



تأثیرهای کلی رسانه‌های چاپی

بر

جوانان و جامعه

رسانه‌های چاپی واسطه‌ای قدرتمند برای ارائه اطلاعات و ارتباطات به‌شمار می‌آیند و یکی از مهمترین ابزار جامعه برای کمک به همه افراد در ارتباط گرفتن و بستگی داشتن است. رسانه‌های چاپی در اصل، ابزاری هستند که برای دریافت اخبار و اطلاعات، تبلیغات، برنامه‌های بازاریابی، سرگرمی، ابراز عقیده و انتقاد، هنر و استعداد، و دیگر کنشهای انسانی مورد استفاده قرار می‌گیرند.

اما این رسانه‌ها صرف‌نظر از مزیت‌هایشان، ممکن است در ارائه اطلاعات و داده‌های نادرست و گمراه‌کننده نقش در خور توجهی ایفا کنند. گرچه ممکن است متوجه این موضوع نشویم، اما بسیاری از رفتارها و ادراک ما در تأثیر تصویرهایی قرار می‌گیرند که در رسانه‌های چاپی می‌بینیم.

بیشتر تبلیغات چاپ‌شده در مجله‌ها و روزنامه‌ها، عکس‌ها و تصویرهایی از افرادی خاص را به‌ما نشان می‌دهند که از لحاظ عینی و اجتماعی «کامل» به حساب می‌آیند. کسی که مدل صابون زیبایی است، پوستی بسیار شاداب و مطلوب دارد، تأییدکننده کرم صورت، هیچ لکه‌ای ندارد؛ و بازیگری که درباره مکملهای غذایی و رژیمی تبلیغ می‌کند، صاحب جذابترین بدنی است که همه آرزویش را دارند.

این موضوع چگونه بر نوجوانان و کودکان اثر می‌گذارد؟ پاسخ، ساده است. این تبلیغات باعث می‌شود تا فرد نسبت به خود احساساتی منفی داشته باشد. هنگامی که یک فرد نوجوان یا یک شخص جوان، خود را به‌گونه‌ای می‌بیند که حتی از لحاظ ظاهر و چهره در خور مقایسه با صاحب عکس نیست، باور می‌کند که وظیفه‌اش بی‌نقص شدن است، تا حد ممکن؛ همانند آنچه که در نمونه چاپی می‌بیند.

در ابتدا، این موضوع ممکن است عادی و مثبت به نظر برسد، زیرا به فرد الهام می‌بخشد تا خود را بهتر کند. اما مرز باریکی بین الهام و وسواس وجود دارد. هنگامی که ذهن یک نوجوان به‌طور کامل درگیر بهبود ظاهر عینی‌اش می‌شود، وسواسی آزاددهنده او را در برمی‌گیرد که ممکن است در نهایت منجر به سبک زندگی و رفتار ناسالم شود. کسانی که هدف مطلوبشان لاغر و باریک‌اندام بودن است، انگیزه بسیار زیادی برای کم‌خوردن و حتی هیچ‌نخوردن دارند تا بتوانند ظرف مدت بسیار کوتاهی وزن کم کنند. به‌علاوه، دختران یاد می‌گیرند تا ظاهر عینی خود را به‌عنوان معیاری برای ارزشمند بودن ببینند. پسران هم می‌توانند قربانی دیدگاهی مشابه با دیدگاه دختران شوند.

دلیل قدرت بسیار این تصویرها، در سیستم ارتباطی اعصاب مغز انسان نهفته است. در اینباره فکر کنید؛ عکاسی، در مقایسه با طول تاریخ بشریت، خود یک اختراع بسیار تازه است. مغز ما هم در مقایسه با واژه‌های نوشتاری، برای تفسیر دقیق تصویرهای عکاسی‌شده، ساخته نشده است. پس، تصویرها به‌طور خودکار، به‌عنوان نمونه‌ای صحیح دیده می‌شوند، و قبل از اینکه فرد، فرصتی برای تفکر واقعی درباره آنچه که می‌بیند داشته باشد، نوعی واکنش احساسی و هیجانی بروز می‌دهد.

کنایه‌وار می‌توان گفت که تصویرهای بی‌نقصی که هدف بسیاری از افراد هستند، در واقع تصویرهایی دستکاری‌شده و رنگ‌آمیزی‌شده می‌باشند. به عبارت دیگر، آنها جعلی هستند! پس چگونه دختران و پسرانمان را در برابر این استاندارد نادرست، از بی‌نقصی حفظ کنیم؟ برطبق باور مذهبی، پاسخ ساده است: باید با استفاده از واقعیت با فریب مبارزه کنیم. خداوند ما را به‌گونه‌ای خلق کرده است که باید باشیم و به نظر آییم.

