

تبیین الگوی عملکرد رسانه در راستای تقویت کارکردهای خانواده اسلامی

زهرا خوش‌نشین^۱

چکیده

از منظر قرآن کریم، حکمت تشکیل خانواده رسیدن به آرامش روانی است. بر این اساس در سوره شریفه روم بیان شده که «...از نشانه‌های او این است که از جنس خودتان همسری آفرید تا در کنارش آرام گیرید...» (آیه ۲۱). این مطلب به بهترین شکلی به ابعاد اجتماعی و فردی خانواده اشاره دارد. سبکی که خانواده برای تعامل با فرزندان انتخاب می‌کند بر انتخاب ارزش‌های ایشان و همچنین از جمله حقوق فرزندان، به ایشان در تشکیل خانواده کمک می‌کند. این امر به‌طور طبیعی با تأکید بر ارزش‌های اسلامی تدوین می‌شود و بیانگر ارتباط دو جانبه کارکردها و تقویت ارزش‌هاست. کارکردهای رسانه در تبیین و ترویج ارزش‌های خانواده از دیدگاه اسلام در کنار کارکردهای رسانه در تأمین نیاز مخاطبان قابل بررسی است. این مقاله با تکیه بر پژوهش اسنادی به جمع‌آوری اطلاعاتی در مورد عملکرد رسانه‌های داخلی به‌ویژه تلویزیون در تقویت کارکردهای خانواده اسلامی پرداخته است و با نگاهی تحلیلی بر حجم گسترده‌ای از منابع و تحقیقات موجود، تلاش شده تا الگویی برای کارایی مؤثر رسانه‌ها در تأمین نیاز مخاطبان تعریف شود.

واژه‌های کلیدی

کارکردهای رسانه، کارکرد حمایت، کارکرد جامعه‌پذیری، کارکرد عاطفه - همراهی، کارکرد تأمین پایگاه اجتماعی، کارکرد نظارت اجتماعی

مقدمه

تحلیل نیازهای مخاطبان برای برنامه‌ریزی و افزایش روی‌آوری به رسانه‌های داخلی، نکته مهمی است که باید رسانه‌های ملی به‌منظور تقویت ارزش‌های خانواده به آنها توجه کند. بررسی وضعیت برنامه‌های تلویزیونی به نمایش درآمده در سالیان اخیر با محور موضوعی خانواده پاسخگوی پاره‌ای از سئوالات کیفی مطرح‌شده در این راستاست.

در این مقاله به‌طور مشخص و در قالب روش پژوهش اسنادی به‌دنبال پاسخی برای ۲ سؤال زیر هستیم:

۱. تصویری که رسانه‌های داخلی در راستای تقویت کارکردهای خانواده اسلامی تبیین کرده تا چه حد موفقیت‌آمیز بوده است؟

۲. بر اساس تصویر فوق و مبانی نظری - تحلیلی، کارکردهای خانواده اسلامی، آیا می‌توان الگوی عملی برای تقویت رسانه ملی ارائه کرد؟

روش پژوهش اسنادی است و مطالب حدود ۳۰ مقاله و پژوهش که در دهه‌های ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ درخصوص مقوله‌های خانواده و رسانه در ایران انجام شده است، تحلیل و بررسی شد و یافته‌ها به شرح جداول ۱ و ۲ و ارائه الگو در الگوی ۱ تبیین شده است.

کارکردهای خانواده از منظر جامعه‌شناسان و روانشناسان

کارکردهای خانواده از منظر جامعه‌شناسانی مثل آگبرن و تیبتس بررسی شد و به شش کارکرد اساسی خانواده که ویلیام آگبرن و کلارک تیبتس از سوی ایشان در سال ۱۹۳۴ مطرح کردند عبارتند از: تولید مثل، حمایت و مراقبت، جامعه‌پذیری، تنظیم رفتار جنسی، عاطفه و همراهی و تامین پایگاه اجتماعی (بستان، ۱۳۸۷: ۵۹).

از دیدگاه روانشناختی، کارکردهای خانواده مبتنی بر کارکرد زیستی و کارکرد تربیتی است. شریفی (۱۳۸۴) موضوع کارکرد زیستی و تأثیر رفتار والدین بر ریتم زیستی فرزندان را در تحقیقی بررسی کرده است. براساس یافته‌های این تحقیق که بین دختران و پسران ۳ تا ۷ ساله شهر تهران انجام شده است، رفتارهای زیستی والدین بر شکل‌گیری رفتارهای زیستی فرزندان موثر است. بنابراین، ضروری است که والدین با بروز رفتارهای منظم و باثبات، شرایط شکل‌گیری مناسب ضرب‌آهنگ‌های زیستی فرزندان را فراهم آورند. به‌نظر می‌رسد علاوه‌بر کارکردهای

شناخته شده‌ای که در ادامه به آنها اشاره شده است، جامعه اسلامی نیازمند تبیین یک کارکرد جدید در خانواده اسلامی با عنوان «کارکرد تثبیت پایگاه ارزشی» از طریق خانواده است که این پایگاه بر تعیین، تثبیت و تداوم حضور ارزش‌های اسلامی در درون خانواده توجه دارد. تأثیر و اهمیت اخلاق و ارزش در خانواده اسلامی در بسیاری از تحقیقاتی که در قالب کارکردها انجام شده، مشهود است. برای مثال، می‌توان از تأثیر پای‌بندی‌های مذهبی همسران بر سازگاری (احمدی، فتحی آشتیانی)، تأثیر پای‌بندی والدین بر آموزش مذهب (صادقی)، تأثیر گرایش ارزشی اولیاء بر جوانان (عرفانی، ۱۳۸۴) و... نام برد. ضرورت رعایت اخلاق در کنار ارزش از دیگر مواردی است که خانواده اسلامی بر آن تأکید می‌کند. این موضوع در تحقیقی با عنوان «اخلاق‌گرایی نه قانونگذاری در زمینه قانون حمایت از خانواده در ایران» بررسی شده است، در این تحقیق، محققان تعیین کردند که قانون حمایت از خانواده در ایران مطابق با محوریت و اهمیت اخلاق شکل گرفته و تنها مطابق قواعد حاکم بر قراردادها نیست (پوراسماعیلی و مظفری، ۱۳۹۰).

خانواده و کارکردهای رسانه

توجه اعضای خانواده و افراد به رسانه از نوع رسانه‌های نوشتاری و به‌خصوص تلویزیون و رادیو بر اساس دیدگاه‌های مختلف قابل تحلیل است. یکی از نظریه‌های مطرح در این زمینه، نظریه رضامندی است. طرفداران نظریه رضامندی بر این عقیده‌اند که رضامندی از رسانه زمینه‌ساز تفسیر پیام است و لذا باید مطابق با این نظریه به نکاتی به شرح زیر توجه کرد:

- کدام محتوا و متأثر از کدام انگیزه سبب رضامندی و توسل به رسانه‌ها می‌شود؟
- تأمین چه بُعدی از رضامندی (مطابق با نیاز) با استفاده از انواع مختلف پیام‌ها و رسانه‌ها انتظار می‌رود و چه رضامندی‌هایی حاصل می‌شود؟
- اثرگذاری این رضامندی‌ها (تأمین نیازها) چگونه سبب جهت‌دادن و محدود ساختن روی‌آوری به رسانه‌ها می‌شود؟

کاتز، گورویچ و هاس (۱۹۷۳) می‌گویند تمام صور رضامندی فرد ریشه در مقوله «ارتباط‌گیری» دارد. ایشان کلیه فعالیت‌های مرتبط با رسانه را با تمام تنوعش از این دیدگاه می‌نگرد که «افراد از ارتباطات جمعی برای برقراری ارتباط (یا در پاره‌ای موارد قطع ارتباط) استفاده می‌کنند و به این وسیله می‌خواهند به صورت هدفمند یا غیرهدفمند ارتباط وحدت یافته خود را با دیگران - مثلاً

خودش، خانواده و دوستان و... مرتبط سازد. در این دیدگاه، صور رضامندی فرد از نیاز به درارتباط بودن ریشه می‌گیرد. باتوجه به این دیدگاه، نیازهای مرتبط با رسانه در هفت گروه به‌صورت زیر طبقه‌بندی می‌شود:

۱. نیاز به درک خود (برای شناخت خود؛ برای بهتر کردن سلیقه‌ام؛ برای تجربه زیبایی‌ها و نظایر آن)
 ۲. نیاز به کاستن از برخورد با خود (برای کشتن وقت؛ برای فرار از واقعیت زندگی روزمره و غیره)
 ۳. نیاز به تقویت ارتباط با خانواده (برای گذران وقت با خانواده)
 ۴. نیاز به تحکیم روابط دوستانه (برای شرکت‌کردن در بحث دوستان؛ برای گذران وقت با دوستان)
 ۵. نیاز به تحکیم شناخت، اطلاعات و درک جامعه (برای آنکه بفهمم در کشورم و در جهان چه اتفاقی‌هایی می‌افتد و نیز در جریان عملکرد دولت باشم)
 ۶. نیاز به افزایش اعتبار، ثبات و موقعیت اجتماعی (برای احساس افتخار از داشتن دولت؛ برای حصول اعتماد درباره دولتمردان)
 ۷. نیاز به افزایش شناخت، اطلاعات و درک دیگران (برای آنکه بدانم همیشه حق با من نیست؛ برای مشارکت در تجارب دیگران)
- کارکرد رسانه در راستای تأمین نیاز مخاطبان با نگاهی به ابعاد کارآمدی رسانه در زمینه‌های زیر می‌تواند مورد توجه قرار گیرد:
۱. سرگرمی و تفریح ۲. کسب اطلاع و یادگیری ۳. گذران اوقات / از روی عادت ۴. استفاده اجتماعی ۵. یافتن هویت شخصی ۶. ارتقای روحیه معنوی (نیکو، ۱۳۷۵: ۴۰).

کارکردهای خانواده باتکیه بر دیدگاه اسلام

کارکرد حمایتی خانواده و دیدگاه اسلام

ایفای نقش مادری و در صورت وجوب اشتغال زنان، مراقبت از سالمندان، تدارک محیط مناسب برای حمایت عاطفی و اقتصادی از کودکان از جمله وظایف حمایتی در خانواده است. درخصوص کارکرد حمایتی خانواده، اسلام با ارائه مجموعه‌ای از دستورات عملی و وجوبی و استجابی، زمینه تحقق این کارکرد را فراهم کرده است. از یک‌سو والدین و فرزندان هردو به‌منزله افراد واجب‌النفقه معرفی شده‌اند (وسائل‌الشیعه، ج ۱۵: ۲۳۷؛ همچنین ر.ک: الخویی، ۱۳۹۵، ج ۲: ۳۲۳)، از سوی دیگر، تأکید فراوانی بر ارزش‌هایی مانند احسان، تعاون بر کارهای

نیک و صلح ارحام در معنای وسیع، آنکه شامل کمک‌های مالی نیز می‌شود شده است (وسائل الشیعه، ج ۱۹: ۳۰۱؛ همچنین ر.ک: امام خمینی، تحریر الوسیله، ج ۲: ۲۷۲). تحکیم هنجارهای اسلامی یاد شده می‌تواند آثار منفی زندگی شهری جدید بر کارکرد حمایتی خانواده را تا حدودی خنثی کند.

کارکرد جامعه‌پذیری و دیدگاه اسلام

مطابقت اعضای خانواده با ویژگی‌ها و ارزش‌های مشروع و منطقی مورد نظر جامعه در قالب کارکرد جامعه‌پذیری تعریف می‌شود. آموزش دادن به‌مثابه یکی از ابعاد جامعه‌پذیری در خانواده اسلامی متأثر از نگرش مذهبی و میزان مذهبی بودن والدین است. برای نمونه می‌توان از وظیفه آموزش برای شناساندن خدا به فرزندان ازسوی خانواده نام برد. در تحقیقی که صادقی و همکاران (۱۳۸۵) انجام داده‌اند، بیان شد که: کیفیت تصور از خدا در افرادی که میزان مذهبی بودن والدین‌شان بالاتر است، مثبت‌ترند. در گروهی که میزان مذهبی بودن هردو والد بالا بوده، تصور از خدا مثبت‌تر و در گروهی که میزان مذهبی بودن هردو والد پایین است، تصور از خدا منفی است. تفاوت نمرات زیر مقیاس‌های «تأثیرپذیری»، «مشیت الهی»، «پذیرگی» و «حضور خدا» در شرایطی که کسب اطلاعات از طریق خانواده (مذهبی‌تر) باشد، به‌طور معناداری بالاتر از دیگر منابع اطلاعاتی بود؛ به‌عبارت دیگر مثبت‌ترین تصویر از خدا در گروهی وجود داشت که به جمع‌آوری اطلاعات از طریق این خانواده‌ها پرداخته بودند. کارکرد آموزشی و تربیت دینی که در بعضی متون جامعه‌شناسی یکی از کارکردهای خانواده به‌شمار آمده می‌تواند در ذیل عنوان جامعه‌پذیری گنجانده شود.

کارکرد عاطفه - همراهی و دیدگاه اسلام

آرامش روانی حاصل از ازدواج و مهر و مودت بین زن و شوهر از نشانه‌های الهی به‌شمار می‌آید (سوره مبارکه روم، ۲۱). آیه شریفه همچنین به این حقیقت اشاره دارد که رابطه زناشویی برخلاف دیگر روابط اجتماعی (شغلی، تجاری، آموزشی و غیره) دربردارنده عاملی وحدت‌بخش و انسجام‌دهنده است که تداوم رابطه را علی‌رغم تضادها و اختلاف منافع و علقه‌های زن و شوهر، تضمین می‌کند. سازگاری در زندگی خانوادگی بر رضایت از زندگی، میزان سلامت روانی اعضای خانواده و حتی میزان درآمد و موفقیت تحصیلی و رضایت از شغل نیز تأثیرگذار است. و این همه در سایه

تأمین کارکرد عاطفه و همراهی در درون خانواده میسر است. در تحقیقی که خدابخشی و همکاران (۱۳۸۴) در باره تأثیر عوامل زمینه‌ای و ارتباطی بر سازگاری زندگی خانوادگی انجام داده‌اند، به این نکته دست یافتند که وجود روابطی مثل روابط صمیمی بین زوجین و والدین زوجین، قید و بندهای مذهبی و مدیریت مبتنی بر مشارکت بین اعضای خانواده با سازگاری زندگی خانوادگی ارتباط دارد.

کارکرد تأمین پایگاه اجتماعی و دیدگاه اسلام

تفاوت افراد براساس پایگاه اجتماعی متناسب و نقش خانواده در تعیین بخشیدن به این پایگاه به منزله یک واقعیت در بسیاری از جوامع مطرح است و اسلام نیز آن را یک واقعیت مفروض می‌گیرد. در عین حال، اسلام ضمن آنکه با بهره‌گیری ناعادلانه از عوامل یادشده، به لحاظ ارزشی، مخالفت می‌کند، برای حذف برخی از این عوامل، به‌ویژه قومیت، از دایره تأثیرگذاری بر پایگاه اجتماعی، کوشش کرده است. اگرچه وجود تفاوت پایگاه واقعیتی مفروض است، اما همان‌طور که گفته شد، این نکته به معنی تأیید پایگاه (به‌ویژه اقتصادی) با توجه به تأثیر آن بر ارزش‌های مذهبی خانواده نیست. عرفانی (۱۳۸۴) به بررسی و مقایسه گرایش ارزشی اولیاء و جوانان براساس پایگاه اقتصادی - اجتماعی پرداخت. براساس یافته‌های تحقیق او، گرایش ارزشی طبقات اجتماعی اقتصادی بالا و پایین؛ مادی است؛ درحالی‌که گرایش ارزشی طبقه متوسط فرامادی است.

کارکرد نظارت اجتماعی و دیدگاه اسلام

نظارت اجتماعی یکی از کارکردهای مهم نهاد خانواده است که یا از راه نظارت مستقیم خانواده بر رفتار اعضا و یا به‌طور غیرمستقیم و به‌مثابه پیامد کارکردهایی چون ارضای نیازهای جنسی و عاطفی، حمایت، مراقبت و جامعه‌پذیری تحقق می‌یابد. از جمله شیوه‌های غیرمستقیم نظارت اجتماعی، اظهار محبت و ایجاد روابط گرم و دوستانه با فرزندان، ملایمت و میانه‌روی در امر تربیت و خودداری از بدرفتاری و برخورد‌های اهانت‌آمیز با آنان است که در روایات اسلامی مورد توجه قرار گرفته‌اند (وسائل الشیعه؛ ج ۱۵: ۱۹۴ - ۱۹۵ و ۱۹۹ - ۲۰۳). پیروی از آنها می‌تواند کاهش میزان کج‌روی فرزندان را در پی داشته باشد.

سبکی که خانواده برای تعامل با فرزندان انتخاب می‌کند بر انتخاب ارزش‌های ایشان تأثیر

معنادار دارد. در تحقیقی که صادقی (۱۳۸۴) انجام داده، تأثیر سبک فرزندپروری بر نظام ارزشی فرزندان (نوجوانان دانش‌آموز) بررسی شده است. براساس این تحقیق در سبک خانواده‌های پاسخ‌گو، به مقوله ارزش‌های خانوادگی، اجتماعی، دینی و ملی به ترتیب اولویت توجه شده است و در خانواده‌های سهل‌گیر بالاترین رتبه به مقوله هنر داده شده است. فولاد چنگ (۱۳۸۵) در تحقیقی که در مورد نقش الگوهای خانوادگی در سازگاری نوجوانان پرداخت به این نتایج دست یافت که با تقسیم‌بندی خانواده‌ها در سطوح قاطع (محبت زیاد - نظارت زیاد)، آسان‌گیر (محبت زیاد، نظارت پایین)، بی‌توجه (محبت پایین - نظارت پایین) و مستبد (محبت پایین، نظارت بالا)، سازگاری عمومی فرزندان خانواده‌های قاطع و آسان‌گیر به‌طور معناداری بیش از فرزندان والدین مستبد و بی‌توجه است. نقش و تأثیر محبت بر هر دو جنس دختر و پسر معنادار است؛ یعنی هر دو جنسیت در نوجوانانی که از محبت بیشتری برخوردار بودند، سازگاری بیشتری نشان دادند.

تصویر خانواده در رسانه ملی بر اساس تحقیقات موجود

نقیبی (۱۳۷۴) به بررسی تأثیر وسایل ارتباط جمعی و پاسخ‌گویان به خواسته‌های جوانان در قالب طرح پژوهشی با عنوان «میزان بهره‌مندی جوانان از محتوای وسایل ارتباط جمعی» پرداخته است. وی با یک بررسی اولیه و توزیع پرسشنامه به این جمع‌بندی رسید که جوانانی که در منطقه ۶ تهران بررسی شدند در مقایسه با تلویزیون تمایل چندانی به رادیو و مجله ندارند. بنابراین، تلفیق صوت و تصویر و سایر رسانه‌ها در تلویزیون سبب تحریک جوانان می‌شود و از توجه آنان به رسانه‌های دیگر می‌کاهد. بیش از نیمی از پاسخ‌گویان در زمینه اولویت رسانه برای انتخاب در زمانی که در خانه و بین اعضای خانواده حضور دارند، رسانه تلویزیون را انتخاب کردند. بیش از دوسوم پاسخ‌گویان هنگام فراغت از فعالیت‌های روزانه خود از تلویزیون استفاده می‌کنند. در زمینه تأثیر انواع رسانه‌ها بر شکل‌گیری عقاید و نگرش‌ها به ترتیب اولویت، پاسخ‌گویان به رسانه‌های زیر اشاره کردند:

۱. کتاب ۲. ارتباط بین فردی ۳. تلویزیون و مجله ۴. روزنامه ۵. رادیو. در زمینه نقش اطلاع‌رسانی، در مقایسه با رادیو، پاسخ‌گویان برای تلویزیون نقش مؤثرتری قائل شدند. در مجموع، یافته‌های این تحقیق در زمینه نقش‌های متفاوت رسانه‌ها از منظر دانشجویان و دانش‌آموزان به این نتیجه دست یافت که نقش رسانه‌ها برای ایفای موثر وظایف سه‌گانه مشتمل

بر افزایش سطح آگاهی، اطلاع‌رسانی و سرگرم‌سازی از منظر جوانان یکسان نیست. جوانان معتقدند که مجله بهتر از رادیو و تلویزیون و روزنامه می‌تواند سطح آگاهی را افزایش دهد. روزنامه در زمینه اطلاع‌رسانی، برتری نسبی به رسانه‌ها دارد و تلویزیون نیز در مقایسه با رادیو و مطبوعات نقش سرگرم‌کننده‌تری را داراست. بین تصور زنان و مردان در زمینه نقش‌های سه‌گانه تفاوتی ملاحظه نشد، اما دانش‌آموزان تنها به تلویزیون و نقش سرگرم‌سازی آن توجه دارند و به نقش‌های دیگر رسانه بی‌اعتنا بودند. در حالی که دانشجویان برای اطلاع‌رسانی و افزایش سطح آگاهی به مطبوعات و رادیو بیشتر اهمیت می‌دهند، ولی فقط از جنبه سرگرمی از طریق تلویزیون با دانش‌آموزان موافقت دارند. براساس یافته‌های این تحقیق، همه مخاطبان بر نقش سرگرم‌سازی تلویزیون تأکید و توجه کرده‌اند. مهم‌ترین خواسته‌های جوانان از رادیو، پخش موسیقی و برنامه‌های شادی‌آفرین و از تلویزیون پخش نکردن برنامه‌های تکراری بود. مهم‌ترین دلیل بهره‌نگرفتن جوانان از رادیو کمبود وقت و بی‌محتوایی برنامه‌های رادیو اعلام شد. مهم‌ترین دلیل بهره‌مند نشدن از تلویزیون کیفیت پایین محتوای برنامه‌ها ذکر شد و تبیین شد که تأثیر رادیو در شکل‌گیری عقاید نگرش و رفتار جوانان ناچیز است.

بالاخری در سال ۱۳۸۴ تأثیر استفاده از رسانه بر اعتماد اجتماعی بین شهروندان تهرانی را بررسی کرد. یافته‌های تحقیق وی نشان می‌دهد که: در مقایسه بین تعهد اجتماعی و تماشای تلویزیون، تماشای تلویزیون داخلی رابطه معناداری با تعهد اجتماعی ندارد (به عبارت دیگر، رسانه تلویزیون به موازات ناتوانی در تثبیت فرایند ایجاد اعتماد، بالطبع تأثیر مثبتی در تداوم ارزش‌های مورد تأکید خانواده و جامعه‌پذیری افراد براساس آن ارزش‌ها نیز نمی‌تواند داشته باشد) و دیگر اینکه رابطه تلویزیون ماهواره‌ای با عوامل مؤثر بر اعتماد اجتماعی معنادار است. یعنی میزان تماشای تلویزیون ماهواره‌ای با میزان تعهد اجتماعی، امنیت، ارزیابی مثبت از محیط و مسئولان رابطه معکوس دارد. با توجه به بحث‌های اخیر می‌توان نتیجه گرفت:

میزان استفاده از رسانه‌های جمعی بر میزان اعتماد اجتماعی مخاطبان آنها مؤثر است؛ باید بین استفاده از انواع متفاوت پیام‌های رسانه‌های جمعی در خصوص میزان اعتماد اجتماعی تفاوت قائل شد؛ در بررسی تأثیر میزان استفاده از رسانه‌های جمعی بر انواع اعتماد اجتماعی باید به صاحبان رسانه‌های جمعی توجه شود.

در تحقیق فوق، شهروندان تهرانی در پاسخ به این سؤال که چه نوع برنامه‌هایی را از

تلویزیون داخلی می‌بینند، بیشترین فراوانی به برنامه‌های سرگرم‌کننده، خبری- سرگرم‌کننده و خبری- اطلاع‌رسانی اختصاص یافت. درخصوص برنامه‌های آموزشی و تربیتی تلویزیون داخلی که شامل میزگردها و مصاحبه‌های علمی است، میانگین تماشای این برنامه‌ها ۴٪ ساعت و میانه آن برابر صفر است. بیشتر پاسخ‌دهندگان برنامه‌های آموزشی را تماشا نمی‌کنند. بیشترین میزان تماشای برنامه‌های آموزشی که حدود ۲ درصد از پاسخ‌گویان را شامل می‌شود حدود ۳ ساعت است. درخصوص میزان نگرش (نگرش نوعی جهت‌گیری مثبت یا منفی به هر چیزی، شخصی، مکانی و... است) مثبت به رسانه‌های جمعی، در این تحقیق میزان نگرش افراد به رسانه‌های جمعی در جهت مثبت و با تأکید بر بُعد اعتقادی نگرش به‌منظور برآورد میزان اعتبار رسانه‌ها در نزد مخاطبان مورد سنجش قرار می‌گیرد. مطابق داده‌های به‌دست آمده: ۲۲/۴ درصد پاسخ‌گویان در سطح پایین نگرش مثبت به تلویزیون داخلی قرار داشتند. ۶۴/۵ درصد پاسخ‌دهندگان در سطح متوسط احساس نگرش مثبت به تلویزیون داخلی، و ۱۱/۶ درصد افراد در سطح بالای نگرش مثبت به تلویزیون داخلی قرار داشتند. در نتیجه، میزان نگرش مثبت به رسانه‌های داخلی «تلویزیون داخلی» بین پاسخ‌دهندگان کم است. در سطح تلویزیون ماهواره‌ای: ۲۳/۸ درصد پاسخ‌گویان در سطح بالای نگرش مثبت به تلویزیون، ۶۷/۵ درصد در سطح متوسط و ۸/۸ درصد افراد حاضر در تحقیق در سطح پایین نگرش مثبت به تلویزیون ماهواره‌ای قرار داشتند، بنابراین توزیع تاحدی نرمال، نشان از میزان تقریباً بالای نگرش مثبت به تلویزیون خارجی (ماهواره) می‌دهد. پاسخ‌گویان در تعیین برنامه‌های مورد علاقه خود از بین برنامه‌های تلویزیون داخلی، سریال‌های تلویزیونی، مسابقات ورزشی، موسیقی و فیلم سینمایی را انتخاب کردند. از بین برنامه‌های مورد علاقه، بین برنامه‌های آرایه شده از طریق ماهواره، فیلم سینمایی، موسیقی و اخبار بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داد. نکته قابل توجه و اضافه بر نکات تحقیق قبلی در این تحقیق - که در مقایسه با تحقیق قبلی با تمرکز بر انتخاب حجم نمونه از بین شهروندان و نه فقط جوانان انجام شده - این است که در این تحقیق نیز به‌صورت غیرمستقیم براهمیت برنامه‌های سرگرم‌کننده و خبری تأکید شده است.

معدنی‌پور (۱۳۸۴) در تحقیقی به بررسی تأثیر خانواده و رسانه بر پندپذیری جوانان پرداخته است. براساس یافته‌های او تأثیر رسانه بر پذیرش نصایح والدین از سوی نوجوانان با جوانان متفاوت بود. تلویزیون تأثیر مثبت و ماهواره اثر منفی بر پندپذیری دانش‌آموزان دارد. دو متغیر

هیچ تأثیری بر پندپذیری دانشجویان از والدین شان نداشتند، اما این بدان معنی نیست که رسانه‌ها بر هیچ‌یک از متغیرهای خانوادگی تأثیر نداشته‌اند. بین دانشجویان، تماشای تلویزیون با پذیرش مادر، صمیمیت، نظارت و تعداد روابط همبستگی مثبت و معنادار دارد و با پذیرش پدر و دوستان رابطه معنادار دارند. این رابطه بین دانشجویان هم وجود دارد. نظارت والدین در هیچ‌یک از گروه‌ها با استفاده از ماهواره رابطه نداشته است، اما به نظر می‌رسد با افزایش میزان رابطه، استفاده از ماهواره تنها بین دانش‌آموزان کم می‌شود. به‌علاوه، دانش‌آموزان هرچه بیشتر با دوستان شان رابطه داشته‌اند، بیشتر ماهواره تماشا کرده‌اند. در چنین حالتی به نظر می‌رسد این رابطه دوسویه است. در زمینه بررسی رابطه متغیرهای رسانه و دوستان، نتایج این‌گونه بوده است که دوستان تأثیر زیادی بر پندپذیری جوانان و نوجوانان از والدین نداشتند و ماهواره اثر منفی بر رابطه مثبت با والدین داشت، درحالی‌که تماشای تلویزیون داخلی به تقویت روابط والدین با فرزندان کمک کرده است. از جمع‌بندی یافته‌های این تحقیق این‌گونه به نظر می‌رسد:

رسانه‌های جمعی اعم از ماهواره و تلویزیون بر پندپذیری جوانان تأثیر داشته‌اند؛ برنامه‌های ماهواره تأثیر منفی و تلویزیون داخلی تأثیر مثبت بر روابط بین‌نسلی داشته‌اند. به عبارت دیگر، ماهواره و تلویزیون بر کارکرد نظارتی خانواده به اشکال متفاوت تأثیر گذاشته‌اند.

در مجموع، از یافته‌های تحقیقات پیش‌گفته در می‌یابیم که الویت در انتخاب رسانه تلویزیون به‌منزله وسیله سرگرمی، انتخاب رسانه‌های نوشتاری برای اطلاع‌رسانی مورد توجه است و باید با تعمق بیشتری به انتخاب تلویزیون به‌منزله ابزار مناسبی برای کارکرد نظارت در خانواده به‌منظور تضعیف نقش ماهواره توجه کرد.

جدول ۱. تأثیر و نقش رسانه بر کارکردهای خانواده در دو دهه ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰

ماهواره	رادیو	تلویزیون	نشریات (کتاب، مجلات و روزنامه)	نوع رسانه / نوع نقش
	الویت دوم	×		سرگرمی و اطلاع‌رسانی
تأثیر منفی			×	شکل‌گیری عقاید و نگرش‌های اسلامی و خانوادگی
تأثیر منفی		×		پندپذیری و برقراری روابط صمیمانه
		×		ارایه روش تربیتی اقتداری

جدول ۲. رابطه ارزش‌های اسلامی و خانوادگی با نقش و تأثیر تلویزیون و ماهواره در دهه‌های ۷۰ و ۸۰

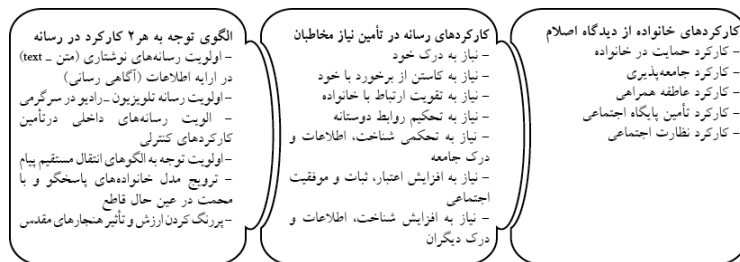
نوع ارزش	نوع رسانه	تلویزیون	ماهواره	هماهنگی نهاد تلویزیون، مدرسه و خانواده
تعهد اجتماعی		تأثیر غیرممنون	تأثیر منفی	
احساس امنیت			تأثیر منفی	
ارزیابی مثبت از محیط و مسئولان			رابطه منفی	
هنجار وفاداری به همسر			تأثیر مثبت	تأثیر مثبت
رابطه موثر والدین با فرزندان		تأثیر مثبت		
صداقت، وفاداری به کشور و عهد و پیمان و قانون‌گرایی				ناهماهنگ

علاوه بر موضوع تحلیل نیازهای مخاطبان برای برنامه‌ریزی و افزایش روی‌آوری به رسانه‌های داخلی، نکته مهم دیگری که در راستای تحلیل کارکرد رسانه و تقویت ارزش‌های خانواده باید به آن توجه کرد، وضعیت برنامه‌های تلویزیونی به نمایش درآمده در سالیان اخیر با محور موضوع خانواده است. در یکی از پژوهش‌های سال ۱۳۸۶ مهم‌ترین یافته پژوهش حاکی از آن بوده که مجموعه‌های تلویزیونی خانوادگی پربیننده به‌طور کلی مسائل، سبک زندگی و مظاهر طبقات مرفه را بیش از طبقات متوسط و پایین انعکاس داده است (علیزاده، فتحی‌نیا: ۱۳۸۶). هماهنگی تلویزیون، خانواده، مدرسه در جامعه‌پذیری دانش‌آموزان (بررسی موردی سریال نرگس)، در پژوهش دیگری بررسی و تحلیل شده است. این پژوهش در پی یافتن پاسخ به این سؤال بوده: آیا بین تلویزیون و نهاد مدرسه و خانواده در انتقال ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی به دانش‌آموزان مقطع دبیرستان هماهنگی وجود دارد و میزان آن چقدر است؟ از مهم‌ترین یافته‌های پژوهش این است که: آموزه‌های این سه نهاد تنها در زمینه هنجار وفاداری به همسر هماهنگ است و ارزش‌هایی مثل علم، ثروت، تقوا، محبت و احترام و همچنین هنجارهایی مثل صداقت، وفاداری به کشور و عهد و پیمان و قانون‌گرایی بین آنها هماهنگی وجود ندارد (بهمنی، ۱۳۸۶). چگونگی نمایش ازدواج و طلاق در سریال‌های تلویزیون ایران در تحقیقی بررسی شده است (قربانی، سعدی پور، ۱۳۸۶). از جمله نتایج پژوهش این بوده که نیمی از ازدواج‌های به نمایش درآمده در سریال، تنها برای جذابیت داستان بوده (و در قالب مضمون اصلی به آن پرداخته نشده) است. در این تحقیق، درخصوص به‌تصویر کشیدن امر ازدواج (و طلاق) به این نکته اشاره شده که: تلویزیون در این زمینه‌ها به دو صورت می‌تواند تأثیرگذار باشد، الف) با به‌تصویر کشیدن

معیارهای منطقی ازدواج، دوره نامزدی، عقد، تشریفات و رسوم نادرست، جهیزیه، مهریه، پیامدهای منفی دیرازدواج کردن، ازدواج نکردن، طلاق و غیره؛ جامعه را به خودآگاهی برساند. با نشان دادن وضعیت مطلوب ازدواج، جامعه را به سوی تحول در ساختار خانواده هدایت کند. محتوای سریال‌های تلویزیونی ایرانی از نظر روش‌های تربیتی (سعدی‌پور، علی‌پور، ۱۳۸۶) بررسی و تحلیل شده است. هدف این پژوهش، سنجش چگونگی روش تربیت کودک در سریال‌های تلویزیونی بوده است. محدوده پژوهش را سریال‌های تلویزیونی ایرانی که در ۶ ماهه دوم سال ۱۳۸۱ و سه ماهه اول ۱۳۸۲ از شبکه‌های اول، سوم و پنجم پخش شده‌اند، تشکیل می‌دهد. برخی از مهم‌ترین نتایج به دست آمده از این پژوهش حاکی از آن دارد که، روش تربیتی اقتداری بیش از سایر روش‌ها در سریال‌ها نمایش داده شده است.

در تصویر زیر، الگوی توجه به کارکردهای خانواده ضمن لحاظ نمودن ضرورت تأمین

نیازهای مخاطبان از طریق رسانه با توجه به مطالب پیش‌گفته جمع‌بندی شده است.



الگوی ۱. توجه به کارکردهای خانواده اسلامی مطابق با ضرورت تأمین نیاز مخاطبان از طریق رسانه

نتیجه‌گیری

محورهای مؤثر در تقویت ارزش‌های خانواده برای برنامه‌سازی و روش نمایش و تدوین برنامه‌های تولیدی در رسانه برای به نمایش درآمدن در درون خانواده‌ها، با نگاهی به سه عنصر زیر می‌تواند صورت بپذیرد:

- کارکردهای خانواده همچون آموزش، تربیت دینی، نظارت اجتماعی، جامعه‌پذیری - مراقبت و حمایت، عاطفه همراهی و تأمین پایگاه اجتماعی.

- توجه به نیازهای مخاطب و ایجاد رضامندی در ایشان که در بخشی از مقاله حاضر به آن اشاره شده است و روش‌های انتقال پیام و آموزش اعضای خانواده.

درخصوص عنصر اول، همان‌طور که پیش از این گفته شد، بین عواملی همچون آموزش، نظارت مناسب، ارتباط صمیمی بین اعضای خانواده، سازگاری بین والدین، رفتارزیستی و تعامل مناسب در میان اعضای خانواده با تثبیت ارزش‌های اسلامی ارتباط وجود دارد، بنابراین می‌توان در قالب برنامه‌های نمایشی مختلف و یا حتی همه برنامه‌های تلویزیون از کدهای صوتی و تصویری که دال بر ارزش‌های اسلامی است در کنار کدهای مربوط به تعامل سازنده بین اعضای خانواده استفاده کرد. ناتانسون^۱ (۲۰۰۱) والکنبرگ و همکاران^۲ (۱۹۹۹)، روش‌های تأثیرگذاری بر ارزش‌های خانواده را بر اساس ضرورت حضور والدین در کنار فرزندان برای تماشای برنامه‌های تلویزیون تحلیل کرده‌اند. گوردون^۳ (۲۰۱۳) بر اهمیت توجه خانواده بر واقعیت‌هایی که در تلویزیون به نمایش در می‌آید و ارایه تصویر متناسب با واقعیت و منطقی از مادر و پدر در آن تأکید دارد. هوشین^۳ (۲۰۱۳) در تحقیق خود به ضرورت تشکیل تلویزیون اجتماعی با محوریت قراردادن موضوعات خانواده در آن تأکید دارد.

ازسوی دیگر با موضوع نیازهای مخاطبان (عنصر دوم) در وضعیت‌های مختلف روحی، فردی و اجتماعی روبه‌رو هستیم که احتیاج به برنامه‌ریزی هدفمند برای تأمین این خواسته‌ها وجود دارد، در کنار رسانه ملی رسانه‌هایی همچون ماهواره با برنامه‌های متعدد وجود دارد که از شیوه‌های انحرافی برای انتقال پیام استفاده می‌کند. برای مثال، بیچرانلو (۱۳۸۹: ۳۵۲) هدف از ایجاد شبکه‌های ماهواره‌ای همچون فارسی وان و محتوای برنامه‌های آنان را انتخاب‌گری خاص متولیان این شبکه‌ها می‌داند که در آن پای‌بندی به خانواده و ارزش‌های اخلاقی امری مضحک به نظر می‌رسد و در عوض داشتن دوست پسر، دوست دختر، روابط آزاد جنسی نشان از نگاه آزاداندیشانه و مترقیانه به زندگی و روابط عاطفی دارد. همچنین سفیری (۱۳۹۲) براساس یافته‌های تحقیق خود بیان کرده است که: بین میزان استفاده از سریال‌های ماهواره‌ای و میزان رضایت از سریال‌های ماهواره‌ای و میزان پیگیری سریال‌های ماهواره‌ای و کیفیت روابط زوجین رابطه معکوس وجود دارد. به این معنا که با افزایش میزان استفاده، افزایش رضایت از سریال‌ها و افزایش میزان پیگیری، از کیفیت روابط زوجین کاسته می‌شود. همچنین بین موقعیت تماشا و کیفیت روابط زوجین رابطه معنادار وجود دارد. از میان متغیرهای زمینه‌ای تحقیق حاضر، تنها بین

1. Nathanson
2. Marseills
3. Hee Shin

سطح تحصیلات پاسخ گو و وضعیت اشتغال با کیفیت روابط زوجین رابطه معنادار وجود دارد. از میان مؤلفه‌های مختلف روابط زوجین، تأثیر ماهواره، بر روی مؤلفه اعتماد بیش از سایر مؤلفه‌ها است و این رسانه‌ها باعث تضعیف میزان اعتماد در روابط میان زوجین می‌شوند. باتوجه به این مطالب ضروری است که محور برنامه‌سازی ضمن توجه به نکات بالا به بهره‌گیری از روش‌های مؤثر انتقال پیام بیندیشد. مثلاً در جایی که رسانه‌های بیگانه از طریق فن حساسیت‌زدایی به دنبال ارایه الگوی غلط هستند، می‌توان نیاز مخاطب در زمینه‌های برنامه‌های سوگیری شده را شناسایی و با تدارک برنامه تلویزیونی مناسب فرصت تأثیر فن را بی‌اثر کرد. برای نمونه، می‌توان به مدل و نحوه برقراری رابطه بین نوجوانان در درون خانواده با جنسیت‌های مختلف اعم از دختر و پسر، در قالب برنامه‌های تلویزیون اعم از سریال، نقد تلویزیونی با حضور روانشناسان، انیمیشن، بیان نکته‌های اعتقادی از طریق روحانیون و علما در قالب شیوه‌های مستقیم یا غیرمستقیم برای طرح پیام توجه و بررسی و تحلیل کرد. شاهد هستیم که در بسیاری از سریال‌های اخیر تلویزیون ماهواره‌ای این قالب رفتاری هدف برنامه‌سازی ماهواره‌ها قرار گرفته است و به ترویج رفتارهای غلط در سنین بسیار پایین بین جوانان و نوجوانان می‌پردازند.

محور دیگر پیشنهادی برای برنامه‌سازی، تولید برنامه‌های آموزش (عنصر سوم) مذهب با تأکید بر کارکرد آموزش در خانواده از طریق رسانه است. آموزش مذهب از کودکی تا آخر عمر براساس رفتار فردی و یا جمعی و برای تعامل در درون خانواده نیاز به توجه و پرداختن در قالب برنامه‌های رسانه‌ای مفصل دارد که نحوه تولید این‌گونه برنامه‌ها براساس شیوه‌های مستقیم و غیرمستقیم طرح پیام قابل بررسی است و در این مقاله به فزاینده‌ای از آن اشاره تفصیلی شده است.

منابع و مأخذ

- احمدی خدابخش، فتحی؛ آشتیانی، علی و عرب‌نیا، علی‌رضا (۱۳۸۶)، «بررسی رابطه بین تقیدات مذهبی و سازگاری زناشویی»، فصلنامه خانواده‌پژوهی، سال سوم، شماره ۵
- بستان‌نجفی، حسین (۱۳۸۷)، *اسلام و جامعه‌شناسی خانواده*، پژوهشکده حوزه و دانشگاه، قم
- باهنر، ناصر (۱۳۸۸)، *آموزش مفاهیم دینی همگام با روانشناسی رشد*، شرکت چاپ و نشر بین‌الملل، ایران، تهران
- علامه مجلسی (۱۳۸۷)، بحارالانوار، انتشارات احسن‌الحديث، ایران، تهران
- بهمنی، مهرزاد (۱۳۸۶)، «هماهنگی تلویزیون، خانواده، مدرسه در جامعه‌پذیری دانش‌آموزان (بررسی موردی سریال نرگس)»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، مرکز تحقیقات و مطالعات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، تهران
- بیچرانلو، عبدالله (۱۳۸۹)، *بررسی تأثیرات شبکه‌های ماهواره‌ای بر خانواده ایرانی، آینده‌پژوهی مسایل خانواده*، معاونت پژوهش‌های فرهنگی، اجتماعی، مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک، پوراسماعیلی، مصطفی مظفری (۱۳۹۰)، «اخلاق‌گرایی نه قانون‌گذاری: سهم اخلاق در پهنه خانواده»، فصلنامه خانواده‌پژوهی، شماره سال هفتم، شماره ۲۷، پاییز، ۱۳۹۰
- سعدی‌پور، اسماعیل، چگونگی نمایش ازدواج و طلاق در سریال‌های تلویزیون ایران (۱۳۸۶) فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، مرکز تحقیقات و مطالعات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، تهران
- سعدی‌پور، اسماعیل؛ علی‌پور، محمد (۱۳۸۶)، «محتوای سریال‌های تلویزیونی ایرانی از نظر روش‌های تربیتی»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، مرکز تحقیقات و مطالعات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، تهران
- سفیری، خدیجه (۱۳۹۲)، «بررسی تأثیر سریال‌های ماهواره‌ای (سریال‌های خانوادگی شبکه GEM Classic بر روابط زوجین)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء (س). انتشار نیافته.
- شریفی، مسعود؛ سمندری‌ناهد؛ حیدری، محمود (۱۳۸۴)، «بررسی تأثیر رفتار والدین بر ریتم‌های زیستی فرزندان»، فصلنامه خانواده‌پژوهی، سال اول، شماره ۱، بهار ۱۳۸۴.
- صادقی، منصورالسادات؛ مظاهری، محمدعلی؛ حیدری، محمود (۱۳۸۶)، «میزان مذهبی‌بودن والدین منابع شناخت دینی و تصور از خدا»، فصلنامه خانواده‌پژوهی، سال سوم، شماره ۶
- عرفانی (۱۳۸۴)، «تأثیر گرایش ارزشی اولیا بر جوانان»، سال اول، شماره ۱، بهار ۱۳۸۴
- علیزاده، فتحی‌نیا (۱۳۸۶)، «سبک زندگی طبقات اجتماعی در سریال‌های خانوادگی تلویزیون»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، مرکز تحقیقات و مطالعات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، تهران.
- فولادچنگ، محبوبه (۱۳۸۵)، «نقش الگوهای خانوادگی در سازگاری نوجوانان»، فصلنامه خانواده‌پژوهی، سال دوم، شماره ۷، پاییز ۱۳۸۵

- مهرافشا، علی اکبر (۱۳۷۵)، «مواظب آنچه کودکان شما تماشا می کنند، باشید» (ترجمه) یلتیرن، سیلیا: لتی فیلبسون و انجلاشوله، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، شماره ۲۳۹
- قربانی، حسن و سعدی پور، اسماعیل (۱۳۸۶). «چگونگی نمایش ازدواج و طلاق در سریال های تلویزیون ایران» فصلنامه پژوهش های ارتباطی، مرکز تحقیقات و مطالعات صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، تهران
- مجدفر، فاطمه (۱۳۸۲). *جامعه شناسی عمومی*، تهران، شعاع، چاپ اول: ۲۷۶
- نیکو، مینو (۱۳۷۵). «نگرش به رادیو تلویزیون در سال طی سال ها» (ترجمه) گوئتر، بری: مایکل سون ویک، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه های صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، شماره ۲۶۶
- مرادی عباس آبادی (۱۳۸۶). «روش های تشویق و تنبیه کودکان و نوجوانان در سریال های خانوادگی تلویزیون» فصلنامه پژوهش های ارتباطی، مرکز تحقیقات و مطالعات صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، تهران
- مطهری، مرتضی (۱۳۶۸). *مسئله حجاب*، انتشارات صدرا، ایران، تهران.
- معدنی پور (۱۳۸۴). «تأثیر خانواده و رسانه بر پندپذیری جوانان»، فصلنامه خانواده پژوهی، سال اول، شماره ۱ موریش، ایور (۱۹۸۷). ترجمه غلامعلی سرمد، مرکز نشر دانشگاهی ۱۳۸۷، ایران، تهران.
- نیکو، مینو؛ سعیدیان، ایما؛ سرکیسیان، وازگن و شیخ، سعادت (۱۳۷۵). «استفاده و رضامندی از رادیو و تلویزیون بین جوانان»، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه های صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، شماره ۲۰۵
- نیکو، مینو (۱۳۷۵). «مقالاتی در زمینه روش شناسی شناخت مخاطب»، مجموعه مقالات، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه های صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، شماره ۳۰۴.

- Gordon, C. "Impression management on reality TV: Emotion parental accounts in (2011)", *Journal of Pragmatics*, 43(14), 3551-3564
- Hee Shin, D. "Defining sociability and social presence in Social TV (2013)". *Journal of Computers in Human Behavior*, 29(3), 939-947
- Nathanson, A. I. (1999). "Identifying and explaining the relationship between parental mediation and children's aggression. *Communication Research*", 26(2), 124-143.
- Valkenburg, P. M., Krcmar, M., Peeters, A. L., & Marseille, N. M. (1999). "Developing a scale to assess three styles of television mediation: "Instructive mediation," "restrictive mediation," and social covieing". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(1), 51-52