

سیاست‌گذاری تولید محصولات نمایشی در تلویزیون ایران با محوریت خانواده اسلامی

محمد رضا تقوی پور^{۱*}، محسن اسماعیلی^۲، سیاوش صلواتیان^۳

چکیده

متأسفانه در عصر کنونی نهاد خانواده، به‌منزله اصلی‌ترین رکن جامعه، دچار تزلزل شده است. لذا ارائه الگوی مناسبی از خانواده اسلامی از طریق محصولات نمایشی تلویزیون می‌تواند گره‌گشا باشد. مقاله حاضر به دنبال ارائه سیاست‌های محتوایی نمایش مطلوب خانواده در محصولات نمایشی تلویزیون بر مبنای سبک زندگی اسلامی است. این پژوهش در دو مرحله انجام شده است. ابتدا، محتوای ۷ عنوان کتاب (شامل ۲۱ جلد)، در حوزه خانواده اسلامی، به روش تحلیل محتوای کیفی، بررسی شد. نتیجه، به‌دست‌آمدن ۷۲۵ کد در زمینه ویژگی‌های خانواده اسلامی بود که پس از مقوله‌بندی الگوی جامع خانواده در اسلام، در سه محور اصلی «دیدگاه‌های نظری اسلام درباره خانواده»، «راهکارهای عملی تحکیم خانواده» و «عوامل تزلزل خانواده» ارائه شد. در مرحله دوم، با طراحی سؤالاتی برآمده از الگوی احصائی در گام نخست، با استنادان و کارشناسان ۴ حوزه مدیریت و سیاست‌گذاری، خانواده و سبک زندگی اسلامی، تولید تلویزیونی و ارتباطات، که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده بودند، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد. نتیجه در دو بخش ارزیابی کارشناسان از وضعیت کنونی نمایش خانواده در تلویزیون و سیاست‌های پیشنهادی برای بازنمایی خانواده ارائه شد. این سیاست‌ها در دو بخش عرضه شدند. بخش نخست، با عنوان «اهداف، محورها و اولویت‌ها» شامل ۷ مقوله «تشکیل خانواده و ازدواج»، «ترسیم جایگاه اعضای خانواده»، «اقتصاد خانواده»، «محیط مطلوب حاکم بر خانواده»، «صله رحم»، «وظایف اعضای خانواده» و «مقابله با عوامل تزلزل خانواده» و ۲۳ زیرمقوله است. بخش دوم نیز، با عنوان «سیاست‌ها و ضوابط محتوایی»، شامل ۳۵ گزاره محتوایی در خصوص بازنمایی مطلوب خانواده اسلامی در محصولات نمایشی است که به‌طور دقیق و مصداقی به باید‌ها و نبایدهای محصولات نمایشی می‌پردازند.

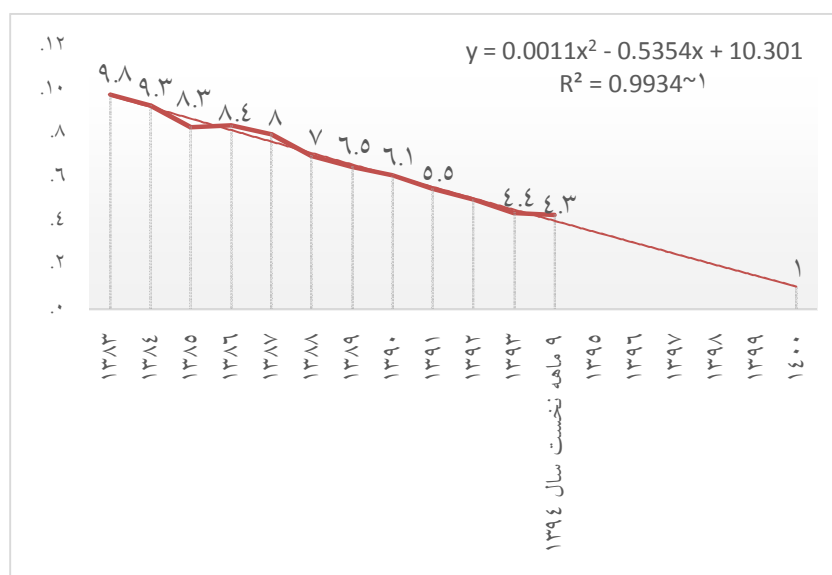
کلیدواژگان

خانواده ایرانی، سبک زندگی اسلامی، سیاست‌گذاری رسانه‌ای، محصولات نمایشی تلویزیون ایران، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته.

۱. کارشناس ارشد مدیریت رسانه و پژوهش‌گر مرکز پژوهش و سنجش افکار سازمان صدا و سیما
taghavipour69@gmail.com
 ۲. دانشیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران
esmaeil1344@ut.ac.ir
 ۳. استادیار دانشکده ارتباطات دانشگاه صدا و سیما
salavatian@gmail.com
- تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۲/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۳/۲۹

مقدمه

نهاد خانواده، اصلی‌ترین رکن جامعه و زمینه‌ساز خوشبختی یا بدبختی انسان‌ها و امت‌هاست. در مکتب ما، جامعه از سلول‌هایی به نام خانواده شکل گرفته که اگر این سلول‌ها سالم بمانند، یقیناً پیکره جامعه سالم باقی خواهد ماند. حکمت قداستی که اسلام به خانواده بخشیده است نیز به‌منظور زمینه‌سازی برای تقویت این نهاد و پیشگیری از فروپاشی آن است. آمارها حاکی از آن است که میزان طلاق در کشور افزایش یافته است. نگاهی گذرا به شاخص نسبت ازدواج به طلاق در کشور ما به‌خوبی مؤید این مطلب است. شاخص نسبت ازدواج به طلاق در سال ۱۳۸۳ از سوی سازمان ثبت احوال کشور ۹٫۸ اعلام شده است؛ درحالی‌که همین شاخص پس از گذشت ۱۱ سال، با کاهش عجیب ۴۴ درصدی به میزان ۴٫۳ رسیده است [۱۳].



شکل ۱. شاخص نسبت ازدواج به طلاق

رسم برازش منحنی^۱ یا رگرسیون، در شکل ۱ به ما نشان می‌دهد که در صورت ادامه روند کنونی، میزان این شاخص در سال ۱۴۰۰ به عدد ۱ خواهد رسید. این بدان معناست که کشور ما در سال ۱۴۰۰ شاهد برابری نرخ طلاق و ازدواج خواهد بود. طبیعی است که سیاست‌گذاری نادرست فرهنگی در این زمینه به ادامه این روند منجر می‌شود.

1. trend line

به نظر می‌رسد یکی از عوامل مهم تمایل نداشتن به حفظ و تشکیل خانواده، نبود تصور صحیح از طعم دلنشین زندگی خانوادگی است. بنابراین، ارائه الگوی مناسبی از زندگی خانوادگی به شیوه‌ای غیرمستقیم برای جامعه می‌تواند راهکار مناسبی برای حل این مسئله باشد. در این مسیر، الهام‌گرفتن از سبک زندگی اسلامی، تنها عامل آرامش و مایه نجات خانواده و به تبع آن جامعه است.

در عصر کنونی، جوانان بیش از آنکه از معلم و والدین بیاموزند، در معرض یادگیری از رسانه‌ها هستند. رسانه‌ها فراهم‌آورنده دانش و شکل‌دهنده ارزش‌هایند و مردم همواره از آن‌ها تأثیر می‌پذیرند و می‌آموزند [۲۴، ص ۱۰۹-۱۱۰]. بنابراین، با بهره‌گرفتن از کارکرد آموزشی رسانه‌ها می‌توانیم خانواده‌های سالم و جامعه‌ای پیشرو داشته باشیم.

از میان قالب‌های گوناگون رسانه‌ای، فیلم، سریال و به‌طور کلی هر آنچه با داستان و سرگرمی همراه باشد، تأثیر بیشتری بر مخاطب می‌گذارد، زیرا در اینجا دو کارکرد آموزشی و تفریحی- سرگرمی رسانه باهم آمیخته می‌شود و بدین ترتیب درگیری مخاطبان با متن رسانه‌ای افزایش می‌یابد [۳۰]. بنابراین، به‌منظور خلق آثار نمایشی با محوریت خانواده و براساس سبک زندگی اسلامی، نیازمند سیاست‌گذاری محتوایی در این حوزه هستیم تا بدین‌وسیله نخستین گام از فرایند پیچیده مدیریت تولید را محکم و منطقی برداریم و به محورهای مصداقی و ایجابی در این زمینه دست یابیم.

سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، در سال ۱۳۸۴، به انتشار اهداف و سیاست‌هایی در حوزه خانواده و محصولات نمایشی اقدام کرد که ضعف‌هایی در کلیت و جامعیت داشت [۳]. بنابراین، وجود چارچوبی جامع، راهنمایی است برای عوامل تولید محصولات رسانه‌ای که علاوه بر هدایت اثر هنری، محدودیت‌ها و فرصت‌های پیش روی وی را مشخص می‌کند و از سویی دست هنرمند را برای خلاقیت باز می‌گذارد. همچنین، با توجه به نقش راهبردی خانواده در جامعه اسلامی و حضور جدی این نهاد در غالب محصولات نمایشی، ارائه سیاست‌هایی که این دو حوزه را باهم درآمیزد، ضروری به نظر می‌رسد. از سوی دیگر، تدوین سیاست‌های برآمده از متن دین اسلام، علاوه بر آنکه می‌تواند جامعیت بالایی داشته باشد و حوزه‌های مورد تأکید سبک زندگی دینی را برجسته کند، این قابلیت را دارد که دید روشن و همه‌جانبه‌ای را از موضوع خانواده به تولیدکنندگان محصولات نمایشی عرضه کند.

هدف اصلی این مقاله، پیشنهاد سیاست‌های محتوایی به‌منظور تولید محصولات نمایشی برای سیما جمهوری اسلامی ایران با محوریت خانواده بر مبنای سبک زندگی اسلامی است. برای دستیابی به این هدف، شناسایی خصوصیات خانواده مطلوب بر مبنای سبک زندگی اسلامی، به‌منزله هدف فرعی این مقاله تعریف می‌شود.

پیشینه پژوهش

پیشینه پژوهش در دو حوزه داخلی و خارجی بررسی و ارزیابی شد که نتایج آن در جدول ۱ قابل مشاهده است.

جدول ۱. پیشینه داخلی پژوهش

ردیف	عنوان پژوهش	پژوهش‌گر	بررسی و نقد
۱	بررسی تطابق برنامه‌های نمایشی سیمای جمهوری اسلامی ایران با سیاست‌های رسمی سازمان در امور خانواده از دیدگاه خبرگان و کارشناسان دینی	سارا طالبی (۱۳۸۹)	اغلب سیاست‌های سازمان، در محورهای حمایت از ارکان خانواده، نقش زن در خانواده و اقتصاد اسلامی در خانواده در برنامه‌های نمایشی حاکم بوده است، اما تحقق سیاست‌ها در محورهای اخلاق اسلامی در روابط خانوادگی، ترویج دین‌داری در خانواده، ترویج ارزش‌های انقلابی در خانواده و... همگام با سیاست‌های خانواده اسلامی نبوده است [۱۵]. طالبی به توصیف وضع موجود برنامه‌های نمایشی سیمای جمهوری اسلامی ایران در قیاس با سیاست‌های رسمی سازمان پرداخته و هدفش ارائه وضعیت مطلوب نبوده است. در این پژوهش، سیاست‌های سازمان مبنا قرار داده شده و داعیه پژوهش‌گر نقد این سیاست‌ها نیست. همین نکته، پژوهش حاضر را از پایان‌نامه طالبی متمایز می‌کند.
۲	بازنمایی الگوی شخصیت مرد و زن در سینمای ایران و ارزیابی آن براساس آیات و روایات	رفیع‌الدین اسماعیلی (۱۳۹۳)	تحلیل فیلم‌های ساخته‌شده در سال‌های پس از انقلاب اسلامی: الگوی شخصیت مرد و زن در بیشتر فیلم‌ها نه‌تنها براساس فرهنگ اسلامی نیست، بلکه بعضاً ویژگی‌ها و مفاهیم مخالف فرهنگ اسلامی به این فرهنگ نسبت داده شده است. در مواردی، خواسته یا ناخواسته، احکام اسلامی بی‌اعتبار نشان داده شده و الگویی کاملاً مخالف آن از شخصیت مرد و زن بازنمایی شده است. نتیجه دیگر این پژوهش حاکی از آن است که هرچه از آغاز انقلاب اسلامی فاصله می‌گیریم، فیلم‌ها نیز به‌تدریج از فرهنگ اسلامی دور می‌شوند [۱]. دغدغه اصلی این پژوهش توصیف چگونگی نمایش شخصیت زن و مرد در آثار سینمایی پس از انقلاب اسلامی بوده است، لذا پیشنهادی درخصوص الگوی مطلوب ارائه نمی‌دهد.
۳	بازنمایی سبک طبقات اجتماعی در سریال‌های خانوادگی تلویزیون	عبدالرحمان علیزاده و محمد فتحی‌نیا (۱۳۸۶)	بررسی مجموعه‌های تلویزیونی پربیننده شش‌ماهه دوم سال ۱۳۸۵: مجموعه‌های تلویزیونی خانوادگی پربیننده به‌طور کلی مسائل، مظاهر و سبک زندگی طبقات مرفه را بیش از طبقات متوسط و پایین انعکاس داده‌اند [۱۸].

ادامه جدول ۱. پیشینه داخلی پژوهش

ردیف	عنوان پژوهش	پژوهش‌گر	بررسی و نقد
۴	بررسی جنبه‌های مختلف در چگونگی نمایش خانواده در سریال‌های تلویزیونی ایرانی	محمدحسین الیاسی و همکاران (۱۳۸۲)	از نظر وجود عوامل تحکیم خانواده در اسلام تقریباً در سه چهارم از خانواده‌ها عوامل تحکیم خانواده وجود داشته است. در مجموع، رابطه منفی زنان با شوهران خود بیش از رابطه منفی شوهران با زنان خود بوده است. تحلیلی صرفاً کمی از چگونگی وضعیت موجود نمایش خانواده در سریال‌های تلویزیونی ایرانی. برخلاف آنچه در چکیده تحقیق آمده، به دلیل بهره‌گیری از روش توصیفی، نمی‌تواند راهنمایی کامل برای ارائه تصویر مطلوب خانواده باشد [۴].
۵	رؤیای امریکایی خانواده در فیلم‌ها	ژرژ کوریان (۱۹۹۱)	بازنمایی خانواده امریکایی در فیلم‌های دهه ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰: در طول این دهه‌ها شاهد نوسانات فراوانی در خصوص خانواده امریکایی در سینما بوده‌ایم. از کاهش شدید ساختارهای خانوادگی در اواخر دهه ۱۹۶۰ تا بازگشت به سازه‌های سنتی خانواده در اواخر دهه ۱۹۸۰ [۲۷].
۶	مادران مجرد در فیلم‌های خانوادگی معاصر	آنگارا والدیویا (۱۹۹۸)	بررسی تصویر مادران مجرد در فیلم‌های خانوادگی معاصر تولیدشده در هالیوود: نتایج تحلیل والدیویا نشان می‌دهد که این فیلم‌ها مادران مجرد را در دو دسته طبقه‌بندی کرده‌اند. «مادر خوب» کسی است که همسرش او را رها کرده و یا فوت کرده باشد. پاداش این زن در فیلم به صورت ازدواج مجدد، ثبات اقتصادی یا هر دوی این‌ها به تصویر کشیده شده است. «مادر بد» نیز کسی است که بر اثر جدایی و طلاق تنها شده است. کاهش پایگاه اقتصادی و اجتماعی، مجرد طولانی مدت و سرخوردگی و بی‌قیدی جنسی مجازات وی در فیلم‌های بررسی‌شده این پژوهش است [۳۰].
۷	خانواده در ملودرام‌های هالیوودی: واقع‌نمایی یا ایده‌آل‌گرایی	مک‌کینان (۲۰۰۴)	تحلیل ملودرام‌های دهه ۱۹۵۰: این فیلم‌ها فاصله میان تجربیات و باورهای یک خانواده حقیقی را از خانواده‌ای آرمانی متمایز می‌کند. تجلیل آشکار این ملودرام‌ها از خانواده آرمانی و اسطوره‌ای است که خانواده بورژوازی مردسالار را کاملاً طبیعی جلوه می‌دهد. تحلیل چند فیلم ملودرام دیگر این دهه نیز نشان می‌دهد که حفظ خانواده به‌طور گسترده‌ای تبلیغ و ترویج شده است [۲۹].
۸	بازنمایی خانواده در فیلم‌های سینمایی معاصر امریکایی	وان‌هی (۲۰۰۸)	بررسی سه فیلم تولیدشده در سال ۲۰۰۵؛ در این سه فیلم، خانواده به ترتیب با تهاجم بیگانگان از شهرها، قاره‌ها یا سیاره‌های دیگر مواجه می‌شود، اما در نهایت در مقابل بیگانگان می‌ایستد و در هجومی ناگهانی آینده را برای کشورش تضمین می‌کند [۳۲].

چارچوب نظری

سیاست گذاری رسانه‌ای

سیاست‌های عمومی اصولی هستند که به تصمیم‌ها، اقدام‌ها و فعالیت‌های سازمان‌های عمومی جهت می‌دهند و آن‌ها را در مسیر تحقق اهداف تنظیم می‌کنند. سیاست عمومی به مجموعه‌ای از اقدامات پیشنهادی شخص، گروه یا دولت اطلاق می‌شود که در محدوده یک قلمرو جغرافیایی با مشکلات و موانع یا فرصت‌هایی مواجه است [۱۴]. علوم سیاست‌گذاری بخشی از جنبش عقلایی‌کردن زندگی بشری و عقلایی عمل کردن بشر است که به کمک آن انسان سعی می‌کند با تسلط روزافزونی بر زندگی اجتماعی خویش دست یابد که ترکیبی است از علم، مهارت و هنر [۲]. همچنین، یکی از صاحب‌نظران سیاست‌گذاری، به نام بریان اسمیت^۱، معتقد است در فرایند سیاست‌گذاری، مجموعه‌ای از عوامل شامل اعتقادات و ارزش‌های جامعه، دانش و فن، فشار و قدرت، حمایت کردن و نکردن و قوانین و مقررات تأثیرگذارند [۶].

سیاست‌گذاری فرهنگی نیز شامل اصول و راهبردهای کلی و عملیاتی شده‌ای است که بر نوع عملکرد فرهنگی هر نهاد اجتماعی استیلا دارد. به این اعتبار، منظومه‌ای سامان‌یافته از اهداف نهایی درازمدت و میان‌مدت قابل‌سنجش و نیز ابزارهای وصول به آن اهداف را دربرمی‌گیرد [۸].

سیاست‌گذاری رسانه‌ای آمیزه‌ای از تجربیات گذشته، مصلحت‌عامه جامعه و آینده‌نگاری رسانه‌ای است. سیاست‌گذار رسانه‌ای باید به چگونگی و قابلیت اجرا و عملیاتی‌شدن یک سیاست در جامعه نیز توجه داشته باشد. از آنجا که سیاست‌های رسانه‌ای در بستر تاریخی، فرهنگی و اجتماعی معنا پیدا می‌کنند، در نظر گرفتن مختصات فکری، معرفتی و همچنین ویژگی‌های روان‌اجتماعی هر عصر و هر نسلی در سیاست‌گذاری رسانه‌ای بسیار اهمیت دارد [۷].

سیاست‌گذاری رسانه‌ای راهبرد کلانی است که بر هدایت رسانه‌ها در نیل به اهداف مشخص نظام حاکم دلالت دارد [۱۰]. به‌طورکلی، می‌توان سیاست‌گذاری رسانه‌ای را برنامه‌ریزی، طرح‌ریزی و اتخاذ تصمیماتی در جهت پیشبرد اهداف سازمان‌های رسانه‌ای با توجه به تشکیلات و محیط و نیروی انسانی تعریف کرد. در فرایند اتخاذ تصمیمات افراد و گروه‌های مختلف با زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی، ارزشی، اعتقادی، اقتصادی و سیاسی گوناگون دخالت دارند. در فرایند اتخاذ تصمیم‌ها، مسئله تنوع علایق و منافع مطرح می‌شود. به این معنا که هر فرد یا گروه منافع خاص خود را دنبال می‌کند و متناسب با اهدافش از استراتژی‌های متفاوتی بهره می‌گیرد [۱۷].

1. Brian Smith

خانواده

از نظر علمای جامعه‌شناسی، تعاریف متنوعی از خانواده در دست است. گروهی از محققان علوم اجتماعی خانواده را به «گروهی از افراد که روابط آنان با یکدیگر براساس هم‌خونی شکل می‌گیرد و نسبت به هم خویشاوند محسوب می‌شوند» تعریف می‌کنند [۱۲]. در تعریف دیگری، گفته‌اند خانواده شامل مجموعه‌ای از افراد است که با هدف و اندیشه‌ی وصول به منافع مشترک، زیر سقفی قرار می‌گیرند و سرگرم زندگی هستند [۲۱]. به اعتقاد برخی نیز، واژه خانواده به تدریج بازتعریف شده تا هر جمعی را که باهم زندگی می‌کنند، دربرگیرد [۲۶، ص ۱۰۷].

به نظر ارنست ماور خانواده صرفاً گروهی از افراد نیست که در کنار هم زندگی می‌کنند، بلکه سازمان نگرش‌ها و الگوهایی است که هر خانواده به‌طور مستقل بسط می‌دهد و خانواده را به‌منزله یک گروه فرهنگی می‌شناساند [۲۸].

اما در بررسی نگاه اسلام به خانواده باید گفت که اسلام خانواده را گروهی می‌داند متشکل از دو رکن اصلی زن و مرد که در سایه ضابطه‌ای مشروع و الهی در کنار یکدیگر قرار گرفته و بر اثر آن پیوند، دارای شخصیت اجتماعی، حقوقی، معنوی و مدنی شده‌اند. اساس روابط انشسان را نکاح تشکیل می‌دهد و نکاح، عقد یا پیمانی است که براساس آن رابطه زوجیت مشروع می‌شود [۲۱].

قرآن کریم خانواده را «آیه‌ای از آیات خداوند»، «پیوندی محکم»، «دژی در مقابل زندگی سراسر فسق و فجور»، «سنت پیامبران الهی» و «عامل تکثیر نسل» معرفی می‌کند و از همسران به‌منزله «لباس یکدیگر» نام می‌برد. همچنین، روایات اسلامی خانواده را «محبوب‌ترین بنا نزد خداوند» و «بالاترین نعمت پس از اسلام» می‌دانند و ازدواج را «کامل‌کننده دین»، «گشاینده درهای رحمت الهی» و «عامل ارزش‌یافتن عبادات» معرفی می‌کنند [۵].

باید دانست مسائل خانواده از دو دیدگاه حقوقی-فقهی و اخلاقی بررسی می‌شود. در الگوی خانواده اسلامی، «حقوق و تکالیف» زوجین و فرزندان به یکدیگر و سایر خویشاوندان در سایه اصول اخلاقی مورد تأکید قرار گرفته است [۱۱].

سبک زندگی

مهدوی کنی با ارائه تعاریف مختلفی از «سبک زندگی» از سوی دانشمندان چون زیمل، وبلن، وبر، مک کی، آدلر، کلاکهن، بوردیو، ونزل، لسلی، یوث و گیدنز [۱۴، ص ۲۵] نتیجه می‌گیرد که تقریباً در همه تعاریف، دو مفهوم به‌خصوص در نظر گرفته شده است. اول مفهوم «وحدت» و دوم مفهوم «تمایز». به این معنا که سبک زندگی حاکی از مجموعه عناصری است که کم‌وبیش به‌طور نظام‌مند باهم ارتباط داشته و یک کل را پدید می‌آورند. همین اتحاد و نظام‌مندی، این کل را از کل‌های دیگر متمایز می‌کند [۲۲، ص ۳۴].

مهدوی کنی با بررسی این نظرات، در نهایت تعریف ذیل را از سبک زندگی ارائه می‌دهد: الگوی همگرا (کلیت تامی) یا مجموعه منظمی از رفتارهای درونی و بیرونی، وضع‌های اجتماعی و دارایی‌ها که فرد یا گروه بر مبنای پاره‌ای از تمایلات و ترجیح‌ها (سلیقه) و در تعامل با شرایط محیطی خود ابداع یا انتخاب می‌کند یا به‌اختصار: «الگو یا مجموعه نظام‌مند کنش‌های مرجح» است [۲۵، ص ۷۵].

افزون بر این، نظریه‌پردازان غربی در مقام عمل نیز شاخص‌هایی برای سبک زندگی ارائه کرده‌اند که می‌تواند ما را به درک بهتری از این مفهوم برساند. مهم‌ترین شاخص‌ها در این زمینه عبارت‌اند از: الگوی مصرف و شیوه تغذیه، پوشاک و نوع مسکن، شیوه گذراندن اوقات فراغت، الگوهای مربوط به شیوه تمرکز بر علاقه‌مندی‌ها، آداب معاشرت و چشم‌اندازهای اخلاقی، الگوهای زندگی خانوادگی و بهداشت و سلامت [۱۹، ص ۲۲-۲۴].

اما در بررسی مبانی عرفانی- فلسفی سبک زندگی اسلامی باید گفت که در فلسفه و برهان، به اثبات رسیده است که هیچ عمل آگاهانه و حتی غیرآگاهانه‌ای انجام نمی‌گیرد، مگر آنکه به علل طولی خود از نظام ارزش‌ها و نگرش‌ها متصل باشد. مرحوم علامه طباطبایی در مقاله‌ای مستقل با عنوان رساله‌ای در «عقاید، اخلاق، اعمال» به خوبی نشان داده‌اند که ربط محکمی میان رفتارهای ما، باورهای اخلاقی و تفکر ما وجود دارد؛ به طوری که تقویت و تضعیف هر یک از این سه عامل در دو عامل دیگر تأثیر بسزایی دارد [۱۶].

رسانه و سبک زندگی

رسانه‌ها و محصولات رسانه‌ای از عوامل مهم اثرگذار بر شکل‌گیری سبک‌های نوین زندگی است. رسانه‌ها هم بستری هستند برای تجلی آرزوها و هم آرزوهای جدیدی می‌آفرینند. با فرض اینکه هویت افراد در یک جامعه از راه سبک زندگی انتخابی آن‌ها تولید و بازتولید می‌شود، باید بپذیریم این سازوکار بیش و پیش از هر چیز از خلال درونی‌کردن رفتارها و باورها در ظرف روزمرگی عمل می‌کند. هر اندازه این سازوکارها درونی‌تر شود، نظام تضمین بیشتری برای تداوم خود دارد و برعکس هر اندازه به جای درونی‌شدن از سازوکارهای قدرت‌مدار و بیرونی، مانند الزام اجتماعی برای تحمیل یک شیوه زندگی خاص استفاده شود، نظام شکننده‌تر، تداوم آن ضعیف‌تر و واقعیت آن سطحی‌تر می‌شود [۱۹].

همچنان که یافته‌های تحقیقی با عنوان «بررسی نقش و تأثیر رسانه‌های نوین تصویری در تغییر سبک زندگی» نشان می‌دهد، استفاده از رسانه‌های نوین تصویری به شکل‌گیری سبک زندگی ویژه‌ای می‌انجامد و در هریک از جنبه‌های مختلف سبک زندگی، نظام ارزشی و جهان‌بینی متفاوتی را ایجاد می‌کند که به کنش‌های گوناگونی از جانب افراد منجر و باعث می‌شود افراد در حوزه‌های مختلف زندگی خود، از جمله اوقات فراغت و شیوه گذران آن،

نگرش به ازدواج (شیوه همسرگزینی)، رفتارهای دینی و مدگرایی از الگوهای متفاوتی پیروی کنند [۲۰].

در بررسی نسبت و تأثیر رسانه بر سبک زندگی خانوادگی باید گفت که رسانه‌ها می‌توانند تأثیرات مثبت و منفی فراوانی بر این نهاد داشته باشند. افزایش سطح آگاهی اعضای خانواده، معرفی الگوهای صحیح رفتاری، تأثیر مثبت بر فرایند تربیت فرزندان، تقویت باورهای دینی در خانواده از تأثیرات مثبتی است که رسانه می‌تواند بر خانواده داشته باشد. افزایش بزهکاری و خشونت، معرفی الگوهای منفی، کم‌رنگ‌شدن پیوندهای عاطفی در خانواده و فردگرایی، تجمل‌گرایی، تأثیر غیرمستقیم در تزلزل خانواده و کم‌رنگ‌شدن نقش تربیتی خانواده نیز از تأثیرات منفی رسانه‌ها بر خانواده است [۹].

روش پژوهش

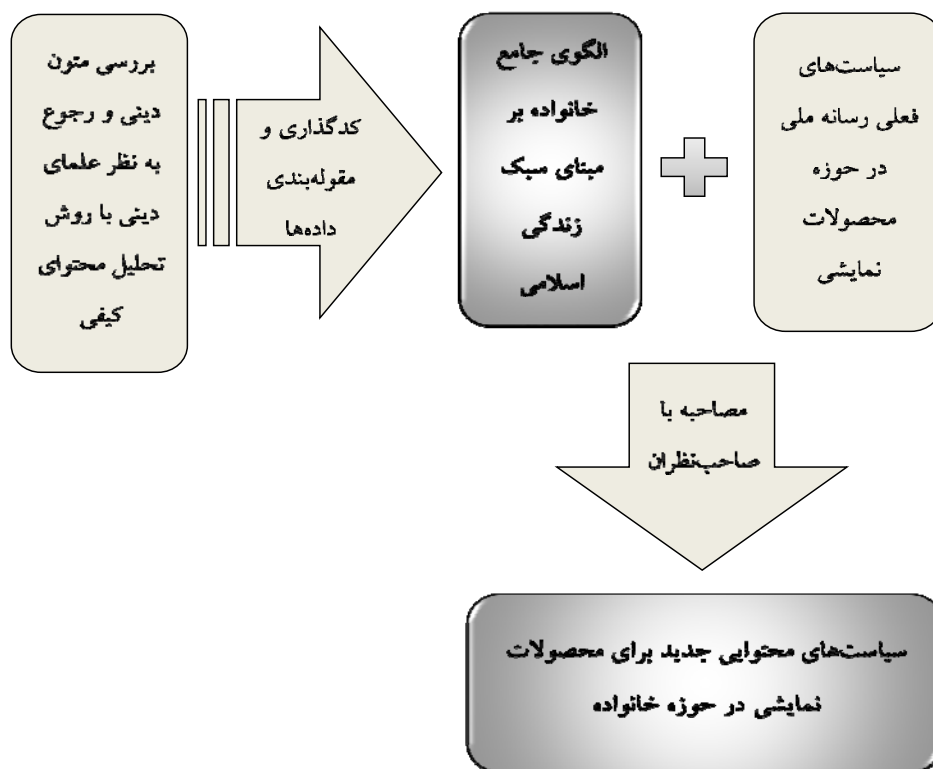
این مقاله، بر مبنای روش کیفی، در دو مرحله تحلیل محتوای کیفی و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شده است. در گام نخست، که به منظور شناسایی خصوصیات مطلوب خانواده اسلامی انجام شده است، با روش تحلیل محتوای کیفی به سراغ منابع دینی رفتیم که با مشورت استادان مطلع حوزه و دانشگاه انتخاب شده بودند و ۷ عنوان (۲۱ جلد) از کتب اسلامی در حوزه خانواده را شامل می‌شدند. کتاب‌های *میزان‌الحکمه* و *تحکیم خانواده از نگاه قرآن* و حدیث تألیف محمدی ری‌شهری، *مفاتیح‌الحیات*، اثر آیت‌الله جوادی‌آملی، *خانواده* و *مطلع عشق* گزیده بیانات آیت‌الله سید علی خامنه‌ای، *سیره نبوی دفتر چهارم* (زندگی خانوادگی) تألیف مصطفی دلشادتهرانی و *بهشت خانواده* اثر سید جواد مصطفوی، منابع پژوهشی بخش نخست مقاله حاضرند. در این مرحله، با رویکردی استقرایی و با تمام‌شماری جامعه بررسی شده و با استفاده از روش اسنادی به‌منزله شیوه گردآوری داده‌ها به استخراج و طبقه‌بندی خصوصیات خانواده از دیدگاه اسلام اقدام کردیم.

در مرحله دوم پژوهش، برای ارائه سیاست‌های رسانه ملی در جهت هدف پژوهش، از روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بهره بردیم. بدین گونه که خروجی‌های به‌دست‌آمده از مرحله قبلی، به همراه سیاست‌های فعلی رسانه ملی در حوزه محصولات نمایشی و خانواده در اختیار مصاحبه‌شوندگان (جدول) قرار گرفت و با توجه به سؤالات تحقیق و عمل بر مبنای قاعده اشباع، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۲ تن از متخصصان ۴ حوزه تولید تلویزیونی، ارتباطات، مدیریت و سیاست‌گذاری فرهنگی و خانواده و سبک زندگی اسلامی انجام پذیرفت و داده‌های حاصل، کدگذاری و مقوله‌بندی کیفی شدند.

جدول ۲. ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان

ردیف	تحصیلات	سمت و تخصص
۱	دکتری جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی ایران	مدیر مرکز پژوهش و سنجش افکار
۲	تحصیلات حوزوی	مدیر حوزه علوم اسلامی رسانه
۳	دکتری زبان‌شناسی	مدیرمسئول فصل‌نامه مطالعات سبک زندگی و مدیر گروه فرهنگ مردم مرکز پژوهش و سنجش افکار
۴	کارشناسی ارشد کارگردانی و دانشجوی دکتری مدیریت رسانه	تهیه‌کننده، کارگردان و معاون آموزشی و پژوهشی گروه تولید دانشگاه صدا و سیما
۵	دکتری فلسفه	مدیرکل پشتیبانی و اجرای نظرسنجی مرکز پژوهش و سنجش افکار
۶	دکتری علوم ارتباطات اجتماعی	منتقد فیلم و عضو هیئت‌علمی حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی
۷	دانشجوی دکتری علوم اجتماعی	پژوهش‌گر و مدیر گروه بازنمایی مرکز پژوهش و سنجش افکار
۸	دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی	معاون فرهنگی ریاست دانشگاه و استادیار دانشگاه صدا و سیما
۹	دکتری علوم ارتباطات اجتماعی	مدیر پیشین گروه آینده‌پژوهی مرکز پژوهش و سنجش افکار و عضو هیئت‌علمی گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی(ره)
۱۰	دکتری علوم اقتصادی	مدیر پیشین اداره کل پژوهش‌های راهبردی مرکز پژوهش و سنجش افکار
۱۱	سطح دوم حوزه علمیه	کارشناس فرهنگی
۱۲	دکتری جامعه‌شناسی	مشاور مدیر مرکز پژوهش و سنجش افکار

مراحل اجرای این پژوهش به‌گونه‌ای شماتیک در شکل ۲ به تصویر کشیده شده است.

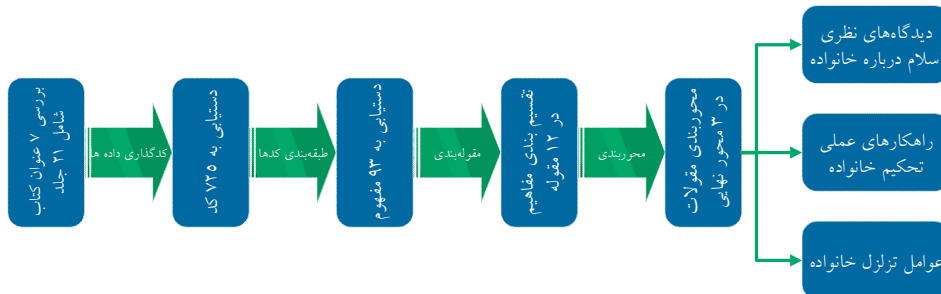


شکل ۲. مراحل اجرای پژوهش

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش در گام نخست

در مرحله نخست پژوهش، با کدگذاری داده‌های جامعه بررسی شده، ۷۲۵ کد از مؤلفه‌های خانواده اسلامی استخراج شد. طبقه‌بندی و مقوله‌بندی این کدها ما را به ۹۳ مفهوم و سپس ۱۲ مقوله در باب خانواده اسلامی رساند که در نهایت در سه محور کلی جای گرفتند. «دیدگاه‌های نظری اسلام درباره خانواده»، «راهکارهای عملی تحکیم خانواده» و «عوامل تزلزل خانواده» محورهای این الگو هستند که هر یک چندین و چند زیرمجموعه دارند. خلاصه‌ای از طی این روند در شکل ۳ به تصویر کشیده شده است.



شکل ۳. خلاصه بخش نخست پژوهش

مطالب مطرح شده ذیل عنوان دیدگاه های نظری اسلام درباره خانواده، شامل ۴ مقوله است. «دیدگاه اسلام نسبت به زوجین»، «دیدگاه اسلام نسبت به تشکیل خانواده» به همراه دیدگاه های اسلام در خصوص «رابطه میان خانواده و جامعه» و «ویژگی های مطلوب محیط خانواده» از زیرمقولات این عنوان هستند. همچنین، دیدگاه های دیگر اسلام در موضوع خانواده، که ذیل این عناوین نمی گنجیدند، با عنوان «دیگر دیدگاه ها» ارائه شدند. راهکارهای عملی تحکیم خانواده از منظر متون اسلامی، بخش دیگر این الگوی سه وجهی را تشکیل می دهد که خود شامل زیرمجموعه های کلی دیگری چون «تشکیل خانواده»، «صله رحم»، «اقتصاد خانواده» و «وظایف اعضای خانواده» است. آخرین وجه الگوی جامع خانواده مستخرج از گام نخست پژوهش، به «عوامل تزلزل خانواده» می پردازد. ذیل این عنوان نیز مقولاتی چون «موانع تشکیل خانواده»، «عوامل تزلزل خانواده پس از تشکیل آن» و «وظایف دیگران در زمان اختلاف زوجین» می گنجند که مانند موارد بالا هریک شامل چندین و چند زیرمجموعه است.^۱

یافته های پژوهش در گام دوم

به منظور تدوین و پیشنهاد سیاست های مطلوب معاونت سیما برای نمایش خانواده به سبک زندگی اسلامی در محصولات نمایشی، پرسش های مطرح شده از کارشناسان پژوهش، معطوف به دو بخش ارزیابی ایشان از وضعیت موجود و پیشنهاد های ایشان برای وضعیت مطلوب طراحی شدند. یافته های حاصل از مصاحبه نیمه ساختار یافته با کارشناسان پژوهش، بر همین مبنا به دو بخش تقسیم و در نهایت طبقه بندی شدند. مصاحبه نیمه ساختار یافته مصاحبه ای است که در آن

۱. به دلیل گستردگی حجم یافته های بخش نخست پژوهش، ناگزیر به آوردن خلاصه ای از این مطالب در مقاله حاضر شدیم. مشروح یافته های به دست آمده در این مرحله، در مقاله مجزایی چاپ و منتشر خواهد شد.

سؤالات مصاحبه از قبل مشخص می‌شود و از همه پاسخ‌دهندگان پرسش‌های مشابه پرسیده می‌شود، اما آن‌ها آزادند که پاسخ خود را به هر طریقی که می‌خواهند ارائه کنند [۲۳]. در ارزیابی کارشناسان از وضعیت موجود نمایش خانواده در محصولات نمایشی، مجموعاً ۲۳ مقوله از اظهارات کارشناسان شناسایی و استخراج شد که در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. ارزیابی کارشناسان از وضعیت کنونی نمایش خانواده در محصولات نمایشی

ردیف	مقوله	زیر مقولات
۱	طراحی نکردن الگوی مطلوب خانواده	این گویه شامل موارد زیر است: ۱. نقص در طراحی نظام‌نامه موجود در خصوص نمایش الگوی مطلوب خانواده اسلامی- ایرانی ۲. وجود تعارض در الگوی نمایش خانواده در محصولات نمایشی ۳. محسوس بودن سلايق عوامل تولید در بازنمایی خانواده
۲	رعایت نکردن اولویت موضوعی در تولید	این گویه شامل موارد زیر است: ۱. شناخت نادرست سازمان صدا و سیما از وضعیت حقیقی جامعه ۲. مسئله‌محور نبودن موضوعات محصولات نمایشی ۳. اولویت نداشتن آموزش اخلاق و آداب دینی خانوادگی ۴. عدم ارائه تصویر هنرمندانه و صحیح از انسان و خدا به مخاطبان
۳	ترسیم نادرست جایگاه اعضا در خانواده	این گویه شامل موارد زیر است: ۱. ارائه تصویر ناقص از جایگاه اعضا در خانواده ۲. ترسیم نادرست جایگاه پدر به‌عنوان مظهر عقلانیت، آرامش و نقطه اتکای خانواده ۳. نمایش خانواده‌هایی ناقص و پر از مشکل و درگیری
۴	استفاده از عوامل تولیدی نامناسب	این گویه شامل موارد زیر است: ۱. ضعف اعتقادی برخی تولیدکنندگان و هنرمندان نقش‌آفرین در محصولات نمایشی ۲. تعمد در ارائه تصویر نادرست از خانواده از سوی برخی عوامل تولید
۵	تخطئه خانواده‌های پرجمعیت	این گویه شامل موارد زیر است: ۱. نمایش گرفتاری‌های خانواده‌های پرجمعیت ۲. تحقیر خانواده‌های پرجمعیت ۳. بازنمایی مثبت از خانواده‌های گسترده صرفاً در سریال‌های مناسبی
۶	نمایش معیارهای نادرست در زمینه انتخاب همسر	این گویه شامل نکات زیر است: ۱. القای «علاقه‌مندی» به‌منزله اصلی‌ترین ملاک انتخاب همسر ۲. نمایش ندادن هوشمندی خانواده‌های متدین در زمینه انتخاب همسر ۳. پافشاری نکردن بر ملاک‌های صحیح انتخاب همسر
۷	انتشار پیام مخدوش درباره سبک صحیح همسرگزینی	این گویه شامل موارد زیر است: ۱. بازنمایی مثبت از خواستگاری سنتی ۲. بازنمایی منفی از روابط پیش از ازدواج ۳. ارتباط نداشتن سبک همسرگزینی به موفقیت در زندگی زناشویی

ادامه جدول ۳. ارزیابی کارشناسان از وضعیت کنونی نمایش خانواده در محصولات نمایشی

ردیف	مقوله	زیر مقولات
۸	ارائه تصویر مبهم از مفهوم عشق	نمایش فضای مبهم هوسناک به جای عشق در سریال‌ها
۹	تمسخر واسطه‌گری در ازدواج	توهین و تمسخر واسطه‌گری در ازدواج
۱۰	رعایت نکردن حریم‌های شرعی	رعایت نکردن بسیاری از حریم‌های میان محرم و نامحرم در محصولات نمایشی
۱۱	تهران محوری	این گویه شامل موارد زیر است: ۱. در نظر گرفتن شهر تهران به منزله بستر مکانی شکل‌گیری داستان ۲. کم‌توجهی به شهرهای دیگر کشور
۱۲	ایجاد نیازهای کاذب در مخاطب	ایجاد تشنگی در مخاطبان به نیازهای کاذب و غیرحقیقی در خانواده
۱۳	بازنمایی منفی از افراد دارای ظواهر مذهبی	بازنمایی منفی و نادرست از افراد دارای ظواهر مذهبی در خانواده
۱۴	افراط در نمایش خانواده‌های فقیر و ثروتمند	این گویه شامل موارد زیر است: ۱. افراط در نمایش خانواده‌های فقیر و ثروتمند ۲. کم‌توجهی به نمایش خانواده‌های متوسط به لحاظ اقتصادی
۱۵	ضعف نظارت بر محصولات نمایشی با موضوع خانواده	نقاط ضعف فراوان در زمینه نظارت بر محصولات نمایشی با موضوع خانواده
۱۶	عدم اعتدال در بازنمایی زنان	بازنمایی زنان بسیار قوی یا بسیار ضعیف و اعتدال نداشتن در این موضوع
۱۷	ضعف در بازنمایی روابط عاطفی میان فرزندان	بازنمایی ضعیف و ناقص از روابط عاطفی میان فرزندان خانواده
۱۸	تناقض میان قالب‌های گوناگون	تناقض میان برنامه‌های نمایشی و برنامه‌های گفت‌وگومحور در موضوع خانواده
۱۹	ضعف در نمایش اولویت کار خانم‌ها در خانه	عدم القای اولویت کار خانم‌ها در خانه
۲۰	عدم آموزش مهارت‌های حل مسئله	بی‌توجهی به آموزش دانش اجتماعی، مهارت‌های شناسایی و حل مسئله و تعارض به خانواده‌ها
۲۱	تقومحور نبودن محصولات نمایشی	نمایش ندادن تقوا به منزله محور و نمایش ندادن مراقبه نفس در فیلم و سریال‌ها
۲۲	نمایش حداقلی زندگی خانوادگی اسلامی	این گویه شامل موارد زیر است: ۱. ترکیبی بودن نظام ارزشی مخاطبان ۲. تلاش محصولات نمایشی برای جذب مخاطبان بیشتر ۳. ناکامی در نمایش مفهوم کامل خانواده اسلامی
۲۳	هم‌نشینی مذهب با فقر اقتصادی	هم‌نشینی خانواده‌های مذهبی با فقر اقتصادی در خانواده

نتایج حاصل از پیشنهاد‌های کارشناسان در خصوص وضعیت مطلوب بازنمایی خانواده در محصولات نمایشی را پس از تحلیل کیفی به دو بخش تقسیم کردیم. در بخش نخست، اهداف، محورها و اولویت‌ها را ابتدا به صورت شماتیک (شکل ۴) و پس از آن به‌طور مشروح ارائه می‌کنیم. پس از آن، به ارائه سیاست‌های محتوایی موردنظر کارشناسان می‌پردازیم.



شکل ۴. سیاست‌های مطلوب نمایش خانواده در محصولات نمایشی

اهداف، محورها و اولویت‌ها

این بخش براساس مقوله‌بندی یافته‌های حاصل از مرحله دوم پژوهش به ۷ زیرمجموعه دسته‌بندی شد. محتویات این بخش به‌منزله روح کلی حاکم بر برنامه‌های نمایشی در حوزه خانواده هستند. درحقیقت، این موارد به وضع موجود نمی‌پردازند و وضعیت مطلوب را توصیف می‌کنند.

❖ تشکیل خانواده و ازدواج

۱. تبلیغ و ترویج سنت پسندیده ازدواج دائم؛
۲. نمایش مزایای تشکیل خانواده و معایب مجرد زیستن؛
۳. نمایش ازدواج و کمک به فراهم کردن زمینه برای ازدواج دیگران به‌صورت یک وظیفه و واجب شرعی؛

۴. برجسته‌سازی نقش ازدواج در حفظ استقلال جامعه؛
۵. بازنمایی مثبت از تأثیر توکل و اعتماد به خداوند در زمینه ازدواج؛
۶. ترویج ملاک‌های صحیح و عقلانی انتخاب همسر؛
۷. نمایش آثار سوء ازدواج با انگیزه‌های غیرارزشی چون دنیاگرایی، شهوت‌پرستی و مقام‌گرایی؛
۸. ترویج و تبلیغ سادگی و دوری از تجمل‌پرستی در امر ازدواج (مهریه، جهیزیه، جشن ازدواج و...).

❖ ترسیم جایگاه صحیح اعضای خانواده

۱. نمایش زن به‌عنوان مظهر آرامش و آرایش معنوی محیط خانواده؛
۲. نمایش مرد به‌عنوان مظهر اعتماد، عقلانیت و نقطه اتکای خانواده؛
۳. بازنمایی تأثیرات مثبت حفظ جایگاه پدر در خانواده از سوی مادر و فرزندان؛
۴. نمایش نقش تکمیل‌کنندگی زوجین برای یکدیگر و عدم فرعیت هیچ‌یک در خانواده؛
۵. تقویت فرهنگ حفظ حرمت بزرگ‌ترها در خانواده؛
۶. بازنمایی جایگاه فعال و مجرب بزرگ‌ترها در تصمیم‌گیری‌های خانوادگی.

❖ اقتصاد خانواده

۱. اولویت‌داشتن نمایش خانواده‌های متوسط به لحاظ اقتصادی؛
۲. نمایش رضایت و آرامش روحی افراد از رعایت سادگی و قناعت مالی در زندگی؛
۳. نمایش وجه عقلانی و مفید آداب اقتصادی اسلام در خانواده؛
۴. برجسته‌سازی قوت هرچه بیشتر مسائل معنوی ازدواج بر مسائل مادی آن؛
۵. تقبیح فرهنگ بیکاری و شانس‌گرایی در حوزه اقتصاد خانواده؛
۶. برقراری رابطه مستقیم میان تلاش و پشتکار با برخورداری از نعمات در خانواده؛
۷. ترویج فرهنگ استفاده بهینه از امکانات زندگی؛
۸. نقد ارزش‌های اقتصادی غیراسلامی در خانواده.

❖ محیط مطلوب حاکم بر خانواده

۱. ترویج حقیقت‌طلبی، فضیلت‌مداری و عدالت‌محوری به‌منزله محورهای اصلی زندگی اسلامی در محیط خانواده؛
۲. ترویج و تبلیغ آرامش، تدبیر و عقلانیت، مدارا و ملایمت، شادی و سرزندگی در خانواده و رضایت از قضای الهی، به‌منزله مؤلفه‌های مطلوب حاکم بر محیط خانواده؛
۳. بازنمایی مثبت از تأثیرات پرداختن به معنویات، دعا و عبادت جمعی در خانواده؛
۴. ترویج بنانهادن زندگی خانوادگی بر آخرت‌گرایی؛
۵. تبلیغ عقل‌سالاری در مدیریت خانواده و بازنمایی آثار مثبت آن برای فرد و جامعه با هدف ترویج تمکین به منطق در خانواده؛

۶. برقراری رابطه مستقیم میان رعایت مهم‌ترین مؤلفه‌های تقوا در خانواده با موفقیت در زندگی؛

۷. بازنمایی منفی از واردکردن مشکلات خارج از خانه به فضای داخلی خانواده؛

۸. بازنمایی مثبت از حاکمیت مودت و رحمت بر محیط خانواده و میان اعضای آن.

❖ صله رحم

۱. نمایش فواید و برکات صله رحم و تأثیرات منفی قطع رحم بر فرد و جامعه؛

۲. ترویج فرهنگ زندگی در خانواده‌های گسترده به‌وسیله نمایش لذت‌های زندگی در این خانواده‌ها.

❖ وظایف اعضای خانواده

۱. نمایش کمک اعضای خانواده به یکدیگر برای بندگی خداوند به‌منزله مهم‌ترین وظیفه عضو خانواده؛

۲. تبیین وظایف اعضای خانواده با محوریت خداوند و وظایف شرعی؛

۳. ارائه تعاریف دقیق از نقش هر یک از اعضای خانواده در قالب داستان؛

۴. تبلیغ و ترویج رعایت پاکیزگی، پیرایش و آرایش در محیط خانواده و به‌ویژه در حضور همسر؛

۵. آموزش وظایف خانوادگی و تقدم اخلاق بر حقوق در خانواده؛

۶. نمایش آثار مثبت تکریم نقش مادری و همسری بانوان و بازنمایی منفی از تبعات عدم احترام به ایشان به‌ویژه در حضور فرزندان؛

۷. نمایش آثار منفی بهره‌برداری اقتصادی از زنان در خانواده؛

۸. تعظیم کار بانوان در خانه در نقش‌های همسری و مادری؛

۹. ترویج تلاش بانوان برای تبدیل خانه به محیطی آرام برای اعضای خانواده؛

۱۰. ترویج و تبلیغ تکریم همسر مؤمن و انقلابی و تشویق و حمایت عملی از فعالیت‌های اجتماعی همسر و فرزندان به‌منزله یک وظیفه برای بانوان؛

۱۱. بازنمایی مثبت از نتایج جلب رضایت همسر در امور مشروع؛

۱۲. نمایش آثار منفی تمرکز نداشتن بانوان بر وظایف همسر داری و تربیت فرزندان؛

۱۳. ترویج حضور مثبت اجتماعی زنان در جامعه، با رعایت اولویت مسئولیت‌های خانوادگی؛

۱۴. ترویج روحیه محبت‌ورزی و خوش‌اخلاقی در خانواده به‌ویژه از سوی زوجین به یکدیگر؛

۱۵. ترویج فرهنگ مدارا و سازگاری، تقسیم کار در وظایف مشترک، شکیبایی و بردباری، ایثار، تفاهم و توافق، تغافل و چشم‌پوشی و عذرخواهی از همسر به‌مثابه یک وظیفه برای زوجین؛

۱۶. تبلیغ و ترویج فرزندآوری؛
۱۷. آموزش مهارت‌های مورد نیاز زوجین به ایشان؛
۱۸. فرهنگ‌سازی در خصوص رعایت عدالت میان فرزندان؛
۱۹. تبلیغ و ترویج تزویج فرزندان در هنگام بلوغ و تعجیل در تزویج دختران؛
۲۰. تکریم فرزندان خانواده؛
۲۱. فرهنگ‌سازی درباره نیکی و احترام حداکثری به والدین در زمان حیات و ممات ایشان؛
۲۲. نمایش نتایج مثبت تقویت روابط فرزندان خانواده با یکدیگر.

❖ مقابله با عوامل تزلزل خانواده

۱. نمایش تبعات منفی منت‌نهادن، تهمت‌زدن و داشتن انتظارات بیجا از همسر و سوءتدبیر و غیرت‌ورزی نابجا در خانواده؛
۲. آموزش مهارت‌های حل مسئله در قالب محصولات نمایشی؛
۳. آموزش تفاوت‌ها و نیازهای طبیعی زن و مرد در قالب داستان؛
۴. نمایش تبعات منفی آزادی جنسی و برقراری رابطه مستقیم میان آزادی جنسی و تزلزل خانواده؛
۵. بازنمایی آفات هرگونه دخالت بیجا در زندگی مشترک زوجین از سوی دیگران؛
۶. بازنمایی مضرات تلخ فروپاشی خانواده برای فرد و جامعه؛
۷. نمایش عوامل متزلزل‌کننده خانواده در غرب به‌منزله تجربه‌ای شکست‌خورده.

سیاست‌ها و ضوابط محتوایی

بخش قبل، اهداف، محورها و اولویت‌ها را بیان می‌کند که به‌منزله روح کلی حاکم بر محصولات نمایشی بودند. اما مواردی که در ادامه خواهد آمد، از جنس ضابطه محتوایی است و به شکلی مصداقی و با وضوح بیشتر سیاست‌های مطلوب را شرح می‌دهد.

۱. نباید ازدواج موقت به‌طورکلی نفی شود؛
۲. از نمایش تمسخرآمیز واسطه‌گری برای ازدواج پرهیز شود؛
۳. در نمایش آداب و مقدمات ازدواج، همچون تهیه جهیزیه و جشن عروسی، از هرگونه تجمل و اشرافی‌گری پرهیز شود؛
۴. از نمایش هر آنچه بر برتری مجرد نسبت به تأهل دلالت دارد، پرهیز شود؛
۵. از به تصویر کشیدن طلاق و جدایی به‌منزله امری پسندیده و مثبت اجتناب شود؛
۶. از عادی‌سازی طلاق به‌وسیله نمایش پی‌درپی آن اجتناب شود؛
۷. از نمایش بناکردن زندگی خانوادگی بر دنیاگرایی، شهوت‌پرستی و مقام‌گرایی به‌منزله امری پسندیده و مثبت پرهیز شود؛

۸. از نمایش هر آنچه بر برتری زنان بر مردان یا بالعکس دلالت می‌کند اجتناب شود؛
۹. نمایش هر آنچه موجب تضعیف جایگاه اعضای خانواده، به‌ویژه والدین می‌شود ممنوع است؛
۱۰. به‌منظور تأیید و تقویت روحیه همکاری در خانواده، از نمایش تمسخرآمیز کار اعضای خانواده در خانه، به‌ویژه مردان، پرهیز شود؛
۱۱. از برتری‌دادن کار بیرون از منزل بانوان بر مسئولیت‌های خانوادگی ایشان پرهیز شود؛
۱۲. از تحقیر و تمسخر مسئولیت‌های همسری و مادری بانوان در خانه اجتناب شود؛
۱۳. نمایش مردسالاری، زن‌سالاری و فرزندسالاری در خانواده ممنوع و به‌جای آن بر تمکین به منطق و امر الهی تأکید شود؛
۱۴. نمایش هرگونه بی‌حرمتی اعضای خانواده به یکدیگر، به‌ویژه به والدین و بزرگ‌ترهای خانواده، ممنوع است؛
۱۵. از برجسته‌کردن مسائل مادی ازدواج بر مسائل معنوی آن پرهیز شود؛
۱۶. ترویج و تبلیغ فرهنگ بیکاری و شانس‌گرایی در حوزه اقتصاد خانواده ممنوع است؛
۱۷. از برتری‌دادن ارزش‌های اقتصادی غیراسلامی بر ارزش‌های اقتصادی اسلام در خانواده پرهیز شود؛
۱۸. از عادی‌سازی اسراف و تبذیر در خانواده اجتناب شود؛
۱۹. از هرگونه نمایشی که باعث همنشینی میان دو مفهوم مذهب و فقر اقتصادی در خانواده می‌شود پرهیز شود؛
۲۰. عادی‌سازی ایجاد تشویش در محیط خانوادگی، از طریق تکرار و نمایش پی‌درپی مشاجرات و دعوای خانوادگی، ممنوع است؛
۲۱. از نمایش پی‌درپی دروغ‌گویی و ظلم به اعضا در محیط خانواده، به‌ویژه از سوی زوجین به یکدیگر، پرهیز شود؛
۲۲. نمایش بغض و کینه اعضای خانواده به یکدیگر به‌منزله امری پسندیده ممنوع است؛
۲۳. روحیه احترام و تکریم خویشاوندان بر همه مصادیق نمایشی صله رحم باید جاری و حاکم باشد؛
۲۴. نمایش قطع رابطه با اعضای خانواده و فامیل به‌منزله امری پسندیده ممنوع است؛
۲۵. تخطئه و تحقیر خانواده‌های پرجمعیت به هر شکلی ممنوع است؛
۲۶. از نمایش خارج از موازین شرع و چارچوب‌های عرفی در خصوص ارتباط میان محرم و نامحرم در محصولات نمایشی خانوادگی اجتناب شود؛
۲۷. بازنمایی منفی از افرادی با ظواهر مذهبی در خانواده ممنوع است؛
۲۸. نمایش تمرد از وظایف دینی اعضای خانواده، به‌منزله امری پسندیده، ممنوع است؛
۲۹. از ترویج هرگونه مزدخواهی و انتظار از همسر، در قبال انجام‌دادن وظایف اخلاقی در خانواده اجتناب شود؛

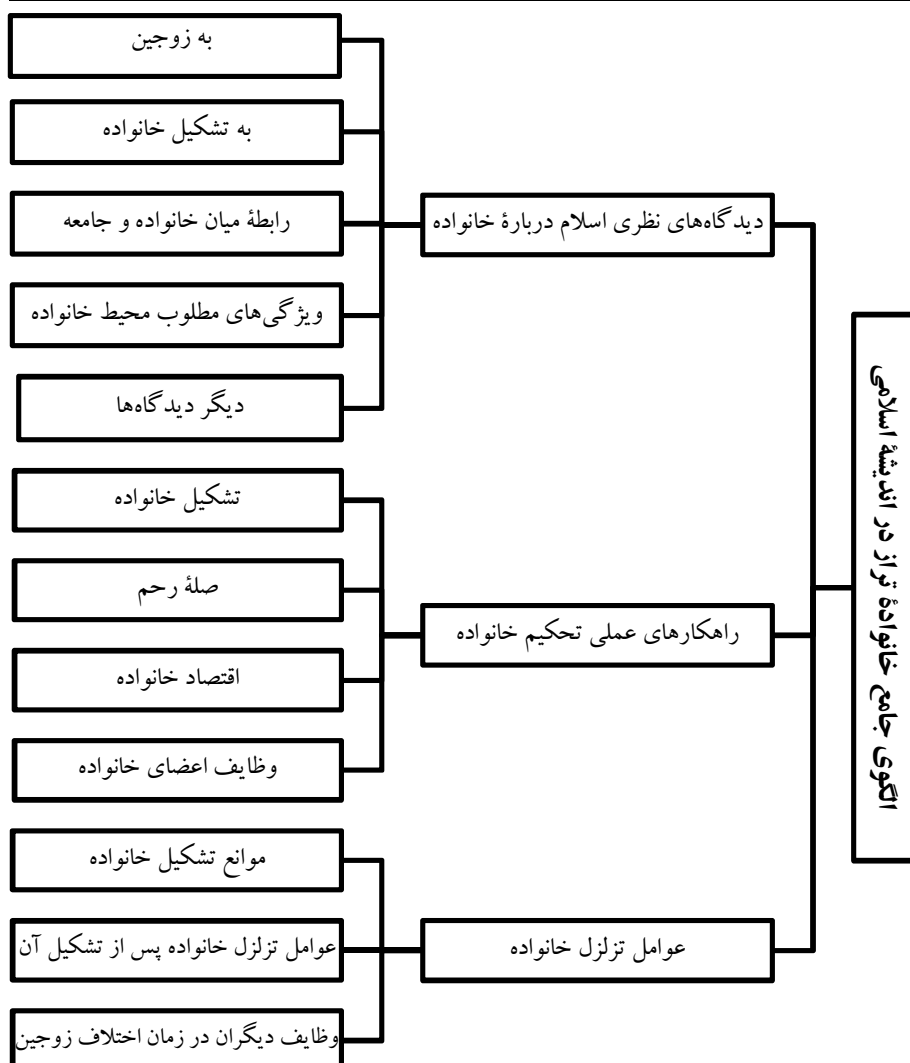
۳۰. نمایش عدم تبعیت بانوان از همسر، به‌منزله امری پسندیده، ممنوع است؛
۳۱. از هر گونه بی‌احترامی زوجین به یکدیگر، به‌خصوص در حضور فرزندان، پرهیز شود؛
۳۲. از هر آنچه به ترویج جابه‌جایی وظایف اختصاصی زوجین منجر می‌شود پرهیز شود؛
۳۳. از بازنمایی مثبت بی‌عدالتی میان فرزندان پرهیز شود؛
۳۴. نمایش هر گونه هتک حرمت همسر به هر شکلی ممنوع است؛
۳۵. ترویج سبک زندگی خانوادگی به شیوه غیراسلامی ممنوع است.

بحث و نتیجه‌گیری

از آنجا که پژوهش حاضر در دو مرحله انجام شد، نتیجه‌گیری حاصل نیز به دو بخش تقسیم و ارائه می‌شود. در بخش نخست، به نتیجه‌گیری پژوهش از الگوی خانواده مطلوب از منظر سبک زندگی اسلامی می‌پردازیم و سپس، نتایج حاصل از بخش دوم پژوهش، درخصوص نحوه مطلوب نمایش خانواده به سبک زندگی اسلامی را ارائه خواهیم کرد.

مرور الگوی ارائه‌شده در شکل ۵ نشان می‌دهد که اسلام به همه اجزا و عناصر مرتبط با خانواده توجه دارد و هیچ عنصری را از قلم نینداخته است. در محور دیدگاه‌های نظری، علاوه بر توجه ویژه به متن خانواده، به رابطه میان خانواده با جامعه نیز توجه شده است. درحقیقت، خانواده به‌منزله کانون این دیدگاه‌ها در نظر گرفته شده، اما از محیط پیرامونی آن غفلت نشده است. در محور راهکارهای عملی تحکیم خانواده، کاربردی‌ترین مقولات موجود در این عرصه مورد عنایت قرار گرفته است؛ به شکلی که هیچ عنصر دیگری فراموش نشده است. همچنین، مقوله‌بندی این راهکارها باعث تبیین بهتر موضوع شده است. در محور عوامل تزلزل خانواده نیز، موانع تشکیل خانواده به‌منزله یکی از این عوامل در نظر گرفته شده است. همچنین، عوامل تزلزل این نهاد مقدس پس از تشکیل آن نیز بررسی شده و درنهایت به وظایف دیگران در زمان اختلاف میان زوجین پرداخته شده است. ملاحظه می‌شود که این الگو از ابعاد گوناگون جامعیت درخور توجهی دارد؛ به گونه‌ای که شاید نتوان مقوله مهم دیگری را بدان افزود.

این الگو از سویی به نقش زوجین به‌منزله کانون اصلی خانواده توجه کرده، اما از نقش فرزندان و دیگر افراد جامعه غافل نشده است. از سوی دیگر، نهاد خانواده را به‌منزله اصل در نظر گرفته، اما از تأثیر محیط پیرامونی بر آن غفلت نکرده است. همچنین، نه تنها خانواده را در زمان تشکیل آن بررسی کرده، که به عوامل مؤثر بر آن در زمان قبل از ازدواج نیز توجه کرده است. بررسی متون و روایات اسلامی در موضوع خانواده همچنین به ما نشان می‌دهد که راهکارهای عملی تحکیم خانواده از منظر اسلام، بیشترین حجم مطالب را به خود اختصاص داده است. در ارزیابی نگاه دین به امر تشکیل خانواده و ازدواج باید گفت که اسلام تمرکز ویژه‌ای بر امر تشکیل خانواده دارد؛ به گونه‌ای که این امر در هر سه وجه الگوی ارائه‌شده، بخش مجزایی را به خود اختصاص داده است.



شکل ۵. الگوی جامع خانواده از منظر اسلام

نتایج بخش دوم پژوهش، همان‌طور که در متن یافته‌ها آمده است، معطوف به دو بخش ارزیابی نخبگان از وضعیت موجود محصولات نمایشی و پیشنهادهای ایشان برای وضعیت مطلوب است. تحلیل محتوای اظهارات کارشناسان در خصوص وضعیت موجود محصولات نمایشی، ۲۳ مقوله را نتیجه می‌دهد.

«عدم طراحی الگوی مطلوب خانواده»، «عدم رعایت اولویت موضوعی در تولید»، «ترسیم نادرست جایگاه اعضا در خانواده»، «استفاده از عوامل تولیدی نامناسب»، «تخطئه خانواده‌های

پرجمعیت»، «نمایش معیارهای نادرست در زمینه انتخاب همسر»، «انتشار پیام مخدوش درباره سبک صحیح همسرگزینی» و «ارائه تصویر مبهم از مفهوم عشق» بخشی از این مقولات است. همچنین «تمسخر واسطه‌گری در ازدواج»، «عدم رعایت حریم‌های شرعی»، «تهران محوری»، «ایجاد نیازهای کاذب در مخاطب»، «بازنمایی منفی از افراد دارای ظواهر مذهبی»، «افراط در نمایش خانواده‌های فقیر و ثروتمند»، «ضعف نظارت بر محصولات نمایشی با موضوع خانواده»، «عدم اعتدال در بازنمایی زنان»، «ضعف در بازنمایی روابط عاطفی میان فرزندان» و «تناقض میان قالب‌های گوناگون» از دیگر مقولاتی است که با طبقه‌بندی اظهارات کارشناسان به‌دست آمده است.

«ضعف در نمایش اولویت کار خانم‌ها در خانه»، «عدم آموزش مهارت‌های حل مسئله»، «تقوآم‌محور نبودن محصولات نمایشی»، «نمایش حداقلی زندگی خانوادگی اسلامی»، «همنشینی مذهب با فقر اقتصادی» نیز از دیگر مقولات اشاره‌شده نخبگان پژوهش درباره وضعیت موجود محصولات نمایشی است.

نتایج حاصل از پیشنهاد‌های کارشناسان در خصوص وضعیت مطلوب بازنمایی خانواده در محصولات نمایشی، همان‌طور که در متن پژوهش بدان اشاره شد، پس از تحلیل کیفی به دو بخش تقسیم شدند. در بخش نخست اهداف، محورها و اولویت‌ها در ۷ مقوله «تشکیل خانواده و ازدواج»، «ترسیم جایگاه اعضای خانواده»، «اقتصاد خانواده»، «محیط مطلوب حاکم بر خانواده»، «صله رحم»، «وظایف اعضای خانواده» و «مقابله با عوامل تزلزل خانواده» جای گرفتند. محتویات این بخش به‌منزله روح کلی حاکم بر برنامه‌های نمایشی در حوزه خانواده هستند.

سیاست‌ها و ضوابط محتوایی اما به‌طور دقیق و مصداقی به بایدها و نبایدهای محصولات نمایشی می‌پردازند و به‌منزله چارچوب راهنمایی واضح و خط‌کشی‌شده برای تولیدکنندگان و ناظران محسوب می‌شود. این بخش ۳۵ گزاره را دربرمی‌گیرد که به‌طور مبسوط ارائه شدند.

پیشنهاد‌های کاربردی

پیشنهاد‌های ذیل برای سازمان‌های رسانه‌ای و، به‌طور خاص، برای سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران می‌تواند مفید و مؤثر واقع شود:

۱. به‌منظور ترویج سادگی و پرهیز از تشریفات در امر تشکیل خانواده و ازدواج، نمایش آداب و رسوم قومیت‌ها در محصولات نمایشی، که به لحاظ بصری نیز زیباست، پیشنهاد می‌شود؛
۲. برخی از وظایف زوجین در خانواده به دلیل رعایت فقه رسانه، قابلیت نمایشی شدن ندارد. خودآرایی و تبرج زن در حضور شوهر یا ابراز برخی از گونه‌های محبت میان زوجین در این دسته جای می‌گیرد. در این مواقع، استفاده از قالب‌های انیمیشن و پویانمایی می‌تواند به ارائه الگوی صحیح خانواده به سبک زندگی اسلامی کمک کند؛

۳. نبود نظارت صحیح و همه‌جانبه بر محصولات نمایشی از نقایصی است که در اظهارنظر کارشناسان پژوهش در ارزیابی وضعیت موجود دیده می‌شود. برای رفع این نقیصه، پیشنهاد می‌شود ناظرانی از حوزه‌های گوناگون، به‌خصوص کارشناسان حوزه خانواده اسلامی، بر محصولات نمایشی نظارت داشته باشند. این نظارت باید قبل، حین و پس از اجرای پروژه و در هنگام نمایش محصول برای رصد دیدگاه مخاطبان اتفاق بیفتد؛
۴. پرداختن صرف به خانواده مطلوب اسلامی در محصولات نمایشی نمی‌تواند به‌تنهایی باعث بهبود وضعیت این نهاد مقدس در جامعه ما باشد؛ زیرا ما در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که عوامل و ساختارهای گوناگونی در به وجود آمدن آن نقش دارند و نباید از تأثیر هیچ‌یک از این عوامل بر خانواده غافل شد. لذا به نظر می‌رسد که در کنار پرداختن به موضوع خانواده، باید ساختارهای فرادستی و مؤثر بر این نهاد نیز مدنظر رسانه قرار بگیرد. در همین زمینه، پیشنهاد می‌شود که رویه‌های اجتماعی مؤثر بر بازتولید چنین وضعیتی برای خانواده ایرانی شناسایی و نقد شوند و در طرف مقابل، ساختارهای مفید برای خانواده از طریق رسانه ملی تقویت شوند؛
۵. مصاحبه‌های بازیگران و عوامل تولید محصولات نمایشی در حین یا پس از نمایش فیلم و سریال‌ها، بعضاً محتوای این محصولات را زیر سؤال می‌برد. بدین منظور راهکارهای متفاوتی استفاده شده، اما کارایی هیچ‌یک از این روش‌ها به اثبات نرسیده است. بنابراین، لازم است به‌منظور گردآوری روش‌های مطلوب و انتخاب بهترین روش، پژوهش‌هایی با این موضوع تعریف شوند؛
۶. نمایش خانواده اسلامی صرفاً با سیاست‌گذاری محقق نمی‌شود و سیاست‌گذاری اولین گام در جهت رسیدن به هدف مذکور است؛ لذا به‌منظور طی مراحل بعدی این پژوهش، به انجام‌دادن پژوهش‌هایی جهت تبدیل الگوی ارائه‌شده از خانواده اسلامی، به وضعیت‌های نمایشی نیاز داریم. با توجه به موضوع بررسی‌شده، به نظر می‌رسد که الگوی مورد نظر باید براساس نظرهای عوامل هنری و تولیدی استوار شود.

منابع

- [۱] اسماعیلی، رفیع‌الدین (۱۳۹۳). *بازنمایی الگوی شخصیت مرد و زن در سینمای ایران و ارزیابی آن بر اساس آیات و روایات*، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).
- [۲] اشتریان، کیومرث (۱۳۷۶). «علوم سیاست‌گذاری و دست‌آوردهای آن برای ایران»، *مجله دانشکده حقوق علوم سیاسی (دانشگاه تهران)*، س ۱۶، ش ۳۷، ص ۱۵۹-۱۷۰.
- [۳] الفت، سعیده (۱۳۹۲). *آسیب‌شناسی وضعیت رسانه ملی در حوزه زن و خانواده از منظر مسئولان*. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی.

- [۴] الیاسی، محمدحسین (۱۳۸۲). بررسی جنبه‌های مختلف چگونگی نمایش خانواده در سریال‌های تلویزیونی ایرانی. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- [۵] بوجاری، سهیلا؛ پرچم، اعظم (۱۳۹۲). «بررسی تطبیقی جایگاه و اهمیت ازدواج و تشکیل خانواده در اسلام و یهود»، معرفت/ادیان (علمی پژوهشی)، س ۴، ش ۱۵، ص ۱۹-۳۹.
- [۶] توسلی، حمید (۱۳۸۷). «ارائه هشت مدل عملیاتی در چرخه سیاست‌گذاری برای اجرای مطلوب سیاست‌ها»، راهبرد توسعه، س ۵، ش ۱۵، ص ۷۴-۹۶.
- [۷] خاشعی، وحید (۱۳۸۸). «بایسته‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری رسانه‌ای جمهوری اسلامی»، رسانه، س ۲۰، ش ۸۰، ص ۶۱-۷۹.
- [۸] خان‌محمدی، یوسف (۱۳۸۶). «دولت و سیاست‌گذاری فرهنگی از دیدگاه امام خمینی(ره)»، مطالعات فرهنگی در دانشگاه اسلامی، س ۱۰، ش ۱۴ و ۳۵، ص ۴-۳۸.
- [۹] رشکیانی، مهدی (۱۳۹۰). «بررسی اثرگذاری رسانه‌های تصویری بر نهاد خانواده»، رسانه و خانواده، س اول، ش ۱، ص ۱۱۳-۱۳۶.
- [۱۰] روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۹۴). «پژوهشی بنیادین در حوزه مفاهیم نظری سیاست‌گذاری رسانه‌ای»، مدیریت دولتی (علمی پژوهشی)، س ۷، ش ۲۳، ص ۴۸۱-۵۰۴.
- [۱۱] زارعی، مهدی (۱۳۹۰). «درآمدی بر جایگاه اخلاق در ازدواج و حقوق خانواده»، مطالعات اسلامی: فقه و اصول (علمی پژوهشی)، س ۴، ش ۷۸، ص ۶۹-۹۶.
- [۱۲] ساروخانی، باقر (۱۳۷۰). مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی خانواده، تهران: سروش.
- [۱۳] سازمان ثبت احوال کشور. (۱۳۹۴):
Retrieved from <https://www.sabteahval.ir/Default.aspx?tabid=4821>.
<https://www.sabteahval.ir>.
- [۱۴] شریفی، سید علیرضا؛ فاضلی، عبدالرضا (۱۳۹۱). «واکاوی سیاست‌گذاری فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران (آسیب‌ها و راهبردها)»، س ۲۰، ش ۶۹، فصل‌نامه مجلس و راهبرد، ص ۵۵-۹۰.
- [۱۵] طالبی، سارا (۱۳۸۹). بررسی تطابق برنامه‌های نمایشی سیمای جمهوری اسلامی ایران با سیاست‌های رسمی سازمان، در امور خانواده از دیدگاه خبرگان و کارشناسان دینی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، تهران: دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- [۱۶] طباطبایی، سید محمدحسین (۱۳۸۷). بررسی‌های اسلامی. قم: بوستان کتاب.
- [۱۷] عقیلی، سید وحید؛ احمدزاده کرمانی، روح‌الله (۱۳۸۸). «ارزیابی عوامل مؤثر بر سیاست‌گذاری رسانه‌ای در حوزه ارتباطات میان‌فرهنگی»، مدیریت فرهنگی (علمی پژوهشی)، س ۴، ش ۵، ص ۱۳۷-۱۵۲.
- [۱۸] علیزاده، عبدالرحمان؛ فتحی‌نیا، محمد (۱۳۸۶). بازنمایی سبک زندگی طبقات اجتماعی در سریال‌های خانوادگی تلویزیون. پژوهش‌های ارتباطی، س ۷، ش ۵۲، ص ۸۳-۱۱۴.
- [۱۹] فاضل‌قانع، حمید (۱۳۹۲). سبک زندگی براساس آموزه‌های اسلامی (با رویکرد رسانه‌ای). قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی.
- [۲۰] فتحی، سروش؛ مختارپور، مهدی (۱۳۹۳). «بررسی نقش و تأثیر رسانه‌های نوین تصویری در تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه علوم و تحقیقات تهران)»، مطالعات توسعه اجتماعی ایران، س ۶، ش ۲، ص ۱۰۱-۱۱۸.

- [۲۱] قائمی‌امیری، علی (۱۳۹۱). *خانواده در اسلام*، تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.
- [۲۲] کاویانی، محمد (۱۳۹۱). *سبک زندگی اسلامی و ابزار سنجش آن*، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- [۲۳] کریمی، صدیقه؛ نصر، احمدرضا (۱۳۹۲). «روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌های مصاحبه»، پژوهش، س ۴، ش ۱، ص ۷۱-۹۴.
- [۲۴] معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۵). *وسایل ارتباط جمعی*، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- [۲۵] مهدوی کنی، محمدسعید (۱۳۸۷). *دین و سبک زندگی*، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.
- [26] Edwards, j., & Demo, d. (1991). "Coming Apart: Radical Departures since 1960", In *Marriage and Family* (P 107). Allyn & Bacon.
- [27] Kurian, G. (1991). "The american dream of family: ideals and changing realities", *Journal of Comparative Family Studies*, 22, PP 187-204.
- [28] MacKinnon, K. (2004). "The Family in Hollywood Melodrama: Actual or Ideal?", *Journal of Gender Studies*, 13, PP 29-36.
- [29] Mower, E. R. (1927). *Family Disorganization: An Introduction to Sociological Analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- [30] Slater, m., & Rouner, d. (2002). "Entertainment-education and elaboration likelihood", *Communication Theory*, 12, PP 173-191.
- [31] Valdivia, A. N. (1998). "Clueless in Hollywood: Single Moms in Contemporary Family Movies", *Journal of Communication Inquiry*, PP 272-292.
- [32] Vanhee, I. (2008). "Mediating the Family: Family Representations in Contemporary American Film", *The International Journal of the Humanities*, 22, PP 199-206.