



نقش رسانه ها در ارتباطات جمعی

موضوع: نقش رسانه ها در فرهنگ جامعه
و تاثیر تلویزیون بر افکار عمومی

تهیه و تنظیم: یوسف هدایی

آبانماه ۱۳۹۹

تاریخچه رسانه های عمومی

در حدود ۱۶۰ سال قبل با منتشر شدن **کاغذ اخبار** به مدیریت میرزای شیرازی، **ایران وارد جهان رسانه ای** شد

در غرب این تاریخ به حدود ۴۰۰ سال پیش برمی گردد

و این مسأله از قدمت بحث رسانه ها در کشورهای غربی حکایت می کند و به نسبت همین قدمت، کار رسانه ای بیشتری انجام شده است و طبعاً پیشرفت های قابل ملاحظه ای نیز صورت گرفته است.

▶ رسانه چیست؟

- ▶ پیش از تعریف «رسانه» و بیان ویژگی های آن، ابتدا به **تعریف ارتباط** می پردازیم، که ارتباط نه تنها یکی از عناصر مهم و اساسی زندگی گروهی انسان است، بلکه **سنگ بنای جامعه و هسته اصلی تشکیل ساختمان اجتماعی است**؛ چه اینکه **بدون ارتباط، هرگز فرهنگ پدیدار نمی گشت** و بدون فرهنگ، جامعه لباس وجود بر تن نمی کرد.
- ▶ از این رو، در نظام های اجتماعی کوچک و بزرگ همانند خانواده، اجتماعات روستایی، شهری، کشوری و بین المللی، **ارتباط در انتقال دانش ها و مهارت ها و نگرش و باورها و ارزش ها، نقش برجسته داشته است و می تواند به شکل گیری و تغییر شناخت ها، عقاید، ارزش ها و رفتار انسان منجر گردد.** به همین دلیل، **ارتباط به عنوان یکی از ابزارهای اصلی تغییرات اجتماعی و سیاسی مطرح است**
- ▶ روشن است که **ارتباط خود به خود صورت نمی گیرد**، بلکه نیاز به ابزار است. **رسانه را ابزار ارتباط دانسته اند** و در تعریف آن چنین گفته اند: «رسانه وسیله ای است که فرستنده به کمک آن معنا و مفهوم موردنظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می کند.
- ▶ به عبارت دیگر، رسانه، وسیله حامل پیام از فرستنده به گیرنده است. کتاب، روزنامه، مجله، عکس، فیلم، نوار صوتی و تصویری، رادیو، تلویزیون، ماهواره و... نمونه هایی از رسانه هستند.
- ▶ البته **ارتباط گاهی کلامی** است که در آن پیام ها در قالب رمزهای کلامی به صورت شفاهی و یا به شکل نوشتاری منتقل می گردد و گاه **ارتباط غیر کلامی** است که در قالب رمزهای **غیر کلامی مثل طراحی، نقاشی و موسیقی** منتقل می گردد.

امروزه با توجه به اهمیت و جایگاه بالای **وسایل ارتباط جمعی** در تمامی کشورها و نقش حساس، مهم و تاثیرگذار آن در **مسایل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی** می توان از آن به عنوان مهمترین ابزار تاثیر گذار در جامعه نام برد.

بنا به تعریف بسیاری از دانش پژوهان و متفکران، **عصر حاضر** را با نامهایی **مانند 'عصر تکنیک'**، **'عصر ارتباطات'**، **'دهکده جهانی'** و **'یا رهبری از راه دور'** نامیده اند

که **براساس اصل رقابت** بین نهادها، تلویزیون ارتباط تنگاتنگی با نظام های آموزشی و خانواده داشته و این رسانه تلاش می نماید تا جایگاه مهمی در هدایت و کنترل افراد جامعه داشته باشد.

براین اساس ، رسانه که در بین **رسانه ها از تاثیرگذاری بیشتری** برخوردار است هم می تواند **باعث گمراهی و هم نیز باعث سعادت نسل آینده** شود.

رسانه ها نیروهای محرک در روند توسعه یک جامعه هستند که می توانند زیر ساخت های فکری - فرهنگی مناسب از قبیل ایجاد کار گروهی، فرهنگ تفکر ، فرهنگ کار آفرینی ، آینده نگری فرهنگ صادرات ، فرهنگ نظم و حسابگری و غیره را در جوامع رواج دهند.

▶ در واقع رسانه ها ابزار اصلی انتقال اطلاعات و ایده ها در سطح جوامع هستند که می توانند هرروز با خلق ایده و تفکری جدید و ترویج آن به روند توسعه جامعه کمک کنند.

▶ امروزه رسانه ها تعریف گسترده ای پیدا کرده اند ؛ یعنی رسانه مانند گذشته فقط منحصر به تلویزیون و رادیو و روزنامه و مجله و غیره نیست، بلکه به سبب انبوه و فراوانی آن به **رسانه های فردی** نیز تبدیل شده اند.

▶ بنابراین نقش آفرینی رسانه ها بیشترین تأثیر را در تربیت یک جامعه به عهده دارند، به خصوص اینکه جامعه ما، جامعه جوانی است.

▶ رسانه ها می توانند اخلاق و رفتار اجتماعی، سیاسی و اقتصادی ویژه ای را در جامعه ایجاد کنند

▶ و به همین منظور در بسیاری مواقع از پدرها و مادرها و مدرسه و کتاب و دفتر و معلم در تربیت و شکوفایی نسل جوان، پیشی می گیرند.

▶ در واقع می توان گفت، رسانه مانند شمشیر دو لبه ای است که یک لبه آن بسیار مفید و لبه دیگر غیر مفید و مضر است.

▶ رسانه هم می تواند باورهای اصیل الهی را در انسان تقویت نماید و هم باورهای الهی و مطلوب را خدشه دار کرده و او را منحرف سازند و این همان هدف غربی ها و دشمنان اسلام است که با داخل کردن و فرستادن فیلم های ویدئویی یا اینترنتی مبتذل می خواهند باورهای حسنه آنها را از بین ببرند.

▶ برای مثال تاثیر ماهواره بر فرهنگ

▶ **گسترش روز افزون ماهواره ها** ، گسترش بی بند و باری و به وجود آوردن فساد فراگیر در جامعه و به انحطاط کشیده شدن برخی جوانان و تمایل به مد گرایی و غیره همه و همه نشان از هدفمند بودن این تهاجم از طرف دشمنان است.

▶ اما در این خصوص این بار دشمن با استفاده از **روش های نرم افزاری فکری و تبلیغی** بر خلاف دوره قبل که **مردان را مورد حمله** قرار می داد **قلب جامعه یعنی زنان و جوانان** را هدف گرفته است.

▶ به همین منظور **بسیاری از جامعه شناسان** معتقدند که **پایه های هر جامعه** ریشه در ارزشها و نظام عقیدتی آنها دارد .

▶ بنابراین برای از بین بردن ارزش های هر جامعه کافی است تا فرهنگ آن جامعه را تضعیف کرد، با این کار افراد جامعه از خود بیگانه شده و بر خلاف آنچه که حقیقت فرهنگی آنها را تشکیل می دهد رفتار می کنند.

▶ به همین منظور رسانه ها می توانند در بسیاری از جهات نقش موثر یا مخرب داشته باشند از جمله بر نوع پوشش و حجاب و مد گرایی در دختران و پسران یک جامعه.

▶ در این ارتباط رسانه هایی مانند تلویزیون ، سینما و ماهواره به عنوان پر طرفدار ترین و آسان ترین رسانه از نظر دسترسی به آنها نقش عمده ای را در این قضیه ایفا می کند.

➤ **ضرورت توجه رسانه ها به امنیت اجتماعی**

➤ **رسانه ها رکن مهم پایداری اجتماعی هستند** و هر چقدر بتوانیم کمک کنیم که رسانه ها وسیع تر، متنوع تر و کارآمدتر شوند به **پایداری اجتماعی مدد** رسانده ایم.

➤ تردیدی نیست که **هر چقدر آزادی فکر باشد**، رسانه ها هم می توانند قدرت **گرفته و حضور جدی تری** در زندگی افراد داشته باشند و از این جهت داشتن نظاماتی برای آن مهم است تا قاعده مند شود و رسانه ها مسئولانه به آزادی توجه کنند تا فضای رسانه عاقلانه تر و شیرین تر شود.

➤ **رسانه ها فرصت های طلایی برای نقدهای منصفانه** ایجاد می کنند گفت: نقدی که باعث می شود **فرصت** تخریب برای افراد فرصت طلب از بین برود.

➤ **رسانه ها را طلایه داران جبهه آگاهی و چشم بینا و زبان گویای مردم** است، رسانه ها وجدان بیدار جامعه و **تصویرگر زمان** هستند که سلامت فکری و فرهنگی جامعه، مرهون تلاش های خستگی ناپذیر آنهاست.

➤ بی تردید رسانه ها نقش و جایگاه بسیار مهمی در ارتقا و پیشرفت جامعه و آگاهی بخشی به مردم دارند و **وظیفه اصلی آنها رشد و اعتلای جامعه در عرصه فکر و اندیشه است**.

از کارکردهای اساسی رسانه ها، اطلاع رسانی از وقایع است که در محیط اجتماعی روی می دهد.

این رسانه ها هستند که می توانند جامعه را در مسیر درست و صحیح خود قرار داده و نقش مهمی در تحقق پیشرفت و عدالت ایفا کنند.

در عصر ارتباطات هیچ حادثه ای هر چند در دورترین مناطق جهانی باشد منحصر به یک منطقه جغرافیایی نیست و از این رو **سه ویژگی ، فرا زمانی، فرا مکانی و سرعت فوق العاده** از خصیصه های وسائل ارتباط جمعی است.

پیشرفت بهت انگیز **وسایل ارتباط جمعی** در قرن حاضر جهان را به **دهکده کوچکی** تبدیل کرده است که انسان ها امکان اطلاع یابی از همه وقایع و حوادث جهان را به طور سریع و جامع دارند.

امروزه تمامی ابعاد زندگی فردی و اجتماعی انسان ها در رسانه ها رسوخ کرده و از خصوصی ترین رفتار انسان ها تا بزرگترین تغییرات نهادهای اجتماعی وساختارهای فرهنگی و سیاسی از طریق رسانه ها ارائه می شود.

▶ رسانه تلویزیون

▶ به توجه پیشرفتهای سریع فن آوری در دنیای معاصر در **زمینه ارتباط و تلویزیون**، به عنوان یک **رسانه جمعی** و نیز تأثیرات آن در جامعه پذیری و تغییرات گوناگون رفتاری ناشی از آن در افراد؛ از دیدگاه صاحب نظران مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

▶ همچنین رابطه زمان فراغت افراد با تماشای برنامه های تلویزیونی و پدیده های ناشی از آن، و تأثیر این جعبه سحرآمیز بر افکار عمومی بررسی خواهد شد.

▶ در این نوشتار، سعی بر آن است که **نقش تلویزیون** به عنوان ابزاری جهت آشکارسازی مسائل مختلف و چگونگی تأثیر برنامه های تلویزیونی بر مخاطبان با دقت و ظرافت خاصی بیان شود و سرانجام در زمینه اینکه تلویزیون باید به عنوان یک وسیله سرگرمی به شمار آید یا یک وسیله آموزشی و یادگیری، اطلاعاتی موضوع مورد بررسی قرار خواهد گرفت .

▶ اهمیت تلویزیون

▶ **تلویزیون** یکی از رسانه های **قدرتمند ارتباط جمعی** به شمار می آید. این ابزار، به دلیل ویژگیهای منحصر به فرد خود قادر است پیامهای تصویری را به دورترین نقاط منتقل کند و تعداد بیشماری از افراد را در سراسر دنیا مورد خطاب قرار دهد.

▶ **تلویزیون به عنوان یک ابزار مهم ارتباطی** می تواند در **هوشیارسازی، سازماندهی، سیاسی گری و تکنیک دهی** نقش مهمی داشته باشد.

▶ **تأثیر پیام این ابزار قدرتمند بر افکار عمومی و عملکرد آن را**، بویژه از نظر تربیتی و جامعه پذیری نباید از نظر دور داشت.

➤ **پیدایش تلویزیون در ایران و جهان**

➤ نخستین فرستنده تلویزیونی جهان در سال ۱۹۳۶ میلادی در انگلستان راه‌اندازی شد. تلویزیون در ایران در سال ۱۹۵۸ میلادی افتتاح گردید.

➤ بخش آموزشی **تلویزیون ایران در آبان ۱۳۴۳** پایه‌گذاری شد؛ ولی به علت نارسایی‌های فنی و فقدان امکانات لازم، فعالیت‌های آن پس از مدتی متوقف گردید.

➤ در سال ۱۳۵۲، این بخش فعالیت خود را از سر گرفت؛ اما باز هم به دلیل سیاست‌های بکار گرفته شده توسط رژیم گذشته و عدم تبیین اهداف آموزشی نتوانست جایگاه مطلوبی در نظام تعلیم و تربیت ایران به دست آورد.

➤ **بررسی تاثیر تلویزیون از ابعاد گوناگون:**

➤ **تلویزیون و اوقات فراغت**

➤ مهمترین پدیده مربوط به تلویزیون از دیدگاه جامعه‌پذیری، کمیت زمان تماشای تلویزیون است بدین معنی که در جوامع پیشرفته، **افراد بیشترین زمان فراغت خود را به جای معاشرت با دوستان، معلمان و یا بزرگسالان، به تماشای تلویزیون می‌گذرانند.**

➤ **کارل ریموند پوپر (دانشمند اتریشی)** درباره تأثیرات منفی ناشی از تماشای طولانی تلویزیون اظهار می‌دارد که گذراندن وقت بیشتر برای تماشای تلویزیون، نشان‌دهنده علاقه کمتر به مطالعه است و به احتمال زیاد، فرد را کاهل و از نظر روانی، منفعل بار می‌آورد و یا به مسائلی نظیر خشونت، پرخاشگری و ترس از خشونت واقعی مبتلا می‌سازد.

➤ واقعیت این است که **برنامه‌های تحریک‌کننده تجاری حاکم بر تلویزیون، در جامعه‌پذیری نسل جوان تأثیرگذاری منفی** به همراه دارد.

➤ **اما پوپر** در این زمینه به نکته‌هایی اشاره می‌کند. از نظر او بروز پدیده‌هایی نظیر تعصبات فرهنگی، خشونت در برابر بیگانگان و ترس و نفرت از آنها در کشورهای رواندا، یوگسلاوی و الجزایر، هیچ رابطه خاصی با تماشای تلویزیون از سوی افراد این کشورها ندارد و یا نمی‌توان کاستی‌های دموکراسی و رژیم‌های استبدادی را در بعضی از کشورها به استفاده زیاد مردم از تلویزیون نسبت داد.

➤ گسترش رسانه‌های ارتباط جمعی، بویژه تلویزیون، اغلب به موازات اوقات فراغت افراد صورت می‌گیرد. این رسانه‌ها فراغت را به قشرهای مختلف اجتماعی سوق داده و آن را به یک پدیده فراگیر تبدیل نموده‌اند. **با صنعتی‌شدن جوامع**، تفریح جای خود را به تماشای صرف داده است و پدیده تماشا، خود در ساخت سلسله مراتب اجتماعی نقش مهمی بر عهده دارد

▶ کارل پوپر

▶ **سر کارل رایموند پاپر** (به آلمانی: Karl Popper) (زاده ۲۸ ژوئیه ۱۹۰۲ - درگذشته ۱۷ سپتامبر ۱۹۹۴) فیلسوف علم، منطق دان، ریاضی دان و اندیشمند اتریشی-انگلیسی و استاد مدرسه اقتصاد لندن بود. او یکی از بزرگ‌ترین فیلسوفان علم سده بیستم به حساب می‌آید و آثار زیادی در فلسفه سیاسی و اجتماعی از خود باقی گذاشته‌است. پاپر به دلیل کوشش‌هایش در رد روش علمی طرفداران کلاسیک مشاهده/استنباط (اثبات‌گرایان) از طریق پیشبرد روش ابطال‌پذیری تجربی، مخالفت‌اش با دانش برآمده از قیاس و استدلال کلاسیک (ارسطویی-افلاطونی) و دفاع از خردگرایی انتقادی، بنیادگذاری نخستین فلسفه انتقادی غیر توجیه‌گرانه در تاریخ فلسفه و دفاع نیرومندش از لیبرال دموکراسی و اصول انتقادگرایی اجتماعی که به نظر او امکان ظهور جامعه باز را فراهم کردند، شهرت دارد

▶ ابطال‌پذیری

▶ **نظریه ابطال‌پذیری پوپر** در حال حاضر پذیرفته‌ترین معیار، برای تمایز علم از شبه علم می‌باشد. طبق این نظریه تنها نظریاتی علمی محسوب می‌گردند که خود را در معرض آزمایش و رد شدن قرار دهند و نظریاتی که تحت هر شرایطی درست می‌باشند علمی محسوب نمی‌شوند. **از نظر پوپر هر چه یک نظریه بیشتر خود را در معرض خطر رد شدن (از طریق پیش‌بینی‌های دقیق) قرار دهد علمی تر است.**

تلویزن و تأثیر بر افکار عمومی

گفته شد که صنعت تماشا می‌تواند **طبقه‌بندی‌های اجتماعی جدید و مستحکمی** را به وجود آورد. این امر در زمینه‌های مختلف سیاسی، هنری، مذهبی و نظایر آن صورت می‌پذیرد. برای مثال، گاهی فعالیت ورزشی در تلویزیون، نوعی نمایش به حساب می‌آید. فرد ممکن است خود را صرفاً به این دلیل ورزشکار بداند که ساعات متمادی تعطیلات پایان هفته را به تماشای مسابقات فوتبال می‌گذراند، اسامی تمام برندگان و قهرمانان بازی‌های المپیک را از حفظ می‌داند و در او نوعی همانندسازی رفتاری با آنها ایجاد می‌شود.

در واقع می‌توان گفت که **سوء استفاده از اوقات فراغت مردم، برای عده‌ای خاص به مسأله‌ای تجاری** تبدیل شده است. مثال دیگر، **موقعیت ستارگان عالم هنر** است که از طریق صنعت تماشا، به طور چشمگیری تعالی یافته است. گرچه رسانه‌های ارتباط جمعی به خودی خود ستاره‌گری را به وجود نمی‌آورند، اما آن را حمایت می‌کنند و تا حدود زیادی مقبول جلوه می‌دهند و موجب افزایش محبوبیت ستارگان در میان افراد جامعه می‌شوند؛ پس توسعه صنعت ارتباطات، امتیازات خاصی را برای این دسته از افراد در پی داشته است. به این ترتیب می‌توان ادعا کرد که پیدایش طبقات ممتاز، در گرو عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی، بویژه تلویزیون است.

به همین ترتیب، **تغییراتی که در اطلاع‌رسانی مسائل سیاسی** در اثر تماشای تصاویر تلویزیونی ایجاد می‌شود، یکی از نمونه‌هایی است که تأثیر این رسانه را بر **افکار عمومی به طور کاملاً محسوس** نشان می‌دهد.

اکثر تحلیل‌گران برنامه‌های تلویزیونی بر این باورند که تلویزیون، ماهیت افکار سیاسی را دگرگون کرده است. جهت‌گیری افکار عمومی دیگر بر اساس ارزیابی‌های عقلانی از مسایل موجود نیست؛ بلکه واکنش‌های توأم با احساساتی است که به دنبال **درک القایی ناشی از تماشای تصاویر تلویزیونی** ظاهر می‌شود.

ارائه تصاویر مربوط به **مسائل اقتصادی و تجاری نیز دستخوش تغییرات است**. برای مثال، امروزه تبلیغات اقتصادی با توجه به عملکردهای منطقی صورت نمی‌گیرد و انتخاب خریداران نیز بر اساس داوری آنان از ارزش نسبی محصولات تجاری و اقتصادی نیست؛ بلکه با توجه به **احساس و هیجانی** است که تصاویر تبلیغاتی در آنها به وجود می‌آورد.

▶ کارکرد فرهنگی

- ▶ اگر فرهنگ را مجموعه ای منسجم از آراء، عقاید، ارزش ها، هنر، آداب و رسوم که توسط غالب افراد جامعه پذیرفته شده است و از نسلی به نسل دیگر منتقل می شود بدانیم که ارائه مباحث نظری درباره هر یک از موارد یادشده را می توان کارکرد فرهنگی رسانه ها به حساب آورد.
- ▶ امروزه بسیاری از افراد بخش عمده معلومات خود را مرهون برنامه های **رادیویی و تلویزیونی و یا بهره گیری از رسانه های نوشتاری** هستند و این امر در مورد قشر کودک و نوجوان به آسانی قابل مشاهده است؛ زیرا آنان بیش از دیگر اقشار وقت صرف دیدن تلویزیون می کنند.

▶ کارکرد سیاسی

- ▶ در عصر حاضر، رسانه ها با بهره گیری از قدرت تأثیر فوق العاده خود، به راحتی می توانند جریانات و گرایش های سیاسی را برای مخاطبان خود راهبری یا تبیین کنند.
- ▶ **عینی ترین کارکرد رسانه ها** در دنیای امروز در همین بخش ظاهر شده و به **تعبیر تافلر** بشر امروز کاملاً از رسانه ها منفعل است، بخصوص در بعد دموکراسی و امور سیاسی آینده تمام نمای رسانه هاست.
- ▶ چه کسی است که نداند **ابر رسانه ها کاملاً در اختیار گرایش های سیاسی صهیونیسم بین المللی** بوده و اجراکننده برنامه های سیاسی مورد علاقه آن ها هستند؟
- ▶ **با یک نگاه گذرا به تاریخ سیاسی معاصر**، به خوبی می توان دید که بسیاری از **منازعات و کشمکش های سیاسی** با یاری و یا هدایت و **پرچم داری رسانه ها** تبدیل به جریانات قومی سیاسی شده و یا تعدیل و حتی خاموش گردیده اند.

▶ کارکرد اطلاعاتی

- ▶ امروزه قسمت عمده ای از انتظارات مخاطبان رسانه ها، دریافت اخبار و اطلاعات روزمره است. از این نظر، رسانه های جمعی را دارای حضور بسیار جدی و مؤکد در متن زندگی خود می دانند.
- ▶ افراد جامعه غالباً اطلاعات لازم را از طریق رسانه های نوشتاری و تصویری و یا صوتی به دست می آورند. برای مثال، اگر هر فرد بنا به گرایش هایی که آن ها دارند هرچند نخواهد از برنامه های تلویزیونی بهره بگیرد، دست کم اخبار آن را مورد توجه قرار می دهد.

▶ کارکرد تفریحی

- ▶ شنیدن و دیدن فیلم ها، نمایش نامه ها، مسابقات و سرگرمی ها، سرودها و اشعار مفرح که از طریق رسانه های صوتی و تصویری پخش می شوند، در کنار مطالعه و ملاحظه قصه ها، که در مطبوعات چاپ و منتشر می گردند، قسمت زیادی از اوقات فراغت افراد را به خود اختصاص داده اند، به گونه ای که **امروزه بسیاری از افراد برای پر کردن اوقات فراغت خود به رسانه پناه می برند** و از طریق مشاهده برنامه های تفریحی، خود را سرگرم می کنند.
- ▶ **برای مثال، در کشور خود ما ایران**، بسیاری از افراد به جای مبتلا شدن به برخی راه های انحرافی و سرکردن با گروه های کجرو، ترجیح می دهند در منزل و با بهره گیری از برنامه های ورزشی و تفریحی، اوقات فراغت خود را پر کنند.
- ▶ استقبال از شبکه های «تهران» و «سوم» خود گواهی دهنده این واقعیت است؛ زیرا شبکه های مذکور عمدتاً برنامه های تفریحی و سرگرمی ارائه می دهند.

تلویزیون، سرگرمی کودکان

کودکان به علت صرف وقت زیاد برای تماشای برنامه‌های تلویزیونی که تا پاسی از شب ادامه می‌یابد، صبحها با تأخیر به کلاس درس می‌روند و خواب‌آلود هستند.

تحقیقات نشان می‌دهد که **اکثر این افراد دارای بهره هوشی پایین تر از حد طبیعی هستند و عملکرد نامطلوبی در مدرسه دارند** خوابیدن این کودکان معمولاً در خانواده‌هایی مشاهده می‌شود که کنترل ویژه روی کودکان خود ندارند. این گونه کودکان، بدون تماشای تلویزیون نیز وضعیت درسی مناسبی ندارند و در کلاس درس بی‌توجه و خواب‌آلودند.

تماشای متمادی تلویزیون سبب انفعال جسمانی و روانی کودک نیز می‌شود و در نتیجه، اغلب کودکان فرصت کمتری برای فعالیتهای پرتحرک و معاشرت با همسالان خود دارند. در واقع تلویزیون عملاً جایگزین فعالیتهایی می‌شود که کودکان می‌توانند و باید به طور مستقیم درگیر آنها شوند. بازی، مطالعه، شرکت در مسابقات ورزشی و ... از جمله سرگرمی‌های مثبتی هستند که کودکان با عادت به تلویزیون از آنها باز می‌مانند.

تلویزیون و یادگیری کودکان

ویلبر شرام عقیده دارد که یادگیری از طریق تلویزیون، اغلب امری تصادفی است؛ یعنی فرد هنگام تماشای تلویزیون به منظور سرگرمی و تفریح، بدون آنکه در پی کسب معلومات باشد، مطالبی را ناخودآگاه می‌آموزد.

اکثر بینندگان معمولاً به خاطر کسب آگاهی و معلومات به تماشای تلویزیون نمی‌پردازند؛ بویژه درصد کودکانی که منظور آنها از تماشای تلویزیون کسب معلومات باشد، بسیار ناچیز است. مثلاً کمتر کودکی را می‌توان یافت که در سنین اولیه دبستان به تماشای یک کنفرانس مطبوعاتی یا برنامه آموزشی علاقه‌مند باشد.

بسیار گفته شده است که تلویزیون فرآیند یادگیری را تسریع می‌بخشد؛ اما از سوی دیگر، تأثیر این نوع یادگیری ماندگار نیست.

تلوویزیون و دستکاری برنامه‌ها

انتقاد دیگری که بر برنامه‌های تلویزیونی وارد است، دستکاری شدن آنها است

برنامه‌های تلویزیونی نیز ممکن است مانند رسانه‌های مکتوب به نحوی مورد دستکاری قرار گیرند و تصاویر را آن طور که هست به نمایش نگذارند.

باید توجه داشت که «دیدن» همواره نمی‌تواند معیار صحیحی برای فهم حقیقت باشد. افراد باید بدانند که برنامه‌های تلویزیونی چگونه به وجود می‌آیند و بیاموزند که چگونه خود را در مقابل برنامه‌های دستکاری‌شده محفوظ نگه دارند

نکته دیگری که در طراحی برنامه‌های تلویزیونی باید مورد نقد و بررسی قرار گیرد، این است که رسانه‌های ارتباط جمعی، بویژه تلویزیون، جهت ارائه هسته‌های فرهنگی به مخاطب طراحی نشده‌اند؛ بلکه به عکس، فرض آنها بر این است که فرد قبلاً دارای فرهنگی توسعه یافته است و با توجه به آن می‌تواند از میان برنامه‌های مختلفی که تهیه و پخش می‌شوند، مطابق سلیقه‌ها و انتظارات خود به انتخاب پردازد.

درباره وارونه‌سازی وقایع در تلویزیون، بعضی از فلاسفه تلویزیون را نوعی فن‌آوری

وانمودسازی تلقی می‌کند که منطق آن فریبکاری است و با مقوله خواندن و نوشتن که از منطق استدلالی و عقلانی برخوردار است، قرابت چندانی ندارد.

▶ تاثیر رادیو و تلویزیون در آموزش

▶ **نظام تعلیم و تربیت** به عنوان جزئی از نظام‌های ارتباط همگانی است که بعد از **انقلاب صنعتی** در آن تغییرات عمده‌ای در شیوه تدریس و راههای انتقال اطلاعات ایجاد شد و با **ظهور وسایل ارتباط جمعی نوین از جمله رادیو و تلویزیون**، آموزش از انحصار کلاس درس و کتاب بیرون آمد و دامنه وسیع‌تری را به خود گرفت.

▶ **رواج تلویزیون در سه دهه پس از جنگ جهانی دوم دنیای جدیدی از ارتباطات را ایجاد** کرد و این بدین معنا نیست که دیگر رسانه‌ها از میان رفتند، بلکه در سیستمی بازسازی و تجدید ساختار شدند که قلبش از لامپ‌های خلأ و سیمای جذابش از صفحه تلویزیون ساخته شده بود.

▶ **رادیو مرکزیت خود را از دست داد** ولی گستردگی و انعطاف پذیری آن افزایش یافت و سبکها و مضامین خود را با ضرباهنگ زندگی روزمره مردم تطبیق داد.

▶ **روزنامه‌ها و مجلات حالتی تخصصی یافتند** و در حالیکه اطلاعات استراتژیک را در خدمت رسانه فراگیر تلویزیون قرار می‌دادند، به محتوای خود عمق بیشتری می‌بخشیدند یا جلب مخاطب را هدف خود قرار می‌دادند.

▶ **کتاب جایگاه خود را حفظ کرده** هر چند بسیاری از کتابها نا خود آگاه به متون تلویزیونی تمایل داشتند، چیزی نگذشت که فهرست پر فروش ترین کتاب‌ها پر شده از عناوینی که به شخصیت‌های مضامین رایج تلویزیونی اشاره می‌کردند.

▶ به نظر می‌رسد **دلیل اصلی همه گیر شدن تلویزیون**، آسانی و سادگی آن برای مخاطبان است چون مردم در امر یادگیری به آسانترین راه گرایش دارند و این آسانی در آموزش‌های تلویزیونی وجود دارد.

➤ **اهمیت و نقش آموزشی رسانه های ارتباط جمعی:**

➤ در میان رسانه های جمعی، **رادیو و تلویزیون از لحاظ آموزش غیر رسمی، جایگاه ویژه دارند.**

➤ این وسایل به دلیل برد وسیعشان، یکی از بهترین وسایل آموزشی و فرهنگی هستند. کشورهای مختلف، بر اساس نیازهای آموزشی خود می توانند افزون بر آموزش مواد درسی، استفاده های ثمربخشی از رادیو و تلویزیون **در زمینه آموزش غیر رسمی** به عمل آورند.

➤ **آموزش غیر رسمی از طریق امواج رادیو و تلویزیون، می تواند در تمام ساعات شبانه روز شیوه های صحیح کشاورزی، دامداری، بهداشت، حمل و نقل و ترافیک و... را در بر گیرد و در بهبود وضع جامعه مؤثر افتد.**

➤ **دانش آموزان امروزی، بیش از چند هزار ساعت** از وقت خود را در کنار تلویزیون و باتصاویر تلویزیون می گذرانند، این در حالی است که **تنها حدود حدود هزار ساعت** از وقت خود را در **کلاس درس و با معلم** هستند (در طول یک سال تحصیلی حدوداً اگر روزانه شش ساعت در نظر بگیریم متوسط یکسال حدوداً هفت ماه خواهد شد) و این می تواند اهمیت این مساله را دو چندان کند.

➤ **کاربرد رادیو و تلویزیون در آموزش غیر رسمی کشورهای مختلف، شدیداً تابع هدف های توسعه و رشد آن کشورهاست** و از این رو، تفاوت های چشمگیری که در کاربرد و محتوای آموزشی رادیو و تلویزیون در جوامع گوناگون یافت می شود، کاملاً منطقی به نظر می آید.

➤ **در ایالت متحده امریکا،** بسیاری از موسسات آموزشی، ایستگاه های تلویزیونی تاسیس کردند. در این کشور تلویزیون آموزشی را صد در صد درسی می دانستند و برنامه های آموزشی تلویزیون، عکسبرداری از تدریس حضوری معلم و کلاس درس، به شکل خاصی باز سازی شده بود. در واقع این وظیفه تلویزیون، کمک به رفع مشکلات کمی دانش آموز در شرایط کثرت شمار دانش آموزان، کمبود معلم با تجربه، کمبود تسهیلات و کمک در جهت انجام وظایف آموزشی و نظایر آن بود.

چگونگی تاثیر تلویزیون به عنوان ابزار آموزشی

اگر تلویزیون همراه با تمرینها و تکالیف کنترل شده در کلاسهای درس مورد استفاده قرار گیرد، می تواند به عنوان **یک ابزار آموزشی رو در رو تلقی** شود؛ اما باید به خاطر داشت که **نقش تلویزیون به عنوان یک رسانه کمک آموزشی در مدارس، با افزایش سن کودکان کم رنگ می شود.**

در مقطع **ابتدایی** میزان این عملکرد **۷۰٪** است؛ در حالی که در مقطع **راهنمایی** به کمتر از **۵۰٪** و در مقطع **دبیرستان** به کمتر از **۴۰٪** تقلیل می یابد. علت این سیر نزولی آن است که محتوای دروس مقاطع بالاتر تحصیلی، فراتر از محتوای برنامه های تلویزیون است.

پیامهایی که بویژه در دنیای کنونی از طریق تلویزیون به فرد انتقال می یابد، با دانشی که از طریق کتاب یا آموزش شفاهی حاصل می شود، متفاوت است. این مثلاً **چنانچه فرد برای پر کردن اوقات فراغت خود به تماشای تلویزیون پردازد، تمایل او به یادگیری در کمترین سطح است تفاوت، ناشی از شرایط خاصی است که هنگام تماشای تلویزیون به وجود می آید .**

علت دیگر، استمرار در پخش برنامه های تلویزیونی است که فرصت تأمل و تفکر و در نتیجه فهم کامل برنامه ها را از مخاطب سلب می کند و به همین جهت فرد از پیوند دادن مطالب به هم و بازشناسی و بازخوانی مطالب پیشین باز می ماند. این ویژگی تلویزیون را شاید بتوان «اثر دریافت کنندگی صرف» به **طور معمول فعالیت ذهنی را کند و روح انسان را مسخ می کند.**

نکته مهم دیگر این است که رابطه میان تلویزیون و مخاطب، یک رابطه یک سویه است و در این فرآیند پیام رسانی، تعیین نوع پیامها و آگاهی ها در اختیار فرستنده است و گیرنده پیام، به گونه ای خنثی و منفعل آن را دریافت می کند. در این زمینه نمی توان تهیه کنندگان برنامه ها را مورد انتقاد قرار داد؛ زیرا آنها به دلیل محدودیت زمانی و ضرورت تغییر صحنه ها و برنامه ها نمی توانند انتظارات همه مخاطبان را برآورده سازند.

▶ **بطور کلی تلویزیون** می‌تواند به گذران اوقات فراغت، بخصوص در مورد افرادی که دارای **سطح اطلاعاتی پایین** هستند، جهت بخشد، به عنوان **نوعی ابزار خودآموزی** به کار رود و موانع موجود میان طبقات اجتماعی را در پهنه یک کشور از میان بردارد

▶ تحقیقات دیگری نیز **در زمینه یادگیری** از طریق تماشای تلویزیون و یادگیری از طریق رسانه‌های مکتوب به عمل آمده است.

▶ این بررسی‌ها نشان می‌دهد که میان این دو نوع یادگیری تفاوت فاحش و معناداری وجود دارد. **تماشای تصاویر**، با بروز هیجانات، احساسات فن‌آوری‌های نوین و تحول سریع در امر ارتباطات، دگرگونی‌های عمیق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را به همراه آورده و جهان کنونی را به دنیای ارتباطات مبدل نموده است.

▶ تلویزیون به عنوان یک ابزار قدرتمند ارتباط جمعی، مخاطبان بسیاری را در سرتاسر دنیا به خود جذب می‌کند. تحقیقات نشان می‌دهد که افراد، بویژه در سنین کودکی و نوجوانی، بیشترین وقت خود را صرف تماشای تلویزیون می‌کنند.

▶ گرچه این احتمال وجود دارد که **تلویزیون افراد را کاهل و منفعل بار آورد** و یا با مسائلی نظیر خشونت و پرخاشگری آشنا سازد، اما نمی‌توان بروز این پدیده‌ها را تنها به تماشای زیاد تلویزیون نسبت داد، بلکه عوامل دیگری نظیر عوامل فرهنگی و شناختی نیز در دریافتهای افراد و عواطف همراه است؛ **در حالی** کسب اطلاعات از طریق مطالعه، مطالب مکتوب، به استدلال و تفکر منجر می‌شود.

▶ نقش رسانه های جمعی مخصوصا تلویزیون در بهداشت و سلامتی جامعه تحت پوشش

▶ با توجه به تعریف سلامت از طرف سازمان بهداشت جهانی ، میتوان اظهار داشت که موضوع سلامت در جوامع انسانی از مسائل مهم قابل اهمیت و بررسی است.

▶ وسایل ارتباط جمعی در دنیای امروزی ، موجب بسط نفوذ و تاثیر ان در زندگی و جوامع بشری است. تاثیر رسانه های جمعی همواره آگاهانه و به عمد تحقق نمیپذیرد ، بلکه در اکثر موارد انسان بدون انکه قصد آموزش داشته باشد ، در کنار این وسایل قرار میگیرد و از محتوای ان متأثر میشود.

▶ در فلسفه وجودی رسانه میتوان به وظایف و کارکردهایی نظیر نظارت بر محیط ، اشاعه اندیشه و تفکری خاص اشاره کرد. در این راستا رسانه ها از قدرت زیادی برای ترویج ارزش ها و عادات فرهنگ خود به سایر فرهنگ ها به ویژه به فرهنگ های غیر متجانس بهره میبرند. **راز رسیدن به این هدف بهداشت و سلامت عمومی جامعه چیست ؟**

▶ **آیادر عرصه فناوری های جدید علوم میتوان اذعان کرد که سلامت مهمترین پدیده اجتماعی است ؟**
راه رسیدن به سلامت در طول جاده پریچ و خم زندگی بشر ، همواره تحت تاثیر دو فاکتور مهم قرار دارد:

۱ - "دانش"

۲ - "بهداشت"

رسانه های جمعی مهمترین پیام آوران جامعه به شمار میروند.

رسانه های اجتماعی به دلیل تاثیر عمیق اجتماعی - فرهنگی و ابعاد فراگیرش از ارزش ویژه ای برخوردار هستند . رسانه ها از طریق ارائه هنجارهای اجتماعی ، فرهنگی ، اقتصادی ، سیاسی ، بهداشتی ، آموزشی ، اطلاع رسانی ، ... **مخاطبان را با الگویی از روابط انسانی ، اجتماعی ، سلامت آشنا میکند . جامعه و ارزش های ان را دستخوش تغییر میکند .**

بر اساس **نظریه جرج گربرنر** " (استاد دانشگاه آمریکایی و نظریه کاشت **Cultivation Theory** یکی از نظریه های مهم ایشان در مورد **تاثیر تلویزیون بر ذهن است**) اهمیت رسانه ها در تشکیل توده ، بلکه در خلق راه های مشترک انتخاب و نگرستن به رویدادهاست ، که با استفاده از نظام های مبتنی بر تکنولوژی عملی میتوان بر راه های مشترک نگرستن به فهم جهان منتهی گردد . "

▶ **گرایش رسانه ها به تاثیر گذاشتن بر آنچه مردم درباره ان فکر خواهند کرد یا آنچه مهم تلقی میکنند از کارکردهای برجسته سازی رسانه ها " میباشد.**

نظریه کاشت جرج گربرنر

از ویکی‌پدیا، دانشنامه

نظریه کاشت (Cultivation Theory) بر آثار تدریجی و درازمدت رسانه‌ها به ویژه تلویزیون بر شکل‌گیری تصویر ذهنی مخاطبان از دنیای اطراف و مفهوم سازی آنان از واقعیت اجتماعی تأکید می‌کند.

نظریه کاشت که به وسیله **جرج گربرنر** و همکارانش ارائه شده بر آن است که **تماشای تلویزیون نقش مستقلى در مفهوم سازی مخاطبان از واقعیت اجتماعی دارد.**

فرضیه اصلی و گرداننده پژوهش کاشت این است که هر چقدر مردم زمان بیشتری را صرف تماشای تلویزیون کنند، باورها و فرض‌های آن‌ها در مورد زندگی و جامعه بیشتر با پیام‌های مکرر و ثابت در برنامه‌های هنری تفریحی و سرگرمی تلویزیونی همخوان خواهد شد.

نظریه کاشت در پژوهش ارتباطی جایگاه برجسته‌ای داشته و پروژه شاخص‌های فرهنگی بیش از ۳۰۰ سند منتشر شده علمی را تولید کرده‌است. اگرچه پژوهش ابتدایی کاشت به صورت خاص به خشونت تلویزیونی می‌پرداخت، اما بعد از چند سال پژوهش‌ها حوزه گسترده تری را مطالعه کردند و به مسائلی چون نقش‌های جنسیتی، تصور از پیری، جهت‌گیری‌های سیاسی، نگرش‌های زیست‌محیطی، علم، سلامت، دین، اقلیت‌ها، مشاغل و سایر موضوعات پرداختند.

پژوهش‌های مشابهی در آرژانتین، استرالیا، انگلستان، آلمان، مجارستان، اسرائیل، هلند، روسیه، کره جنوبی، سوئد، تایوان و جاهای دیگر انجام شدند

نظریه کاشت جرج گربرنر (۱۹۶۹) بر روش‌هایی تمرکز دارد که از طریق آن رویارویی گسترده و مکرر با رسانه‌ها در طی زمان به تدریج دیدگاه ما را در مورد دنیا و واقعیت اجتماعی شکل می‌دهد.

براساس این نظریه هرچه بیشتر رسانه‌ها را تماشا کنیم دیدگاه ما از جهان شبیه تر به دیدگاه رسانه‌ها از جهان خواهد بود.

گربرنر و همکارانش معتقدند کاشت یک فراگرد بی سمت و سو نیست، بلکه شبیه فراگرد جاذبه‌ای است، هر گروه بینندگان ممکن است در جهت متفاوتی تلاش کنند اما همه گروه‌ها تحت تأثیر جریان مرکزی واحدی هستند. از این رو کاشت بخشی از یک فراگرد دائمی، پویا و پیش‌رونده تعامل میان پیام‌ها و زمینه‌های قبلی است.

رسانه های اجتماعی به دلیل تاثیر عمیق اجتماعی - فرهنگی و ابعاد فراگیرش از ارزش ویژه ای برخوردار هستند. رسانه ها از طریق ارائه هنجارهای اجتماعی ، فرهنگی ، اقتصادی ، سیاسی ، بهداشتی ، آموزشی ، اطلاع رسانی ، ... مخاطبان را با الگویی از روابط انسانی ، اجتماعی ، سلامت آشنا میکند . جامعه و ارزش های ان را دستخوش تغییر میکند.

شعار اصلی سازمان جهانی بهداشت: "پیشگیری بهتر از درمان است"

توجه به پدیده سلامت از ابعاد گوناگون مورد بحث و بررسی خواهد بود.

پوشش خبری و رسانه ای و یا خلا رسانه ای نقش به سرایی در عملکرد مخاطبان خواهد داشت . با توجه به روند رو به رشد تکنولوژی های ارتباطی که به عنوان هسته مرکزی در رسانه های جمعی نقش اساسی ایفا میکنند ، میتوان رسانه را از دیدگاه سلامت به عنوان فاکتوری مهم و اساسی مورد بررسی قرار داد.

در حال حاضر با توجه به اپیدمی ویروس " کرونا " در سطح جهانی میتوان به نقش رسانه های جمعی در بالا بردن شناخت و آگاهی اذهان عمومی و مخاطبان اشاره نمود . البته ناگفته نماند که نقش تبلیغات مخرب و اطلاعات نادرست هم سبب آشفتگی افکار عمومی خواهد بود.

بنابراین به نظر میرسد با برنامه ریزی و دقت نظر بر محورهای اصلی در روند آگاهی عمومی از شناخت بیماری کرونا ، نحوه عمل کرد این ویروس ، روش های پیشگیری ، آموزش نکات بهداشتی و اطلاع رسانی واقعیت به مردم رسانه ها نقش مهمی خواهند داشت.

امید است با همکاری وزارت بهداشت و درمان ، آموزش همگانی ، اطلاع رسانی ، گزارش و عملکرد گروه های درمان ، ارائه روش ها و راهبردهای جدید سایر کشورها ، بتوانیم در کنترل و مهار این اپیدمی برای فردای ایرانی آباد قدم برداریم

نتیجه گیری:

فن آوری‌های نوین و تحول سریع در امر ارتباطات، دگرگونی‌های عمیق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را به همراه آورده و جهان کنونی را به دنیای ارتباطات مبدل نموده است.

این فن آوری‌ها در کنار مزایای متعددی که در بر دارند، ساختارهای اجتماعی را تغییر می‌دهند و سلسله مراتب خاصی را در جوامع به وجود می‌آورند.

از جمله این ساختارها، پیدایش طبقه معدود ثروتمندان است که تصمیم‌گیرنده اصلی امور اجتماعی به شمار می‌روند و معیارها و ارزشهای خود را از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی، بویژه تلویزیون به سایر افراد و طبقات جامعه تحمیل می‌کنند که از میان آنها می‌توان به ستارگان عالم سینما، خوانندگان و ورزشکاران اشاره نمود.

تلویزیون به عنوان یک ابزار قدرتمند ارتباط جمعی، مخاطبان بسیاری را در سرتاسر دنیا به خود جذب می‌کند.

تحقیقات نشان می‌دهد که افراد، بویژه در سنین کودکی و نوجوانی، بیشترین وقت خود را صرف تماشای تلویزیون می‌کنند گرچه این احتمال وجود دارد که تلویزیون افراد را کاهل و منفعل بار آورد و یا با مسائلی نظیر خشونت و پرخاشگری آشنا سازد، اما نمی‌توان بروز این پدیده‌ها را تنها به تماشای زیاد تلویزیون نسبت داد، بلکه عوامل دیگری نظیر عوامل فرهنگی و شناختی نیز در دریافته‌ها و برداشتهای افراد از تصاویر تلویزیون نقش دارند.

بیشتر محققان بر این نکته تأکید دارند که تلویزیون در یادگیری افراد مؤثر است؛ اما این نوع یادگیری ممکن است تصادفی و با هدف سرگرمی صورت پذیرد؛ در حالی که نوع یادگیری از طریق کتاب و رسانه‌های مکتوب،

عقلانی و عمیق تر است انجام‌شده در زمینه نقش تلویزیون در یادگیری نشان می‌دهد که این نوع یادگیری **تأثیر پایداری** در فرد به جای نمی‌گذارد و میان کودکانی که از طریق تلویزیون مطالبی را می‌آموزند و آنهایی که از طریق کتاب و سایر رسانه‌های مکتوب اطلاعاتی به دست می‌آورند، تفاوت چندانی به چشم نمی‌خورد.

- **علاوه بر آن، تحقیقات نشان** داده است که اهمیت تلویزیون به عنوان یک ابزار کمک آموزشی، با افزایش سن افراد و ورود به مقاطع تحصیلی بالاتر، سیر نزولی می‌یابد. به طور کلی برای افرادی که سطح معلومات و اطلاعات بالایی ندارند، تلویزیون در نقش خودآموز عمل می‌کند و در یادگیری آنان مفید و مؤثر است.
- **درباره یادگیری از طریق تلویزیون انتقاداتی نیز مطرح شده است.**
- برخی عقیده دارند که یادگیری از این طریق، **فرصت کافی در اختیار مخاطب نمی‌گذارد** تا با تفکر و تأمل و درک کامل، مطالب را به هم مرتبط سازد و مطالب پیشین را بازخوانی و بازشناسی نماید.
- **انتقاد دیگر** حاکی از آن است که تلویزیون **قدرت تفکر و تعمق** را از فرد سلب می‌کند و در عوض، روند یادگیری او را با احساسات و عواطفی که از تماشای تصاویر تلویزیونی به وجود می‌آیند، تحت تأثیر قرار می‌دهد.
- نمونه بارز آن، نقش تلویزیون در تغییر ماهیت افکار عمومی پیرامون مسائل سیاسی و اقتصادی است که تصمیم‌گیری و اظهار نظر افراد در این زمینه‌ها متأثر از احساسات ناشی از تبلیغات تلویزیونی است. برای مثال، **در جریان انتخابات**، رأی‌دهندگان ممکن است رأی خود را با توجه به تبلیغات تلویزیونی انتخاب کنند.
- **برخی تلویزیون را یک فن‌آوری وانمودسازی می‌دانند** که از منطق اغوا و فریبکاری سود می‌جوید و با خواندن و نوشتن که با منطقی عقلانی همراه است، شباهت درخور توجهی ندارد.
- به عقیده این عده، **تلویزیون واقعیتها را آن طور که باید و شاید به تصویر نمی‌کشاند**؛ این، دوربین است که ماهیت چشم‌اندازهای محدود و وسیع را دستخوش تغییر می‌سازد و مناظر و اشیاء را بزرگ و کوچک می‌نماید و به فرد مجال و آزادی بیان جزئیات و آنچه را که اصل واقعیات است نمی‌دهد.

در مورد آشکار سازی مطالب در تلویزیون گفته می‌شود که **تلویزیون در ارائه برنامه‌های خود میان کودکان و بزرگسالان مرزبندی و تمایزی قائل نیست** و برنامه‌های آن برای عموم یکسان پخش می‌شود.

به همین دلیل **کودکان** از طریق این برنامه‌ها مطالبی را می‌آموزند که **مربوط به بزرگسالان و زندگی بزرگسالی** است و این امر طبیعتاً **زوال دوران کودکی** را در پی دارد
همچنین باید به خاطر سپرد که **برخی از این برنامه‌ها، از پیش دستکاری شده و تغییر یافته‌اند**. همه افراد باید بیاموزند که چگونه خود را در مقابل این نوع برنامه‌ها محفوظ نگه دارند و **تحت تأثیر نگرش حاکم بر آنها قرار نگیرند و دچار انحرافات ناشی از برنامه‌ها قرار نگیرند**.

منبع :

استفاده از مقالات متعدد در بستر اینترنت از جمله استفاده مقالات ارائه شده توسط اساتید:

محسن قانع بصیری: مدیریت توسعه و سیاستهای ارتباطی، نشریه آموزشی خبری مدیریت

مهدی محسنیان‌راد: ارتباط شناسی، انتشارات سروش

منوچهر محسنی و باقر ساروخانی: جامعه‌شناسی وسایل ارتباطی

منظر پورثانی/ کارشناس پرستاری و کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی رسانه

پایان

آبانماه ۱۳۹۹

سلامت و تندرست در پناه خدای مهربان باشید

یوسف هدایی