چاپ پنجم، جلد اول.
- 9- معتمدنژاد، کاظم (1391). وسائل ارتباط جمعی، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
- 10 - ملک احمدی، پریسا، بهراد، شاداب. (1391). تحلیل نقش رسانه های جمعی بر مهارت های ارتباطی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. کتابداری و اطلاع رسانی. 129-143، (3) 15،



11- مومن آبادی، لیلی و صباحی، شهناز و دریجانی، فاطمه و دریجانی، هانیه و صدیقی، سمانه، 1402، نقش مدرسه ، خانواده و رسانه در پیشگیری از آسیب های اجتماعی کودکان و نوجوانان، دومین کنفرانس ملی آسیب های اجتماعی و روانی با تاکید بر علوم رفتاری، شیراز.

12- اقبال دوست، نادر، سال تحصیلی، 75-76 استفاده از پایان نامه کارشناسی ارشد تحت عنوان نقش تکنولوژی در آموزش و پرورش.

13 - احدیان، محمد، اصول تکنولوژی آموزشی ص 126، 1374، انتشارات بشری تهران

14- Edgar, Patricia; Edgar, Don (2008). TELEVISION, DIGITAL MEDIA AND CHILDREN'S LEARNING. [http://www.vcaa.vic.edu.au/Documents/earlyyears/Edgar\\_Paper\\_20081223.pdf](http://www.vcaa.vic.edu.au/Documents/earlyyears/Edgar_Paper_20081223.pdf)

15- Boldt, G. (2007). Child-centered vs. media-centered perspectives, In Encyclopedia of children, adolescents, and the media, (pp. 156-157), Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc. doi: 10.4135/9781412952606.n71

16 - Mass media.(August 2012 ). Wikipedia, [http://en.wikipedia.org/wiki/Mass\\_media](http://en.wikipedia.org/wiki/Mass_media)