

تاثیر رسانه های "دیداری" و "شنیداری" بر زیبا سازی محیط زیست

محمدجواد کاشانی^۱

^۱ اداره کل آموزش و پرورش استان هرمزگان، ناحیه یک بندرعباس، معاون آموزشی دبستان پسرانه سما دوره دوم

چکیده

مخافظت از محیط زیست وظیفه تمامی اقشار جامعه است. چرا که تهدید جدی در سطح بین المللی متوجه تمام مردم می باشد. تاثیرپذیری مردم از رسانه ها می تواند نگرش آنها را نسبت به محیط اطراف و در واقع محیطی که در آن به زندگی مشغولند تغییر دهد. به همین دلیل رسانه ها تاثیر زیادی در ارتقا سطح کیفی و کمی و همچنین فرهنگی و اجتماعی افراد ایفا می کنند. در همین راستا هدف اصلی این پژوهش تاثیر رسانه های "دیداری" و "شنیداری" بر زیباسازی محیط زیست می باشد. روش تحقیق در این پژوهش، به صورت کتابخانه ای است، بدین شکل که ابتدا با جستجو در پایگاهها و سایت های اینترنتی و بانک های اطلاعاتی و استنادی همانند: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، SID، سیویلیکا، مرکز تحقیقات کامپیوتری و با مراجعه به کتابخانه ای دیجیتالی (کتابخانه ای دیجیتالی نور، دانشگاه پیام نور و دانشگاه تهران) و برخی کتابخانه، با استفاده از کلمات کلیدی تحقیق در بین منابع مختلف با توجه به موضوع انتخابی و تحقیقاتی که انجام گرفته است، کتابها، مقالات، مجلات، پایان نامه ها و سایت های اینترنتی نیز مورد استفاده قرار می گیرد.

واژه های کلیدی: رسانه، دیداری، شنیداری، زیباسازی، محیط زیست

۱- مقدمه

تمامی انسانها و موجودات زنده به نحوی بر محیط اطراف خود تاثیرگذاری بسزایی دارند و تلاش در راستای زیبا نگه داشتن محیط علاوه بر جذاب نمودن شرایط زندگی می تواند بر امنیت زیست محیطی نیز تاثیر گذار باشد. در این میان پیشرفت تکنولوژی و همچنین استفاده از آلاینده های زیست محیطی معزلی است بزرگ که می تواند بشریت را به خطر بیندازد. لذا هر آنچه که تفکر می نمائیم، می بینیم که آموزش در راستای زیبا و تمیز نگه داشتن محیط اطراف فرآیندی مهم است. حال با کمی تامل در جهان اطراف می بینیم سرگرم کننده ترین وسیله ی این اصل مهم، رسانه های دیداری و شنیداری موجود در گوشی های همراه می باشند. چرا که ریشه و اساس این رسانه (دیداری و شنیداری) هنر می باشد و آدمی دوستدار هنر است و توانایی هضم آن را به مراتب بهتر و بیشتر درک خواهد نمود. لذا رسانه های اینترنتی و گوشی های هوشمند که خود یکی از ابزارهای ارتباط جمعی نیز می باشند، در روند زندگی رو به رشد و عاری از هرگونه نازیبایی می تواند مثبت ترین ابزار در دست بشریت باشد.

۲- اهمیت و ضرورت

تاثیر هنر بر فکر و اندیشه انسان امری طبیعی است و بر همین اساس هنر در تحولات درونی فرد نقش زیادی دارد. حداقل از بعد از انقلاب اسلامی حدود ۴۰ سال، تاثیر هنر در ارزش های زندگی با موضوعیت تحقیق و پژوهش افزایش یافته است و مسلما هنر در اعصار گذشته موجب تحولات روحی و روانی انسان گردیده است، اما این اندیشه در بیان احساسات زیبایی شناسانه مورد ارزیابی دقیق و موشکافانه قرار نگرفته است. در این پژوهش سعی بر آن است که هنرهای دیداری و شنیداری در رسانه های اجتماعی از جمله گوشی های همراه و هوشمند مورد ارزیابی تطبیقی قرار گرفته و به تاثیر آنها بر محیط زیست در ساده زیستن و زیبا بودن نیز پرداخته شود.

۳- اهداف

۳-۱- اهداف کلی

- هدف از اجرای این تحقیق تاثیر رسانه های "دیداری" و "شنیداری" بر زیبا سازی محیط زیست می باشد.

۳-۲- اهداف جزئی

- تطابق میان هنرهای دیداری با شنیداری و نقش آنها در جامعه
- شناخت هنرهای (دیداری و شنیداری) و استفاده بهینه از آنها در گوشه های هوشمند همراه
- ایجاد فضای سالم در محیط اطراف زندگی بشر با استفاده از ابزارهای موجود

۴- سوالات

- مطالعه تطبیقی و نمایش نقش هنرهای دیداری و شنیداری چه تاثیراتی در شناخت افراد نسبت به زیبا نگاه داشتن محیط اطراف دارد؟
- چگونه استفاده از گوشه های هوشمند همراه می تواند در شناخت افراد از محیط اطراف تاثیر گذار باشد؟
- استفاده از فضای سالم در روند زندگی بشر چه تاثیراتی دارد؟

۵- فرضیات

- به نظر می آید که شناخت هنرهای دیداری و شنیداری و جداسازی ارزش هر کدام می تواند تاثیرات شگرفی بر اندیشه انسانهای ساکن در کره زمین جهت زیباسازی داشته باشند.
- به نظر می آید که استفاده از گوشه های هوشمند همراه نه تنها می تواند مفید فایده در ایجاد پیام رسانی های اینترنتی باشند، بلکه خود نیز با امکاناتش محیط زیست اطراف را تحت الشعاع (مثبت و منفی) قرار می دهد.

➤ به نظر می آید که محیط زیست سالم در طول عمر انسان تاثیر دارد.

۶- پیشینه

زینب عبدی (۱۳۹۳)؛ دهه ۶۰، دهه شکوفایی و در واقع سرآغاز جدی توجه به محیط زیست در رسانه ها بود که موجب جلب توجه توده جامعه به محیط زیست شد. در ایران نیز توجه به مسائل محیط زیست به ویژه در دهه های اخیر افزایش یافته و به همین منظور قوانینی برای توجه بیشتر به مسائل زیست محیطی در رسانه ها وضع گردیده است. نگرش و تأثیرپذیری مردم از رسانه ها، بر نوع رفتار آنها با محیط زیست تأثیر می گذارد، به همین دلیل رسانه ها تأثیر بسزایی در فرهنگ سازی محیط زیستی مردم و حفاظت از محیط زیست دارند.

روش: در این تحقیق که به روش مروری و کتابخانه ای انجام شده، کوشش شده است تا با بهره گیری از تمامی منابع مرتبط با موضوع، اهمیت رسانه در طرح مسائل زیست محیطی و نهادینه کردن قوانین زیست محیطی و در نتیجه، بسط حفاظت از محیط زیست در اذهان مردم مورد تحلیل نظری قرار گیرد.

یافته ها: آموزش رسانه ای بیشتر به همراه تحقیق در مورد چگونگی یادگیری عموم درباره موضوعات محیط زیستی و آنچه که افراد را در جهت رسیدن به راه حل تحریک می کند از اهمیت بالایی برخوردار است. بر همین اساس می توان گفت توجه به محیط زیست با ارائه راهکارهایی در برنامه های توسعه ای کشور افزایش داشته است.

سیمین قهرمانی فرد و همکاران (۱۳۹۳)؛ محیط زیست در سطح جهانی و ملی در معرض تهدیدهای جدی است. حفاظت از محیط زیست به آحاد جامعه وابسته است. نگرش و تأثیر پذیری مردم از رسانه ها، بر نوع رفتار آنها با محیط زیست تأثیر می گذارد، به همین دلیل رسانه ها تأثیر بسزایی در ارتقاء فرهنگ سازی محیط زیستی مردم و حفاظت از محیط زیست دارند. از این رو تأثیر آنها بر روی ابعاد گوناگون شخصیت مردم، از اهمیت شایان توجهی برخوردار است. براین اساس بررسی نقش رسانه ها در حفاظت از محیط

زیست و تاثیر آنها در رفتار مردم و جامعه، هدف اساسی این پژوهش می باشد. روش تحقیق در این پژوهش، از نوع تحلیلی است و برای این منظور دیدگاه صاحب نظران، کتب، پیشینه مطالعاتی و تحقیقات انجام شده مورد مطالعه، بررسی و تحلیل قرار می گیرد. در این پژوهش آموزش اصلاح الگوی مصرف باید جزئی از آموزش توسعه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی باشد و باید در کشور به طور کامل تثبیت شود و از این رو دولت باید طریقه استفاده درست از منابع را در طرح آموزشی خود مورد توجه قرار دهد.

علی رضا رشیدی، مریم رشیدی (۱۳۹۰)؛ بی تردید شناخت دقیق ماهیت رسانه ها و بررسی توانمندیها و کارکردهای مثبت آنها، سهم فزایندهای در توسعه دانش، فرهنگ، مهارتها و نگرشهای فردی و اجتماعی بشر دارند. توجه به این رسالت مهم، برای دولتمردان، برنامه ریزان و عاملان رسانه های جمعی ضرورتی انکارناپذیر است. براین اساس بررسی نقش رسانهها در حفاظت از محیط زیست و تاثیر آنها در رفتار مردم و مدیران از منظر شکل گیری فرهنگ مصرف، هدف اساسی این پژوهش میباشد. در ابتدای نوشتار به معنا و مفهوم واژه زیست محیطی خواهیم پرداخت و سپس به پیامدهای بحران مصرف بیرویه از منابع طبیعی، در سطح ملی و بین المللی اشاره خواهد شد. در ادامه مهمترین رسالت رسانه ها را مورد توجه قرار خواهیم داد و در انتها به این پرسش خواهیم پرداخت که رسانه ها چگونه میتوانند به طور اخص بر رفتار مدیران درخصوص اصلاح الگوی مصرف تاثیرگذار باشند. روش تحقیق در این پژوهش، از نوع تحلیلی است و برای این منظور دیدگاه ای صاحب نظران، کتب، پیشینه مطالعاتی و تحقیقات انجام شده مورد مطالعه، بررسی و تحلیل قرار می گیرد.

۷- یافته های پژوهش

۸-۱- رسانه

انسان ها و جانوران توسط برخی از اندام های خود می توانند تغییرات محیط اطراف را به مغز منتقل کنند و سپس تصمیمات لازم را بگیرند. این اندام ها عبارتند از چشم، گوش، بینی، زبان و پوست. به هر یک از این اندام ها رسانه یا Media می گویند. انسان ها و جانوران توسط برخی از اندام های خود می توانند تغییرات محیط اطراف را به مغز منتقل کنند و سپس تصمیمات لازم را بگیرند. این اندام ها عبارتند از چشم، گوش، بینی، زبان و پوست. به هر یک از این اندام ها رسانه گفته می شود. به وسایلی که موجب تغییر در هر یک از اندام های چشم، گوش، بینی، زبان و پوست انسان ها یا جانوران گردد، ابزار رسانه گفته می شود که به اشتباه، خلاصه شده آن یعنی رسانه نیز مصطلح شده است. در حالت کلی منظور از رسانه، وسایل ارتباط جمعی از قبیل رادیو، تلویزیون، سینما، روزنامه و خبرگزاری و سایت خبری است که عموماً به عنوان رسانه از آن ها یاد می شود. به رسانه های اینترنتی و تعاملی و تحت موبایل مانند فیس بوک و تلگرام و غیره، شبکه های اجتماعی می گویند. برخی از ابزارهای رسانه را می توان به صورت زیر نام برد:

- منبر، تریبون
- عکس، کتاب، روزنامه
- رادیو، تلویزیون، سینما
- اینترنت

یادآوری می شود طبق تحقیقات انجام گرفته انسان ها و جانوران ۹۰٪ تغییرات محیط اطراف خود را توسط دو اندام چشم و گوش به «مغز» منتقل می کنند (ازکمپ، استوارت).

۲-۸- نقش رسانه

یکی از خصال مهم که درست در مقابل خودخواهی قرار دارد و سرچشمه بسیاری از خوبی هاست، داشتن روح احساس مسئولیت در برابر دیگران است. این ویژگی، آدمی را از حصار بی تفاوتی، خود محوری و جناحی و گروهی بیرون می آورد و بین برنامه های خود و سرنوشت و سعادت دیگران پیوندی عمیق برقرار می کند. گسترش فضایل و کمالاتی چون: خیرخواهی برای مردم، اهتمام به امور مسلمانان، یاری مظلومان، دفاع از حقایق و ارزش ها، امر به معروف و نهی از منکر، افشای جنایات استکبار و نفاق، انسان دوستی و مردم گرایی که در تعالیم حیات بخش اسلام مورد تأکید قرار گرفته اند، از جمله نقش آفرینی های مثبت رسانه هاست (اصول کافی، ج ۳، ص ۲۳۸).

۳-۸- رسانه های دیداری

تلویزیون و ماهواره، انواع تصاویر، کتاب ها، مجله ها، راهنماهای مطالعه، نمودارها، نقشه ها، پوسترها، کاریکاتورها، روزنامه ها، سینما و فیلم، اینترنت، منبر.

۴-۸- رسانه های شنیداری

رسانه های شنیداری: رادیو، نوار شنیداری (حلقه ای، کاست، سی دی)، صفحه، رادیو، تلفن و کارت شنیداری. امروزه کمتر کسی است که به نقش رادیو در شکل دهی به افکار عمومی و تقابل رسانه ای میان کشورها و جمعیت های سیاسی واقف نباشد برخی صاحب نظران تا آنجا پیش رفته اند که یکی از دلایل فروپاشی بلوک شرق و شوروی سابق را فعالیت رادیو آزادی دانسته اند.

۱-۴-۸- رادیو

رادیو را می توان برحسب پخش و قدرت، طبقه بندی کرد. رادیو رسانه ای است صوتی که با استفاده از امواج به انتقال مطالب می پردازد. رادیو با تمام فایده هایش، که از جمله آن ها دسترسی همیشگی (حتی بدون برق) است، دارای نقایصی است، رادیو از نعمت تصویر بی بهره است و مسؤولان و مجریان رادیو باید تمام توان و

نیروی هنری خود را صرف صدا کنند تا از این طریق فضا سازی مناسبی در ذهن شنونده ایجاد شود. شنونده اگر از موسیقی برنامه خوشش نیاید دیگر رادیو کارآیی خود را از دست می دهد. اما همین مسأله اگر در مورد تلویزیون به وجود آید با قطع صدا همه چیز را از دست نمی دهد، بلکه می توان کماکان از تصویر استفاده کرد و لذت برد.

۵-۸- تاثیر رسانه ها بر زیباسازی محیط اطراف

رسانه ها در ترویج الگوی صحیح مصرف و همچنین اطلاع رسانی آن به سایر مردم در شهرها و روستاها نقش بسزایی دارند و هدف اصلی آنها در راستای زیباسازی و امنیت اجتماعی و دوری از هرگونه آلودگی در شهرها می باشد. آنها با تبلیغات دیداری و شنیداری که در اختیار و سعی در کاهش حجم تولید زباله دارند، بسیاری از پسماندهای تولید شده مصداق طلای کثیف می باشد و با ورود آنها به منابع زیر زمینی اکوسیستم را تحت شعاع قرار داده و منجر به بیماری های زیاد و گاهای لاعلاجی می گردند. حال در نظر داشته باشید که رسانه ها با توجه به این موضوع بر روش صحیح جمع آوری پسماند در شهر تاکید می کنند و خواسته و ناخواسته به زیباسازی محیط زیست کمک می نمایند.

آزمون پیرسون با ۹۹ درصد اطمینان رابطه مثبت و معنی داری را بین عوامل فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، نقش رسانه ها، مشارکت و آموزش شهروندی و پذیرش مدیریت پسماند نشان داد. با توجه به عوامل فوق می توان از همکاری شهروندان در مدیریت پسماند (تفکیک زباله ها و غیره) استفاده بهینه نمود. لذا این همکاری به واسطه رسانه ها اطلاع رسانی می گردد (شقایق خیری و اکرم آزاد ارمکی، ۱۳۹۳؛ ص ۶۷)

۸- نتیجه گیری

در پایان باید وظیفه اصلی رسانه های دیداری و شنیداری را جدای از اطلاع رسانی دقیق و به موقع ایجاد فضای متنوع و شاد و دلپذیر میان عموم مردم دانست. اگر چنین تصور کنیم که مسئولین به شیوه دستوری جهت زیباسازی شهر و محیط اطراف تلاش می نمایند شاید درصد همکاری میان برخی از افراد کمتر شود، لذا رسانه ها به واسطه ی هنری که دارن و با رنگ و لعاب و موسیقی و شعر این وظیفه مهم را بر دوش

کشیده و سعی در همراهی محیط زیست دارند. چرا که همین محیط زیست برای مسئولین رسانه ها نیز فضای کاری و زندگیشان را تشکیل می دهد.

منابع

- اصول کافی، ج ۳، ص ۲۳۸.
- ازکمپ، استوارت، (۱۳۷۶)؛ روانشناسی اجتماعی کاربردی، ترجمه فرهاد ماهر، مؤسسه انتشارات به نشر، ۹۶۴-۳۳۳-۷۱۸-۹۰-ISBN-آدینه بوک
- خیری شقایق، آزاد ارمکی اکرم (بهار ۱۳۹۳)؛ شناسایی عوامل موثر بر پذیرش مدیریت پسماند توسط شهروندان شهر تهران، دوره ۶، شماره ۱۷، از صفحه ۶۷ تا صفحه ۷۹.
- رشیدی، علی رضا؛ رشیدی، مریم؛ (مرداد و شهریور ۱۳۹۰)، بررسی نقش رسانه ها در حفاظت از محیط زیست و تأثیر آنها در رفتار مردم و مدیران از منظر شکل گیری فرهنگ مصرف، شماره ۵۵ و ۵۶ از ص ۳۱ تا ۴۳.
- عبدی، زینب (۱۳۹۳)؛ نقش و کارکرد رسانه های جمعی در طرح مسائل زیست محیطی، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی، دوره ۱۴، شماره ۵۵.
- قهرمانی فرد، سیمین؛ فاطمه ناصحی و علی خالق خواه، ۱۳۹۳، نقش رسانه ها در حفظ محیط زیست، اولین کنفرانس ملی آلودگی های محیط زیست با محوریت زمین پاک، اردبیل، انجمن مردم نهاد حیات پاک.
- منبع خبر : سایت خبری شعار سال /۱۵۹۰۱۵/ <http://shoaresal.ir/fa/news/>