



تاثیر رسانه بر سلامت روان و سلامت روان در رسانه

شاید شما هم تاکنون در مواجهه با سوال کودکان هنگام تماشای یک فیلم یا مجموعه تلویزیونی خشن به این جمله کلیشه ای که «این هوش فیلمه» بسنده و تصور کرده اید کودک می تواند میان آن چه در قالب تلویزیون می بیند با آن چه در زندگی جریان دارد، تمایز قائل شود.

شاید شما هم تاکنون در مواجهه با سوال کودکان هنگام تماشای یک فیلم یا مجموعه تلویزیونی خشن به این جمله کلیشه ای که «این هوش فیلمه» بسنده و تصور کرده اید کودک می تواند میان آن چه در قالب تلویزیون می بیند با آن چه در زندگی جریان دارد، تمایز قائل شود.

سلامت نیوز: شاید شما هم تاکنون در مواجهه با سوال کودکان هنگام تماشای یک فیلم یا مجموعه تلویزیونی خشن به این جمله کلیشه ای که «این هوش فیلمه» بسنده و تصور کرده اید کودک می تواند میان آن چه در قالب تلویزیون می بیند با آن چه در زندگی جریان دارد، تمایز قائل شود. همین تصور اشتباه بعضی خانواده ها را داغدار کرده است که اخیراً اخبار مربوط به آن در رسانه ها انعکاس یافت.

واقعیت این است که این قبیل اتفاقات نه برای اولین بار است که رخ می دهد و نه آخرین بار. رسانه ها با روان و ذهن انسان کاری می کنند که ممکن است هرگز به عمق آن پی نبریم. تاثیر رسانه گاه به صورت تقلید و الگوبرداری در بیشتر مواقع چنان نرم و ناخودآگاه است که کمتر کسی متوجه آن می شود. بنابراین شاید ضرورت داشته باشد که با توجه به اتفاقات اخیر، درباره تاثیر رسانه بر سلامت روان بیشتر بیندیشیم و به آن اهمیت دهیم.

شاید مهم ترین وظیفه ما در صفحه خانواده و سلامت آگاه کردن خانواده ها به اهمیت تاثیر فیلم ها، مجموعه ها و حتی آثار پویانمایی است که کودکان و نوجوانان روزانه در معرض آن هستند. لازم است خانواده ها محدود کردن ساعت تماشای برنامه های تلویزیون و ممنوعیت تماشای بعضی از فیلم ها را برای فرزندان خود از یک امر تشریفاتی به یک امر ضروری تبدیل کنند. این کار میسر نیست مگر با افزایش آگاهی و اطلاعات والدین از قدرت رسانه ها و افزایش سواد رسانه ای مردم.

تاثیر رسانه بر سلامت روان

ارتباط تنگاتنگ رسانه با سلامت روان غیرقابل انکار است.

رسانه ها همان گونه که قادرند بار فشار روانی شدیدی بر آدمی وارد کنند از این توانمندی هم برخوردارند که مخاطبان را از استرس دور کنند و به آرامش برسانند. تاثیرگذاری محصولاتی که رسانه ها عرضه می کنند حتی در غیاب ابزارها و شاخص های قابل سنجش بر هیچ کس پوشیده نیست. دکتر شهرام خرازی ها مدیر گروه سلامت روانی- اجتماعی دانشگاه علوم پزشکی تهران با بیان این مقدمه ادامه می دهد: وقتی اشخاص شاهد رخدادی باشند و سپس در معرض اطلاعات جدید و گمراه کننده ای درباره آن قرار بگیرند، ممکن است در تشخیص درست از نادرست به اشتباه بیفتند اطلاعات نادرست که تاثیرشان آن گونه که باید ارزیابی نمی شود، ناخودآگاه به مغز افراد هجوم می آورد و تاثیر منفی شدیدی بر ذهن فرد می گذارد.

نکته این جاست که جزئیات تجربه های جدید نه تنها تحت تاثیر اطلاعات تلقینی تغییر می کند بلکه از طریق این اطلاعات باورها و خاطرات کاملاً نادرست در ذهن فرد شکل می گیرد. فرد پس از پشت سر گذاشتن دوران نوجوانی، در دوران جوانی، میانسالی و کهنسالی از رسانه ها و محصولات رسانه ای تاثیر مثبت و منفی می گیرد اما ایده آل آن است که فرد شخصیت خویش را بی هیچ قید و بندی در اختیار رسانه ها و محصولات رسانه ای قرار ندهد بلکه سعی کند از امتیازات رسانه حداکثر بهره را گرفته و از مضرات آن تا حد ممکن فاصله بگیرد. تاثیرپذیری نوجوانان از محصولات رسانه ای به ساختار ناکامل شخصیت آن ها، میزان نوسان پذیری این ساختار، رفتار، نگرش، نحوه برقراری ارتباط و تعامل با خانواده، گروه همسالان، همکلاسی ها، نوع و جذابیت رسانه، زمان، مکان، دفعات مواجهه با محصولات رسانه ای، ساختار ظاهری و محتوایی این محصولات و عوامل بسیار دیگری وابسته است.

سلامت روان در رسانه

به گفته دکتر خرازی ها نکته این جاست که بسیاری از مردم به رسانه ها اعتماد دارند و می پندارند وقتی یک محصول رسانه ای با مجوز مراجع قانونی عرضه می شود خطای کمتری دارد و نظارت موجود بر تهیه این محصولات کافی است. از همین رو وجود و وفور محتوای مخرب محصولات رسانه ای تناقض آمیز و باعث خدشه دار شدن نظام ذهنی، اخلاقی و تربیتی کودکان و نوجوانان شده است.

از سوی دیگر توقع رعایت کامل اصول سلامت توسط اصحاب رسانه، توقع بیجایی نیست اما در عصر حاضر که عصر انفجار اطلاعات نام گرفته این توقع با توجه به رشد بی محابای جمعیت و کثرت رسانه ها و محصولات رسانه ای و مشکلات نظارت بر آن ها تا حدودی ایده آل گرایانه است. دکتر خرازی ها با اشاره به این نکته که حجم محصولات مخرب رسانه ای آن قدر زیاد شده که عملاً باید قدر محصولاتی را که میزان خطاهایشان کمتر است بدانیم و در مواردی حتی از آن ها دفاع هم بکنیم، تصریح می کند: در واقع اپیدمی تخریب سلامتی دامنگیر بسیاری از رسانه ها شده است و گاه اظهرمن الشمس و گاه مخفی و خاموش است.

با آن که همه مسئولان و کارشناسان شعار پیشگیری مقدم بر درمان است را سر می دهند اما هنوز درجه بندی مجموعه ها و فیلم ها در تلویزیون اعمال نمی شود و جای بسی تاسف است که تلویزیون که در کشور ما به عنوان فراگیرترین رسانه شناخته شده است و نقش کلیدی در حفظ و ارتقای سلامت آحاد جامعه دارد، با برنامه های گاه مخرب خود بنیان های سلامت را به تزلزل در می آورد. دکتر خرازی ها با اشاره به حادثه تلخ خودکشی ۲ نوجوان پس از تماشای مجموعه های تلویزیون در ماه رمضان می گوید: علیرضا افخمی پیش از این در اوایل دهه ۸۰ سریال «#171تب سرد» با سوژه آدم ربایی را ساخته بود.

در زمان پخش آن سریال چند جوان اقدام به ربودن کودکی همسن و سال بازیگر خردسال سریال کردند و پس از دستگیری اعتراف کردند که نقشه کودک ربایی را مطابق ماجراهایی این مجموعه تلویزیونی طراحی و اجرا کرده اند. درست است که کنترل و رصد محتوای گفتاری، نوشتاری و تصویری در رسانه ملی کار دشواری است اما حداقل می توان با درجه بندی سنی برنامه ها نسبت به محتوای فیلم ها، مجموعه ها، میزگرد و رپرتاژ به بینندگان آگاهی داد.

کاری که سال هاست در دیگر کشورها انجام می شود اما در کشور ما شورایی به نام شورای سیاست گذاری سلامت در صدا و سیما تعریف شده است که اعضای آن از این سازمان حقوق می گیرند بدون این که عنایت چندانی به اهمیت گروه بندی سنی برنامه های تلویزیون داشته باشند. فراموش نکنید که فیلم های خشونت آمیزی که با آب و تاب و اغراق از تلویزیون پخش می شود تاثیر مخربی روی اذهان کودکان و نوجوانان می گذارد و سبب عادی سازی خشونت می شود.

سواد رسانه ای

به گفته مدیر گروه سلامت روانی- اجتماعی و اعتیاد دانشگاه علوم پزشکی تهران، در حال حاضر که سازمان های مرتبط و مسئول عنایت چندانی به گروه بندی سنی ندارند یکی از راه های پیشنهادی، ارتقای سواد رسانه ای بینندگان تلویزیون است. سواد رسانه ای یعنی مهارت تفسیر پیام های رسانه و رمزگشایی از آن ها و توانایی پی بردن به آن روی سکه محتوای محصولات رسانه ای و تشخیص پیام های زیرپوستی، نهفته و نامحسوس این محصولات که آشکار نیستند و باید پیش از آن که تاثیرات مخرب شان را بر جا گذارند کشف شان کرد.

در واقع سواد رسانه ای حکم یک سپر را دارد که با کمک آن هم می توان جلوی آسیب ها را گرفت و هم می توان پیشروی بیشتری کرد. کسی که از سواد رسانه ای مناسب برخوردار است می تواند دست آفریننده محصول رسانه ای را بخواند و پی به نیت اصلی وی ببرد. درست مثل یک دروازه بان فوتبال که هنگام پنالتی با دقت به چهره و حرکات حریف خیره می شود تا بتواند جهت ارسال توپ به سمت دروازه را حدس بزند و ضربه پنالتی را خنثی کند. کارشناسان معتقدند سواد رسانه ای در عصر فعلی یعنی عصر اشباع رسانه ای یک ضرورت و نیاز روز است.

سهل انگاری و کم توجهی ما در این زمینه باعث شده ما کودکان و نوجوانان را در مقابل این محصولات تنها و بی دفاع بگذاریم. بنابراین ضروری است که وزارت آموزش و پرورش هرچه سریع تر مبحث سواد رسانه ای را با همکاری، همفکری و مشارکت تخصصی ارگان های ذی ربط به ویژه دفتر سلامت روانی- اجتماعی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در کتب درسی تمام مقاطع تحصیلی بگنجاند.