

## تأثیرگذاری رسانه‌ها بر فرهنگ

محمد صادق عادل

### چکیده

رسانه‌ها امروز تنها ابزار پیام‌رسانی نیستند، بلکه یکی از منابع مهم فرهنگ به شمار می‌آیند. زیرا کارکرد رسانه‌ها در آموزش، اطلاع‌رسانی، تغییر نگرش مردم نسبت به توسعه و نیز ایجاد سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت و همچنین ایجاد صمیمیت با واسطه، ایجاد انگیزش احساس عمومی و جهانی، ایجاد فضای تعامل و ترابط میان فرهنگ‌ها با برداشتن مرزهای طبیعی و سیاسی و تقویت فرایند جهانی شدن به صورت اجمالی در تغییر و تحول فرهنگی، نقش برجسته و انکارناپذیر است. مهم این است که ما در صدد تقویت اخلاق رسانه‌ای و ایجاد هنجارهای صیانت بخش بر رسانه باشیم تا از آسیب‌های آن مصون بمانیم. فرایند جهانی شدن را نمی‌توان با انکار، جلوگیری کرد. باید آگاهانه در صدد تقویت فرهنگی برائیم که الزامات جهانی شدن را با گسترش و حاکمیت اخلاق و معنویت پاسخ دهد.

**کلمات کلیدی:** رسانه، فرهنگ، منابع فرهنگ، کارکرد رسانه‌ها، جهانی شدن

### مقدمه

رسانه‌ها در وضع فعلی نقشی تعیین‌کننده و مؤثر دارند. به گونه‌ای که جهان به رغم گستردگی‌اش، در اثر فعالیت شگفت‌انگیز رسانه‌ها به دهکده‌ای تبدیل شده است که انسانها می‌توانند به راحتی هر گوشه آن را مشاهده کنند و از وضعیت هر

نقطه با خبر باشند. رسانه پیوستگی و وابستگی هر نقطه از جهان را با سایر نقاط نشان می دهد و هر روز فشردگی و وابستگی متقابل تمام انسان ها را به صورت فزاینده ای نمایان می نماید. وضعیت زندگی و تمدن بشر فعلی به گونه ای رقم خورده است که با رسانه ملازم و وابسته گردیده است. اختلال در رسانه در واقع اختلال در زندگی انسانهاست. امروز فرهنگ جوامع انسانی نه تنها تأثیرپذیر از رسانه است بلکه رسانه ها یکی از منابع مهم و اساسی فرهنگ به شمار می آیند. در نوشتار حاضر از نقش رسانه ها بر فرهنگ بحث می گردد و اهمیت این بحث از دو بعد روشن می شود:

الف) بعد نظری؛ دست یابی به کارکردها و تأثیر رسانه ها بر فرهنگ به صورت منطقی و منسجم.

ب) بعد عملی؛ اهتمام لازم برای بهره گیری از رسانه ها در جهت تبیین مبانی، اصول و ارزشهای فرهنگی خود به منظور تعالی فرهنگ جامعه و پیرایش آن از پیرایه های ناسازگار با رشد و تعالی.

#### واژه شناسی

۱) فرهنگ؛ این واژه در کاربرد آغازین خود در زبان های اروپایی (انگلیسی، فرانسوی و آلمانی) در طیف های معنایی ذیل آمده است: کشت و زرع و پروراندن، مسکن گزیدن، حراست کردن و پرستیدن. مجموع آنها معنای مادی دارد و از ریشه ی لاتینی «Colere» است. (پهلوان، چنگیز، ص ۳، ۱۳۸۲)

در زبان پارسی بر خلاف لاتین این واژه بار معنوی دارد نه مادی. زیرا فرهنگ در فارسی به معنای آداب و عقل و... به کار رفته است:

در ترازوی مرد با فرهنگ

این محقر چه وزن دارد و سنگ. (هفت پیکر)

از وجود تو خیزد ای شه با فرهنگ

پیروزه زکان، دُر ز صدف، لعل ز سنگ. (ازرقی) (همان، ص ۲۱)

واژه‌ی فرهنگ در طول تحولات مفهومی خود، اکنون در اصطلاح جامعه‌شناسان به رغم تعدد و تفاوت تعریفها، به «مجموعه رفتارهای اکتسابی» اطلاق می‌شود که فرد در طول قرن‌های متمادی آن را از جامعه می‌آموزد. (کوین، بروس، ص ۵۹، ۱۳۸۴)

نکته اساسی در تعریف جامعه‌شناسان، اکتسابی بودن رفتار است که در برابر ویژگی‌های وراثتی و ژنتیکی قرار می‌گیرد. رفتار اکتسابی ریشه در اعتقاد، ارزشها، آداب و رسوم و عرف یا هنجارها دارد. متمایز شدن یک فرهنگ از فرهنگ‌های دیگر به ویژگی‌های مشترک یک جامعه برمی‌گردد.

اگر فرهنگ‌ها را مجموعه‌ای از رفتارهای اکتسابی بدانیم باید نخست مشخص کنیم که چه نوع رفتارهای اکتسابی، فرهنگ به حساب می‌آید. آیا رفتارهای با ثبات و پایدار یا رفتارهای متغیر و بی‌ثبات. پیداست که مقصود رفتارهایی ثابت و پایداری است که از یک نسل به نسل دیگر منتقل می‌شود و قدرت ماندگاری برای حداقل دو نسل را داشته باشد. زیرا فرهنگ هویت ساز و تعیین‌کننده جهت و معنای زندگی است. معناداری و جهت‌مندی زندگی وقتی مفهوم دارد که ثبات و پایداری در میان باشد. بنابراین آن رفتار اکتسابی، فرهنگ به حساب می‌آید که دوام و ثبات داشته باشد.

۲) رسانه؛ رسانه عبارت از ابزار انتقال پیام از مبدا به مقصد است؛ اما امروز به دلیل پیچیده بودن وسایل فنی رسانه «رسانه‌ها عبارت‌اند از وسایل و نظام فنی ارسال، نقل و انتقال، ارتباط، دریافت یا کنترل علایم الکترومغناطیسی یا تصویری که دسترسی به اطلاعات را میسر می‌سازند.» (هیأت مؤلفان ص ۱۸-۱۷، ۱۳۸۱) رسانه همگانی «فناوری شبیه‌سازی فرایند ذهن بشر است.» (همان)

### تبیین فرهنگ

فرهنگ در پژوهش‌های جدید جامعه‌شناختی اهمیت زیادی پیدا کرده است. زیرا ریشه تمام تفاوت‌ها، پیشرفت‌ها و عقب‌ماندگی‌ها، فرهنگ دانسته شده است.

هریسون، لارنس، هانتینگتون، ساموئل، ص ۶۱، ۱۳۸۳) در تبیین فرهنگ لازم است  
اول به بیان عناصر فرهنگ و سپس به بیان منابع فرهنگ پردازیم.

### عناصر فرهنگ

«عناصر فرهنگ هر جامعه عبارت اند از ۱. عناصر شناختی مانند باورها،  
ایدئولوژی ها، اسطوره ها، ارزش ها و دانش ها. ۲. قواعد سازمانی شامل شیوه های  
زندگی، آداب و رسوم، قوانین و مقررات، نقش ها، نظام و آیین هایی که اعضای  
جامعه در فعالیت های روزانه خود از آن پیروی می نمایند. ۳. عناصر مادی مانند  
ابزار و اشیای مادی که برای تأمین نیازهای زندگی افراد جامعه مورد استفاده واقع می  
شود.» (رک: کوین، بورس، ص ۷۲).

تغذیه فرهنگ توسط چه چیزهایی صورت می گیرد؟

أ. از مهمترین منابع فرهنگ، مذهب و اعتقادات دینی است؛ به گفته شاعر بلند آوازه  
انگلیسی تی. اس. الیوت (T.S. Eliot) هیچ فرهنگی نمی تواند جز در رابطه با  
مذهب پدید آید و گسترش پیدا کند. (الیوت، تی، اس، ترجمه حمید شاهرخ، ص  
۲۸، ۱۳۸۱) مذهب در واقع معنا و روح فرهنگ را تشکیل می دهد. زیرا باورها،  
نگرش ها و ارزش های فرهنگی یک جامعه از مذهب انتزاع می شود. بدون وجود  
روابط عاطفی مردم با ارزش های فرهنگی، امکان حمایت، تداوم و انتقال  
میراث های فرهنگی از یک نسل به نسل دیگر وجود ندارد. رابطه عاطفی که همراه با  
احساس تقدس، سرسپاری و حس وفاداری است. مذهب گاهی تمام فرهنگ یک  
جامعه را متأثر می سازد و به فراخور توان افراد جامعه در ابعاد گوناگون، بازتاب پیدا  
می کند. ارزش ها هنجارها، عرف، قوانین و آداب و رسوم را به صورت کلی تحت  
تأثیر خود قرار می دهد و به صورت ظریف تر بر هنر، ادبیات و تمام نمادها و  
ابزارهای زندگی خود را نشان می دهد و ممکن است در برخی جوامع تأثیر مذهب  
بر فرهنگ، این قدر وسیع و عمیق نباشد. اما در هیچ جامعه ای یافت نمی شود که  
فرهنگشان از مذهب متأثر نباشد.

ب. ابزارهای زندگی و شرایط محیطی؛ یکی دیگر از منابع مؤثر بر فرهنگ، شرایط خاص محیطی و ابزارهای زندگی است. شرایط محیط شهری با محیط روستایی متفاوت است. همین تفاوت در تمایز خرده فرهنگ شهری و روستایی بازتاب پیدا می‌کند.

اگر چه ابزار زندگی خود محصول فرهنگ هر جامعه است، اما خود این ابزارها به دلیل اینکه به آموزش و مهارت در جهت کاربرد ماهرانه و درست ابزار نیازمند است، بر فرهنگ جامعه تأثیرگذار است و بر غنای فرهنگی جوامع می‌افزاید. فرهنگ در واقع تجربه نسل‌ها برای بهبود زندگی و پاسخ دادن به نیازهای انسان است؛ اگر ابزارهای زندگی ساده و بسیط باشند برای کاربرد آن در زندگی به همان اندازه آموزش و مهارت لازم است. غنای فرهنگی جوامع در این بعد به پیچیدگی و سادگی ابزار زندگی آن وابسته است؛ جوامع سنتی و غیر صنعتی به دلیل محدودیت از ابزارهای پیچیده روز، فرهنگ ساده و بسیط در زمینه تامین نیازهای زیستی دارد. اما جوامع صنعتی به آموزش و مهارت بسیار بالا در جهت تامین نیازهای زیستی خود دارد. جوامع صنعتی در برابر پدیده‌های بیرون از حیطه فرهنگی خود موضع باز و منبسط دارد و بر اساس نفع و مصلحت فردی و جمعی خود در پذیرش و رد آن برخورد می‌کند. اما جوامع سنتی با حالت عاطفی مثبت نسبت به داده‌های فرهنگی خود می‌نگرد و با دید عاطفی منفی نسبت به پدیده‌های بیرون از حیطه و فضای فرهنگی خود می‌اندیشد.

ج. علم و دانش؛ بدون تردید در اکثر جوامع انسانی، علم و دانش یکی از منابع فرهنگ به شمار می‌آید. به دلیل اینکه علم ویژگی فرامحیطی و فرهنگی دارد. تمام جوامع فی‌الجمله به علم و دانش به دید احترام می‌نگرند و سعی بر آن است که ساخت فرهنگ خود را به گونه عیار نمایند که از منبع علم و دانش سیراب شود. اما بهره‌گیری از علم و دانش در جهت ایجاد تحول در زندگی به فرهنگ پویا، آینده‌نگر، نظم دقیق و ساختارهای عقلانی و کارآمد نیازمند است، از همین نکته

تفاوت شگرافی میان جوامع علمی و جوامع توسعه نیافته قابل تبیین است. جوامعی که فرهنگ پویا دارند به آموزش و فراگیری دانش به عنوان کلید پیشرفت می نگرند و آموزش را نوعی سرمایه گذاری می دانند اما در جوامع با فرهنگ ایستا آموزش را صرفاً یک فضیلت برای نخبگان تلقی می کنند که به دست آوردن آن را نه سرمایه بلکه هزینه می پندارند. در نتیجه به رغم ارزشگذاری به علم و دانش به عنوان یک فضیلت در زندگی روزمره خود، به عنوان یک ضرورت و نیاز به آن نمی نگرند و همین نگرش باعث می شود که سطح سواد در این جوامع بسیار پایین باشد. علم در فرهنگ جوامع پیشرو، سرمایه بی بدیل در جهت افزایش توانمندی ها و ریشه حل مشکلات و مسایل است و در واقع علم یک پدیده انسانی است که همه انسان ها اعم از زن و مرد حق برابر برای به دست آوردن آن دارند. اما در جوامعی با فرهنگ ایستا، حق فراگیری آن بر اساس طبقه اجتماعی، جنسیتی و... تجویز می شود.

د. رسانه ها؛ امروز رسانه ها صرفاً ابزار اطلاعاتی به حساب نمی آیند. بلکه منبع مهم و مؤثر در فرهنگ سازی به حساب می آیند. از ویژگی های فرهنگ، ثبات و تغییر توأمان است. اما ثبات به معنای پایداری عناصر فرهنگی و تغییر عبارت است از انعطاف مداوم و مستمر فرهنگ به صورت طبیعی در یک فرایند نسبتاً طولانی. ما نمی توانیم به صورت محسوس، هم پای زمان تغییر فرهنگ را احساس کنیم ولی می توانیم با یک مقایسه فاصله زمانی ۳۰ سال قبل و وضعیت فعلی یک جامعه را مورد ارزیابی قرار دهیم و آنگاه متوجه خواهیم شد که تغییر در طول این دوره به صورت محسوس به وجود آمده است. رسانه ها انعطاف پذیری فرهنگ را شتاب بیشتر بخشیده است؛ زیرا رشد کمی و کیفی رسانه ها و تنوع آن زمینه انتقال پیام های مختلف فرهنگی را مهیا کرده است. فرهنگی توانا و پویا همواره در داد و ستد میان فرهنگ ها با تعامل قوی وارد می شود. طبیعی است که این داد و ستدهای متنوع و فراوان به همان اندازه در تغییر فرهنگ نقش دارند. امروز رسانه ها قوی ترین منبع فرهنگ جوامع انسانی به شمار می آیند؛ فرهنگی که نتواند از طریق

رسانه خود را معرفی و پیام خود را به سایر فرهنگ ها منتقل نماید، فرهنگی منزوی و پایمال شده است.

هـ. تاریخ، ادبیات، اسطوره ها و نمادها؛ یکی از منابع فرهنگ تاریخ آن جامعه است. فرهنگ در بستر تاریخ تکوین می یابد. رشد و بالندگی آن نیز در بستر تاریخ جامعه رقم می خورد تحولات تاریخی، خاطرات تلخ و شیرین جامعه در ادبیات و شعر و هنر بازتاب می یابد و اسطوره ها روح تاریخی و آرمانی جامعه را در تخیل جمعی مردم می سپارد و همه این ها به عنوان میراث فرهنگی گذشته، پشتوانه فرهنگ جاری جامعه خواهد بود و با ارتباط با روح تاریخی یک جامعه است که فرهنگ جاری جامعه رنگ و بو می گیرد. بنابراین شعر و ادبیات، اساطیر و افسانه ها تغذیه کننده فرهنگ در طول تاریخ است.

تمایز فرهنگی جوامع جز این نیست که حوادث تاریخی و خاطرات جمعی یک جامعه در بستر تاریخ در جغرافیایی معین از ویژگی های خاصی برخوردار بوده است. ارزش های تاریخی جامعه، تحولات دور و نزدیک جامعه را نشان می دهد و همه این ها در پیکر فرهنگ دمیده می شود و از همین امور، عواطف، احساسات و تمایلات جمعی شکل می گیرد. شعر، داستان ها و ادبیات در واقع باززایی و آفرینش دوباره اندیشه و احساس تاریخ در بستر زمان است و ارتباط نسل جدید با این مفاهیم، درونی سازی احساس نسل گذشته و برقراری ارتباط با آنان است. ممکن است در برخی از اجزای فرهنگ، تغییراتی به وجود آید. اما احساس عمیق که نوعی از انس و ارتباط عاطفی با گذشته باشد باقی می ماند. همین دوام ارتباط عاطفی با گذشته باعث می شود که تغییراتی جزئی در اجزای فرهنگ بر اساس حقایق تاریخی بازتولید شود.

### کارکرد رسانه ها

رسانه ها در پی ریزی اجتماع جدید، نقش مؤثر و سازنده ای دارد.

أ. یکی از کلیدی ترین نقشهای رسانه ها آموزش است.

آموزش رسانه ای تفاوت های زیادی با آموزش در مدرسه دارد. افزون بر این فناوری رسانه ای، آموزش مدرسه ای را نیز متحول ساخته است. زیرا فناوری آموزشی نوعی از رسانه های جدید آموزشی اند که بر عمق یادگیری، جلب توجه بیشتر و نیز فعال سازی حواس چندگانه یادگیرنده را به دنبال دارد.

آموزش رسانه ای ویژگی های ذیل را دارد:

۱. رسانه های آموزشی مانند تلویزیون، رادیو و... دنیای خارج را به کلاس می آورد و علائق یادگیرندگان را برای یادگیری برمی انگیزد و قدرت تصور آنان را تحریک می کند.

۲. « تسهیل یادگیری از طریق رسانه مثل تلویزیون یا رادیو در مرتبه بعد صورت می گیرد. اگر برنامه مشخص جهت یادگیری فراهم باشد، اطلاعات کلی موجز و مصور رسانه های آموزشی، روان سازی یادگیری را فراهم می سازد.» در مواردی که موضوع یادگیری اجسام یا امور تصویری باشد، بهترین طریق یاددهی استفاده از رسانه هایی مانند تلویزیون، رایانه و پروژکتور نوری است. در این مورد رسانه ها رقیب مدرسه و معلم نیست، بلکه وسیله ای مؤثر برای تسهیل یادگیری در مدرسه توسط معلم است.

۳. دیداری کردن روند زندگی کودکان؛ تلویزیون می تواند با نمایشی کردن داستان روزانه کودکان، آنان را به بحث و تفکر درباره رویدادهای روزانه زندگی شان بکشانند.

۴. وسیله کمک آموزشی؛ رادیو، تلویزیون و نیز کامپیوتر می توانند با نمایش برنامه تهیه شده درباره موارد درسی و تطبیق آن با برنامه های درسی مدارس در جهت جلب توجه مدیران و معلمان در استفاده از این روش مؤثر عمل نماید. معلم توانمند هر چه برای یاددهی درس زحمت بکشد، باز هم قادر نیست به اندازه رسانه های آموزشی به صورتی جذاب، راحت و فعال سازی حواس یادگیرندگان عمل نماید.



۵. عدم محدودیت آموزش دیدگان در رسانه هایی مانند تلویزیون، رادیو و کامپیوتر؛ محدودیت سنی، جنسی و شغلی مطرح نیست بلکه تمام افرادی که قادر به شنیدن یا دیدن برنامه رسانه ها هستند، می توانند در امر آموزش شرکت نمایند.

۶. رفع محدودیت های مکانی و زمانی، ظرفیت رسانه ها این است که در آموزش به مکان و زمان خاصی نیاز ندارند و در هر مکان و هر زمان قابل فراگیری هستند. (رک: دادگران، سید محمد، ص ۱۱۶، تهران ۱۳۸۵)

رسانه ها امروز به عنوان منبع مهم آموزشی عمل می کنند. چه در آموزش های تخصصی و حرفه ای و چه در آموزش های عمومی. در آموزش های تخصصی و حرفه ای، رادیو و تلویزیون آموزشی، چند دهه در کشورهای غربی سابقه دارد. امروزه با آمدن شبکه اینترنت، آموزش های رسمی عالی نیز از طریق رسانه صورت می پذیرند. آموزش های از راه دور قبلاً از طریق ارائه بسته های آموزشی توسط پست صورت می گرفت، اما امروز به کمک اینترنت این آموزش نیز در منزل یا محل کار میسر می شود. افزون بر آن آموزش های تخصصی و فنی توسط شبکه های تلویزیون آموزشی مرز مکان و زمان را درنوردیده است. امروزه این امکان فراهم شده است که شبکه های تلویزیونی، آموزش به زبان یادگیرنده چه در درون مرزهای ملی یا فراتر از آن در دسترس باشد و این تنوع رسانه های آموزشی فرصت بسیار ارزشمندی را برای بشر امروز فراهم کرده است. افزون بر اینکه رسانه های عمومی، آموزش های غیر تخصصی از قبیل مهارت های ارتباط با دیگران، جامعه پذیری، موفقیت در شغل و کار، نحوه تعامل صحیح با فرزندان و همسران و همکاران را به صورت وسیع منتشر می کند. همه گستره وسیع فضای آموزشی مرهون رسانه هاست و کارکرد آموزشی رسانه در واقع کارکرد یگانه و بی بدیل است و از این جهت رسانه به عنوان یک نهاد اجتماعی ضرورت اجتناب ناپذیر زندگی کنونی است.

ب. انتشار خبر

شاید مهمترین نقش رسانه ها، گردآوری اطلاعات درباره رویدادهای تازه ملی و جهانی باشد. خبر به هر تصدیقی که از آن داشته باشیم، چه آن را گزارش فشرده و بازتاب دقیق از یک رویداد بدانیم یا عبارت از گزارش جنبه های مطرح شده در جامعه باشد، باید حاوی ویژگی های ذیل باشد: (۱) رویداد تازه باشد. (۲) محتوای خبر اهمیت داشته باشد. (۳) موضوع خبر جذاب باشد. (۴) جامع و کامل باشد. (۵) کوتاه و فشرده باشد. (رک: همان، ص ۱۲۰)

خبر برای مردم اهمیت بسزایی دارد. زیرا از طریق خبر، انسان ولو از نظر مکانی با محل رویداد فاصله زیادی داشته باشد، اما از نظر فضا، خود را نزدیک به محل رویداد احساس می کند و در واقع خبر در صورت سرعت پخش، احساس صمیمیت یا نفرت انسان ها را نسبت به حادثه دیده و حادثه سازان منتقل می کند و انتقال احساس در پدیده ی اجتماعی منشأ اراده و تصمیم سازی های مناسب خواهد شد. رسانه در واقع فاصله میان نمایش و تماشاگر را برمی دارد و مرز میان زندگی خصوصی و اجتماعی را حذف می کند. حادثه وسیع را در زمان کوتاه به صورت جامع نشان می دهد و به حوادث، چهره حزن انگیز یا لذت بخش می بخشد.

در واقع رسانه وضع جهان را از لحاظ روابط اجتماعی متحول می سازد. پدیده هایی مانند جنگ، نوعی احساس جهانی را در برابر جنگ سازان برمی انگیزد و جنگ سازان نمی توانند در برابر امواج احساس مردم جهان قرار گیرند. بنابراین ناچارند هر چه زودتر آتش جنگ را خاموش نمایند. رسانه برای حادثه دیدگان جنگ ابراز همدردی جهانی را به دنبال می آورد. حتی در حوادث طبیعی مانند زلزله، طوفان و... نوعی همدردی و همکاری جهانی را به وجود می آورد. از این جهت رسانه در انتقال خبر، تأثیر اجتماعی را در پیمانۀ جهانی آن ایجاد می کند.

ت. پرکردن اوقات فراغت

بشر امروز بر اثر فناوری که زاده تمدن جدید است، هر روز زمانی را برای فراغت در اختیار دارد. « فراغت عبارت از زمان آزادی است که فرد با رضایت خود

مجموعه ای از فعالیت هایی مانند افزایش اطلاعات، مشارکت اجتماعی، استراحت، سرگرمی را پس از فارغ شدن از کار انجام می دهد.» (دادگران، سید محمد، ص ۱۲۶، همان)

رسانه هایی مانند تلویزیون، کامپیوتر و روزنامه و... در پر کردن اوقات فراغت مردم نقش برجسته دارند. انسان در زیر سلطه تکنولوژی نیاز روزافزون به استراحت و سرگرمی دارد تا نگرانی ها و اضطراب های ناشی از زندگی ماشینی را برطرف نماید. بدون استراحت و سرگرمی، روحیه کار و تلاش در انسان، تضعیف می شود و در مدت کوتاهی در فرایند کسب و کار و تولید، اختلال ایجاد می کند. از همین روی در آموزه های دینی نیز سفارش شده است که بخشی از زمان روزانه را برای تفریح و سرگرمی به امور حلال اختصاص دهیم.

جامعه شناس فرانسوی ژوفر دومازدی (Voffer Du Mazdier) سه نوع کارکرد مثبت برای فراغت بر شمرده است: (۱) به آدمی فرصت رفع خستگی می دهد. خستگی تن بر آهنگ طبیعی زیست شناسانه انسان تأثیر منفی می گذارد. (۲) از طریق تفریح در برابر آدمی دنیای تازه، چه واقعی چه خیالی گشوده می شود که انسان از خستگی روزانه ناشی از انجام کارهای تکراری و محدود به آن ها روی می آورد. (۳) با تفریح انسان از کارهای قراردادی و تکراری که نهادهای اساسی بر او تحمیل کرده است، بیرون می شود و به حوزه فراتر از خود پای می گذارد و در این حوزه نیروهای آفریننده اش به صورت آزادانه با ارزش های مسلط به مخالفت یا تقویت آن برمی خیزد. (دادگران، سید محمد، ص ۱۲۶، همان)

در اوقات فراغت فرصت مناسب برای استفاده از رسانه ها وجود دارد که انسان از طریق آن به افزایش اطلاعات، فرهنگ پذیری و تعامل و ترابط با جهان بیرون پیدا نماید. مسلماً روند فزاینده اطلاع رسانی از فرهنگ های مختلف جهان، نقش مؤثری در جذب و جلب اجزای مفید فرهنگ جوامع دیگر دارد و فراگرد آن انعطاف پذیری

وانطباق پذیری توام با آگاهی و معرفت است و در رشد فرهنگ بومی و ملی مفید و مؤثر است.

ث. رسانه ها و توسعه اجتماعی

اگر توسعه را مهمترین رویداد رو به جلوی یک جامعه بدانیم، بدون تردید توسعه اقتصادی بدون توسعه اجتماعی میسر نیست و توسعه اجتماعی نیازمند امور متعدد از جمله نقش بارز رسانه هاست.

ویلد شرام که در خصوص جهان سوم مطالعاتی را انجام داده است بر نقش رسانه ها در جهت توسعه جهان سوم تأکید می کند. او معتقد است که توسعه اقتصادی بدون توسعه اجتماعی ممکن نیست و توسعه اجتماعی به آموزش و بسط اطلاعات متکی است. باید پذیرفت که وسایل ارتباط جمعی تأثیر قطعی بر توسعه فرهنگی و از خلال آن توسعه اقتصادی خواهند داشت. برای گسترش زراعت و صنعت باید سرمایه گذاری های اجتماعی را رونق بخشید و این کار مستلزم بسیج منابع انسانی است که در این میان آموزش، عامل اساسی است. (رک: دو ورژ، موریس، ص ۱۱۸، ۱۳۶۲)

رسانه ها به انتقال نگرش و ایجاد تحول در اندیشه اجتماع مؤثر عمل می کند. در این زمینه راثو یکی از پژوهش گران اجتماعی، مطالعه مستندی از دو روستای هندوستان دارد. اگر چه این مطالعه چند دهه قبل صورت گرفته است، اما برای نشان دادن این حقیقت که رسانه در تغییر نگرش نسبت به توسعه مؤثر است، مفید خواهد بود. «راثو می گوید: در یکی از روستاهای هند، مردم با درآمد کافی و با وضعیت اجتماعی نسبتاً خوب زندگی می کنند. آنان چند واحد صنعتی کوچک در روستا دارند که قسمتی از نیروهای کاریشان در آن مشغول هستند و روستای دیگر که با وضعیت کاملاً سنتی به سر می برد. تنها منبع کار و درآمد اهالی این روستا کار در مزارع اربابان بود که ارزش های انسانی فدای دستمزد بسیار کم در این مزارع می شد. تفاوت این دو روستا در این بود که روستای اولی یک جاده ارتباطی با شهری نزدیک

روستا داشت. مردمان غریبه وارد روستا می شدند. آنان مجلات، روزنامه ها، فیلم و عکس های هیجان انگیز و اخبار جذاب را وارد روستا می کردند و از طریق ورود رسانه های جمعی، این روستا آماده پذیرش واحدهای صنعتی شدند. ولی روستای دومی هیچ راه ارتباطی با شهر نداشت و در نتیجه از رسانه های جمعی هیچ بهره نبرده بودند.» (رشید پور ابراهیم، ص ۱۵۲-۱۵۱، ۱۳۴۸)

به توجه به کارکرد چهارگانه رسانه می توان گفت که تأثیر رسانه بر فرهنگ از چند بعد صورت می گیرد.

#### الف) انعطاف پذیری فرهنگ

فرهنگ زیربنای همه تفاوت ها و تمایزهای جوامع است؛ وجود رسانه ها امکان تعامل و داد و ستد میان فرهنگ ها را فراهم ساخته است. از طریق این تعامل، عناصر فرهنگی بیگانه وارد حریم فرهنگی خودی می شود و چه بسا با اشتیاق، مورد اقبال واقع می شوند. تغییر فرهنگی به صورت صد در صدی و یک باره واقع نمی شود. اما تغییر آهسته و پیوسته فرهنگ بر اثر سلطه رسانه ها انکارناپذیر است. به ویژه تغییر در جایی که نفوذ فرهنگ بیگانه همراه با ورود کالای مورد نیاز باشد نوعی احساس منفعلانه صورت می پذیرد.

#### ب) گسترش صمیمیت در هم جواری با واسطه

وساطت رسانه ها موجب شده است که تجربه های جدیدی را برای ما مهیا نماید. زبان واسطه تجربه ما در بسیاری از امور است. برخی از امور مانند گرسنگی، تشنگی، درد و خستگی بدون وساطت زبانی قابل درک و تجربه است اما وساطت زبانی پدیده ای منحصر به آدمی است که زمان و مکان و امور دیگر را به شیوه ای درک نماییم که مختص آدمی است و سایر جانداران فاقد این تجربه هستند. وساطت رسانه ها در ارتباط متفاوت از وساطت زبانی است. به گفته گیدنز جامعه شناس معروف، وساطت، پل زدن به زمان و مکان در پیام رسانی است. تلویزیون، رایانه، روزنامه، رادیو و نظایر این ها تجربه باواسطه ای را مهیا می کنند. یکی از تجربه های

با واسطه که مرز مکان را درمی نوردد، گسترش صمیمیت است. صمیمیت در معنای متعارف خود عبارت از مجاورت فیزیکی دو نفر در حال ارتباط است. اما با آمدن رسانه های جدید، صمیمیت بدون هم جواری فیزیکی نیز قابل دست یابی شده است. مثلاً تلفن، صمیمیت با واسطه ای را مهیا می سازد که بدون آن چنین صمیمیتی قابل دستیابی نبود. در تلفن آن قدر با حرارت و صمیمیت حرف زده می شود که حضور رسانه و واسطه حس نمی شود بلکه جنبه پدیدارشناسی رابطه را تشدید می کند. تمرکز بر صدا و کلمات نوعی برقراری ارتباط صمیمی است.

رابطه میان اعضای خانواده که غالباً رابطه صمیمی و عاطفی است، گاهی از طریق هم جواری فیزیکی میسر نیست. تکنولوژی رسانه ای این امکان را فراهم ساخته است که هم دیگر را با فاصله ی مکانی زیاد مشاهده نمایند و حضور هم دیگر را به صورت جسمیت نیافته احساس نمایند. زنی در پرستو زندگی می کند که از شوهرش جدا شده است. فرزندانش در کمبریج هستند. او نمی تواند هر روز بلکه هر هفته این فاصله طولانی را برای دیدن سه فرزندش طی نماید. اما او به کمک تلفن دیجیتالی هر شب می تواند با فرزندانش ملاقات نماید و هم دیگر را روی صفحه نمایشگر مشاهده کنند. او به کمک فرزندانش می شتابد، در حل مساله درسی مشارکت می ورزد و نیز به وضعیت کلی مشق و درس بچه ها رسیدگی می کند و این گسترش صمیمیت با واسطه است. (رک: جان تامپلسون، ص ۲۰۹، ۱۳۸۱)

ج) فراهم سازی انگیزش احساس جهانی

به رغم تعلقات ملی و محلی انسان ها، یک نوع تعلق فراملی و فرامحلی در همه انسان ها وجود دارد و آن عبارت از احساس عدالت در پهنه جهانی است. رسانه ها به ویژه رسانه دیجیتالی که با سرعت حوادث گوناگون را به همه جهان بازتاب می دهد، زمینه ای برای ابراز تعلقات انسانی را در سطح جهانی فراهم می سازد. به عنوان مثال انعکاس حوادث رقت بار جنگ لبنان و غزه که توسط اسرائیل به وجود

آمد با عکس العمل گسترده مردمی در تمام دنیا روبرو شد. همه مردم جهان از وحشیگری و جنایات شرم آور اسرائیل اظهار نفرت نمودند. نتیجه انعکاس حوادث رقت بار جنگ باعث شد که چهره اسرائیل به شدت از نظر افکار عمومی، مخدوش گردد و برای این رژیم هزینه سنگین حیثیتی ایجاد نمود. انگیزش احساس جهانی، زمینه مثبت برای همکاری و هم دردی در پهنه وسیع جهانی را ممکن می سازد و از این طریق تعصب ها و نفرت های ناشی از گرایش ملی و محلی را می کاهد و فرهنگ های محلی و بومی را از خصلت های تصلب و تعصب بر اساس نژاد، مذهب و قومیت به سوی همگرایی جهانی بر اساس ارزش های انسانی مانند عدالت و کرامت انسانی که خاصیت فراملی، نژادی و قومی است، دعوت می کند.

(د) آسیب پذیر شدن فرهنگ در برابر رسانه ها

رسانه ها افزون بر کارکرد مثبت، کارکردهای منفی نیز دارد. به دلیل تنوع و فراوانی رسانه ها، امکان کنترل رسانه ها در جهت سانسور برنامه های ضد ارزشی و اخلاقی وجود ندارد، رسانه ها از این جهت بهنجارهای عمومی جامعه، آسیب وارد می کند. به صورت عمده دو آسیب فاحش از طریق رسانه ها بر فرهنگ عمومی وارد می شود.

(۱) ترویج خشونت

در دنیای صنعتی، فرهنگ نیز وضعیت کالایی به خود گرفته است. سینماها و فیلم ها برای جذب مخاطب باید محتوای هیجان انگیز تهیه نمایند. هیجان انگیزترین محتوی ها خشونت و سکس است. غریبها که فرهنگ سوداگريشان بر اساس منفعت و لذت استوار شده است، متأسفانه از خشونت و سکس به عنوان چاشنی در جهت جلب توجه مخاطب به صورت گسترده ای استفاده می کند.

لیلا کانرز پیترسن (Leila conners petersen) در نوشته ای با عنوان تفسیر بر هژمونی آمریکایی و فرهنگ مرگ گفته است: «اکثر مطالعات اجتماعی و رفتاری موجود به صورت کلی مسایل ذیل را تأیید کرده است: (۱) مشاهده مداوم خشونت

در تلویزیون، تأثیرات نامطلوب بر شخصیت انسان دارد. ۲) خشونت تلویزیونی الگوهای رفتاری خشن را تقویت کرده و بر ارزش های اجتماعی و اخلاقی در مورد خشونت در زندگی تأثیر می گذارد. ۳) کودکانی که به میزان زیادی به مشاهده خشونت تلویزیونی می پردازند به احتمال زیاد رفتارهای پرخاشگرانه را در آینده خواهند داشت. ۴) خشونت تلویزیونی بر همه افراد و بر همه سنین و از هر دو جنس مؤنث و مذکر با میزان هوشی مختلف و طبقات متفاوت اقتصادی و اجتماعی تأثیرگذار است. ۵) افرادی که به میزان زیادی خشونت های تلویزیونی را مشاهده می کنند برداشت تنگ نظرانه تری نسبت به جهان دارند و در زمینه این که احتمال دارد قربانی خشونت واقع شود، اغراق می نمایند.» (کمالی پور، یحیی، جنگ رسانه ها و تبلیغات، ص ۱۶۲، تهران، ۱۳۸۶)

۲) تضعیف اخلاق و ارزش های خانوادگی

رسانه های چون تلویزیون و نیز شبکه های اینترنتی در تولید برنامه های هرز و سکس به شدت اخلاق و ارزش های خانوادگی را تهدید می کنند. اگر چه تضعیف اخلاق و ارزش های خانوادگی منحصر به رسانه ها نیست، بلکه ارزش های جدید جامعه مدرن از جمله توجه به اصل لذت و سود و تبدیل شدن اهمیت و ارزش زن به کالای سودآور و از عوامل مؤثر در این زمینه است. اما وضعیت جدید رسانه ها به ویژه برخی از شبکه های ماهواره ای، تلویزیون و سایت های متعدد اینترنت به فساد، فحشا و انحرافات جنسی به صورت بسیار عریان دامن زده است؛ نتیجه مجموع این عوامل برای فرهنگ های ملی و محلی که با ارزش های خانوادگی و مذهبی سروکار دارد بسیار سنگین است. چه این که غرب نیز اکنون توان این انحرافات را می پردازد که نمونه های آن را به صورت اجمال بازگو می کنیم .

۱) افزایش خشونت و تجاوز جنسی علیه زنان

در آمریکای کا تقریباً در هر دو دقیقه یک تجاوز رخ می دهد. احتمال همیشگی تجاوز، زندگی تمام زنان را تحت تأثیر قرار می دهد. آنان از سوار شدن در اتومبیل های



شخصی، پیاده روی در شب و سفرهای شبانه با اتوبوس به نقاط مختلف محله و شهر بیم دارند. این ترس به محل زندگی زنان، برفعالیت های سیاسی و اجتماعی و امکانات شغلی و تحصیلی آنان سایه می اندازد. احتمال این که زنان مورد تجاوز ناآشنایان یا شوهران، دوست پسرها، هم کلاسی ها، کارفرماها، مشتری ها، پدرها، برادرها، عموها و دایی ها و... قرار گیرند، کنترل زنان بر حیات جنسی شان را به پایین ترین حد می رساند. (بستان، حسین (نجفی)، قم، ص ۱۲۴-۱۲۳، ۱۳۸۲)

#### ۲) افزایش فحشا و روسپیگری

فحشا در غرب به علت نگرش سوداگرایانه به عنوان یک شغل پذیرفته شده است و خود این امر به تجارتی شدن سکس دامن زده است. افزایش بیماری ایدز از پیامدهای ناگوار این عمل شنیع است که گلوی بشر امروز را به شدت فشار می دهد.

#### ۳) افزایش سقط جنین

سقط جنین متأسفانه به عنوان یک حق مربوط به مادر به رسمیت شناخته شده است و در این زمینه حمایت های مالی و قانونی در نظر گرفته شده و سبب شده است که در آمریکای کا از هر ده مورد حمل سه مورد آن به سقط جنین بینجامد.

#### ۴) افزایش زاد و ولد غیر مشروع

در برخی از کشورهای غربی از هر سه نوزاد یک نوزاد غیر مشروع به دنیا می آید و آنان به صورت غالب حتی مادرانشان را هم نمی بینند. در نتیجه اکثر فرزندان نامشروع از طریق پرورشگاه دولتی بزرگ می شوند و در طول زندگی عواطف گرم پدر و مادر را احساس نمی کنند و این کار بر روحیه و شخصیت آنان به شدت تأثیر منفی می گذارد. به نحوی که آنان افراد پرخاشگر، جامعه ستیز و با اختلالات روحی و روانی زیاد مواجه می شوند.

تمام این پدیده ها قابل تسری در جوامع غیر غربی است و رسانه ها یکی از ابزار مؤثر در انتقال این وضعیت به سایر جوامع است و به علت قدرت هیجانی و نفوذ پر

قدرت مسایل غریزی و جنسی از رسانه های با این وضعیت استقبال خواهد شد و نتیجه ی آن انحراف فرهنگی است.

#### ۵) ضربه فرهنگی

ضربه فرهنگی، آشفتگی، حیرت و سردرگمی به وجود می آورد و در این وضعیت، صیانت از فرهنگ دشوار خواهد گردید. واقعیت این است که اگر اخلاق بر تکنولوژی از جمله رسانه ها حاکم نباشد. به گفته میلر تکنولوژی به ما وعده می دهد که امکانات رشد شخصی و اقدام عمومی ما را بیشتر و وسیع تر می کند. اما همین تکنولوژی، ساختن آدم هایی از ما که هم از لحاظ امکانات اعمال خشونت و هم از حیث امکانات اعمال سلطه بر یکدیگر بالقوه برای هم خطرناک تریم، رعب و وحشت به جانمان می اندازد. (دیوید، اولسون، ص ۵۴۱، تهران، ۱۳۷۷)

#### ه) جهانی شدن

وضعیت پرشتاب جهان و سرعت ارتباطات و نیز افزایش میزان حمل و نقل کالاهای بین جوامع مختلف، جهانی شدن را اجتناب ناپذیر ساخته است. رسانه ها امکان ترابط و تعامل میان فرهنگ ها را به شدت افزایش داده است و در واقع محدودیت های مکانی در مرزهای ملی هیچ نوع مصونیت و یا محدودیت در تعامل با سایر فرهنگ ها را به وجود نمی آورد. زیرا اگر چه مکان های فرهنگی در جغرافیای طبیعی و ملی محدود است، اما فضای فرهنگی هرگز محدودیت مرزهای سیاسی و جغرافیایی را ندارد. این نوع تعامل و داد و ستد بین فرهنگ ها، تغییرات گسترده فرهنگی را به دنبال خواهد داشت. سخن از جهانی شدن بر اساس واقعیات ذیل اجتناب ناپذیر است.

۱) افزایش حجم انواع ارتباطات اجتماعی

۲) افزایش گسترده تأثیرپذیری و تأثیرگذاری انسان ها

۳) شکل گیری و افزایش نهادهای فراملی و بین المللی

۴) جهان گیر شدن فناوری مدرن (گل محمدی، احمد، تهران، ص ۱۲، ۱۳۸۱)

بیشترین جدال بر سر جهانی شدن این است که رسانه های جمعی و توسعه جامعه اطلاعاتی حاوی پیام مثبت برای جهان است با این که اطلاعات به نفع صاحبان منافع داد و ستد می شود و نابرابری های موجود را تقویت می کند.

بیل گیتس مدیر شرکت مایکروسافت معتقد است که فناوری اطلاعاتی بر پیش داوری ها، تعصب ها و نابرابریها غلبه می کند. دانیل بل عقیده دارد که در جامعه اطلاعاتی که جامعه مابعد صنعتی است، بیشترین آدم ها در کار گردآوری اطلاعات و ذخیره سازی و پردازش آن قرار می گیرند و این کار موجب امن تر شدن بازه بهتر مالی و معنوی می گردد.

اما برخی از صاحب نظران دیگر جامعه پسا صنعتی را جامعه ای می دانند که اطلاعات به نفع سرمایه داران، مدیریت می شود و برای اصحاب قدرت امکانات زیادتری را برای کنترل مردم فراهم می سازد و بنابراین در جامعه اطلاعاتی که جامعه ای جهانی است. اطلاعات در خدمت قدرت و ثروت قرار می گیرد و نابرابری ها افزایش می یابد. (کونین، ویلیامز، ص ۱۵۲-۱۴۸، تهران، ۱۳۸۶)

مناسب این است که به جای پیشگویی ها بر این نکته تأکید نماییم که جهانی شدن الزاماتی را می طلبد و باید به فرهنگی که بتواند الزامات جهانی شدن را به نحو شایسته دارا باشد، این فرصت را بدهیم که معنای جهانی شدن فرهنگ را به صورتی مناسب برای بشر تبیین نماید. ناعادلانه است که ملاک برتری فرهنگی را در فناوری ها جستجو کنیم. بلکه باید به دنبال فرهنگی بود که به صورت شایسته مدیریت فرهنگ جهانی را جهت رشد و اعتلای انسان ها بر اساس انتخاب و گزینش آزادانه فراهم نماید. بدون تردید وضعیت فعلی جهان نه از نظر عدالت و نه از نظر اخلاق و معنویت مطلوب صاحب نظران منصف نیست. زیگنیو برژینسکی معتقد است که فرهنگ غربی به علت انزوای مذهب از تأثیر گذاری بر مسائل اجتماعی بازمانده است و خلأ اخلاقی به وجود آمده است. به نظر او ماهیت فرهنگ غربی بر بی تفاوتی نسبت به همه چیز جز حداکثر کردن رضایت فردی و حداقل نمودن

محدودیت اخلاقی است؛ آزادی مدنی بر پایه اصل رضایت فردی و حداقل سازی چارچوب اخلاقی به سمت خودمحموری مطلق گرایش پیدا می کند. (پیشگاهی فرد، زهرا، ص ۶۳، تهران، ۱۳۸۰)

به نظر می رسد فرهنگی، جهانی شدن را مدیریت خواهد کرد که معنویت بر اساس خرد و جهان بینی روشن پیش روانه برای آینده جهان داشته باشد. انسان در متن این فرهنگ حرمت داشته باشد نه این که ارزش انسانی بر اساس دارایی های مادی او سنجیده شود و انسان ها بر اساس توانایی اقتصادی شان طبقه بندی ارزشی نگردند. بلکه بر اساس صداقت و درستی و استحکام منطق و خرد و نیز رفتار صحیح شان ارزش گذاری شوند.



## منابع

- ۱- پهلوان، چنگیز، فرهنگ شناسی، تهران، نشر قطره، چاپ دوم، ۱۳۸۲.
- ۲- کوین، بروس، مبانی جامعه شناسی، ترجمه و اقتباس غلام عباس توسلی و رضا فاضل، تهران، انتشارات سمت، ۱۳۸۴.
- ۳- هیأت مؤلفان، مسؤولیت مدنی رسانه های همگانی، تهران، معاونت تدوین و تنقیح قوانین کشوری ریاست جمهوری، ۱۳۸۱.
- ۴- هریسون، لارنس، هانتینگتون، ساموئل، اهمیت فرهنگ، ترجمه ی انجمن توسعه مدیریت ایران، تهران، امیرکبیر، ۱۳۸۳.
- ۵- الیوت، تی، اس، (T.S. Eliot) درباره فرهنگ، ترجمه ی حمید شاهرخ، تهران، ۱۳۸۱.
- ۶- دادگران، سید محمد، مبانی ارتباطات جمعی، تهران انتشارات مروارید، ۱۳۸۵.
- ۷- رشیدپور، ابراهیم، ارتباط جمعی و رشد ملی، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۸۴.
- ۸- موریس، دوروژه، روش های علوم اجتماعی، ترجمه خسرو اسدی، تهران، امیرکبیر، ۱۳۶۲.
- ۹- کمالی پور، یحیی، جنگ رسانه ها و تبلیغات، ترجمه عباس کاردان و حسن سعید کلاهی خیابان، تهران، موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر، ۱۳۸۶.
- ۱۰- بستان، حسین (نجفی)، نابرابری و ستم جنسی از دیدگاه اسلام و فمینیسم، قم، مؤسسه پژوهشی حوزه و دانشگاه، ۱۳۸۲.
- ۱۱- اولسون، دیوید، رسانه ها و نماد صورت های بیان، ارتباط و آموزش، تهران، ترجمه محبوبه مهاجر، سروش، ۱۳۷۷.
- ۱۲- گل محمدی، احمد، جهانی شدن فرهنگ و هویت، تهران، نشر نی، ۱۳۸۱.
- ۱۳- کوین، ویلیامز، درک تئوری رسانه ها، ترجمه رحیم قاسمیان، تهران، نشر ساقی، ۱۳۸۶.
- ۱۴- پیشگاهی فرد، زهرا، نگرشی ژئوپولیتیکی بر پدیده جهانی شدن، تهران، دانشکده فرماندهی و ستاد، ۱۳۸۰.
- ۱۴- جان، تامپلسون، جهانی شدن و فرهنگ، ترجمه محسن حکیمی، دفتر پژوهش های فرهنگی مرکز بین المللی گفتگوی تمدن ها، تهران، ۱۳۸۱.