

نقش رسانه در تربیت اجتماعی جامعه از دیدگاه امام خمینی (ره)

دکتر مهدی سبحانی نژاد^۱

سعید مدنی^۲

چکیده:

رویکرد پژوهش، تحقیق کیفی و روش مورد استفاده در انجام آن، تحلیل محتوا بوده و واحد تحلیل نیز جملات، عبارات و مضامینی هستند که دارای معنایی در حوزه نقش رسانه در تربیت اجتماعی جامعه باشند. در این راستا، آن دسته از متونی که دارای مضامینی در حوزه‌های نقش رسانه در تربیت اجتماعی جامعه بوده‌اند، استخراج و سپس در جدول طبقه بندی تحلیل محتوی براساس محورهای اصلی مطرح در عرصه نقش رسانه در تربیت اجتماعی جامعه تفکیک شده‌اند. در مرحله بعد و سپس مؤلفه‌های تربیتی مرتبط با هر یک از محورهای فوق به صورت طبقه بندی شده در آنها آورده شده است. بخش تکمیلی جداول تحلیل محتوی نیز مربوط به مصداق‌های رسانه و تربیت اجتماعی است، به نحوی که مصداق‌های مرتبط به هر مؤلفه تربیتی به ترتیب و با ذکر نشانی آن در صحیفه امام خمینی^(ره)، شماره جلد و شماره صفحه در کنار مؤلفه‌ها آمده است. پس از تکمیل جدول فوق، جدولی برای جمع بندی و مقایسه فراوانی و وضعیت هر یک از محورها، مؤلفه‌ها و مصداق‌های نقش رسانه در تربیت اجتماعی جامعه ارائه شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل متن کامل صحیفه نور می‌باشد که در ۲۲ جلد جمع آوری شده است. در پژوهش حاضر کل جامعه پژوهش، مورد بررسی واقع شده و نمونه‌گیری انجام شده است. ابزار پژوهش، فرم سیاهه تحلیل محتوی، مشتمل بر محلهایی جهت ثبت متون صحیفه امام خمینی (ره) درباره

۱. دانشیار گروه تربیتی دانشگاه شاهد : sobhaninejad@shahed.ac.ir

۲. کارشناس ارشد علوم تربیتی، گرایش فلسفه تعلیم و تربیت اسلامی و پژوهشگر مرکز تحقیقات صداوسیما :

saeid.madani@gmail.com

نقش رسانه در تربیت اجتماعی جامعه و نیز محل درج آدرس دقیق هر یک از موارد استخراج شده، شامل شماره صفحه با حرف "ص" و شماره جلد با حرف "ج" بوده است. روش انجام پژوهش حاضر، تحلیل محتوی بوده، که با مرور منبع اصلی و توصیف محتوای موردنظر، یافته‌های پژوهش طبقه بندی و تحلیل شده تا برای سه سؤال اصلی پژوهش پاسخ‌های روشن ارائه شود.

عمده‌ترین یافته‌های پژوهش حاضر به شرح ذیل می‌باشد:

در نقش رسانه در تربیت اجتماعی از دیدگاه امام خمینی^(ره)، در مجموع تعداد صد و چهل و پنج مصداق تربیتی از صحیفه امام خمینی یافت شد. از این صد و چهل و پنج، بیست و دو، مؤلفه تربیتی استخراج شد و همچنین از این بیست و دو مؤلفه، هفت محور اصلی بدست آمد.

واژگان کلیدی: تربیت اجتماعی، رسانه، محور تربیتی، مؤلفه تربیتی، مصداق تربیتی، امام خمینی^(ره).

مقدمه:

ارتباطات در معنای ساده خود، انتقال اطلاعات، اندیشه‌ها و نگرش‌ها از شخصی به شخص دیگر است. ارتباطات با تلاش برای از میان برداشتن موانع و تعامل انسان‌ها به وسیله‌ای برای درک متقابل آنان تبدیل شده است. ارتباطات مبتنی بر روابط است اما خود چیزی بیش از روابط محسوب شده و از طریق آن، روابط انسانی تحقق می‌یابد. اگر عناصر اصلی پدیده ارتباطات را شامل فرستنده و گیرنده پیام بدانیم و ارتباطات را به مثابه تعاملی از طریق ارسال پیام تلقی کنیم، می‌توانیم جایگاه مشخص برای رسانه نیز بیابیم (مک کویلند^۱، ۱۹۹۰).

رسانه‌های جمعی شامل وسایل عمومی ارتباطی هستند که پیام‌های دیداری، شنیداری و نوشتاری و یا هر سه را به طور مستقیم به گیرندگان پیام، یعنی مخاطبان ارسال می‌کنند (محسنیان‌را، ۱۳۸۴). رسانه به هرگونه وسیله ارتباطی به هر شکل اطلاق می‌شود و با این تعریف رسانه‌ها مشتمل بر نظام‌های نماد هستند که آنها شامل مجموعه‌ای از چاپ، عکس و ناصدا و تصویرهای متحرک می‌باشند (بیابانگرد، ۱۳۸۴).

رسانه‌ها در ارتباط با افکار عمومی قرار دارند. در طول چند دوره که از پیدایش رسانه‌های مکتوب و چند دهه‌ای که از پیدایش رسانه‌های الکترونیکی گذشته، نظریه‌های گوناگونی در خصوص تاثیرات آن‌ها از سوی اندیشمندان حوزه‌های ارتباطات، جامعه‌شناسی و فرهنگ ارائه شده و برخی نیز چون مک لوهان و تونس^۲ با نگاهی خوش بینانه، رسانه‌ها را حامل پیام برای پیشرفت خاندان بشری تلقی نموده و آن‌ها را گامی اساسی در توسعه جوامع بشری دانسته‌اند. و برخی دیگر نیز همچون؛ روف، لوکاج،

^۱ - makkoyland

^۲ - macluhan and tones

آدورند^۱ با نگاهی بدبینانه از مفاهیمی چون؛ سلطه، انسان تک ساختی و فرهنگ بسته بندی شده یاد نموده اند (بشریه، ۱۳۸۱).

لاسول^۲ سه کارکرد؛ نظارت بر محیط؛ همبستگی اجتماعی در واکنش به محیط و انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر را برای رسانه‌های جمعی ذکر کرده است. رایت به این سه کارکرد، سرگرمی را نیز اضافه می‌کند (سورین و تانکارد^۳، ترجمه دهقان، ۱۳۸۱) مرتن و لازارسلفد وظایف رسانه‌های ارتباط جمعی را شامل؛ وظیفه اخلاقی (حمایت از هنجارهای اجتماعی) و اعطای پایگاه اجتماعی می‌دانند (ساروخانی، ۱۳۶۸).

رسانه‌ها بیشترین تاثیر را در تربیت جوانان داشته و رسالت اصلی آنها در تربیت اجتماعی شامل؛ زمینه‌های اخلاقی و رفتار اجتماعی-سیاسی است. رسانه‌ها می‌توانند اخلاق و رفتار اجتماعی، سیاسی و اقتصادی و حتی انگیزش تحصیلی دانش‌آموزان را تقویت نمایند (افروز، ۱۳۸۶).

تربیت، جریانی است که به طور مستمر در جهت رشد همه جانبه فرد اعم از؛ جسمانی، شناختی، روانی، عاطفی، دینی، اجتماعی و شکوفا ساختن استعدادهای وی عمل می‌نماید (شریعتمداری، ۱۳۶۷). در این معنی، تربیت اعم از آموزش‌های رسمی و غیررسمی و کلاً هرگونه جریانی مرتبط با تغییر و اصلاح و تجربیات فردی است.

تربیت اجتماعی (مدنی) مستلزم آن است که دانش‌ها، گرایش‌ها و قابلیت‌هایی در افراد ایجاد شود که از سویی مایه استواری، استحکام و اقتدار دولت از طریق اجرای قانون در جامعه بوده و از سوی دیگر این امکان را در افراد جامعه به وجود آورد که اقتدار طلبی‌های ناموجه اجتماعی از سوی دولت را بازشناسی و نقد نموده و در صورت لزوم نقش اصلاحی مثبتی در قبال آن به عهده گیرند (باقری، ۱۳۸۴). به طور کلی تربیت

^۱ roof . lokag . adornnd

^۲-Laswel

^۳-Surean