



بازنمایی مسائل خانواده در رسانه ملی

ازجمله تلویزیون ارائه و تأیید می‌کنند. خانواده ایرانی امروزه با مسائل اساسی و گاه بحران‌آفرین مواجه است. امروزه به دلیل غلبه فرهنگ مدرن بر فضای فرهنگ سنتی و اصیل جامعه ما توسط رسانه‌ها، شکاف نسلی قابل توجهی میان والدین و فرزندان آن‌ها به چشم می‌خورد و این مسئله زمینه‌ساز پیدایش بحران‌های هویتی و رفتاری در میان جوانان شده است. از سوی دیگر، الگوهای خانوادگی ارائه‌شده توسط رسانه ملی نیز به نظر می‌رسد نه تنها پاسخ‌دهنده درخور توجهی به این مسئله در میان خانواده‌های ایرانی نداده، بلکه بر شدت این شکاف و فاصله نیز در بعضی مواقع افزوده است. به‌طور کلی روند تولیدات و سریال‌های رسانه ملی در دهه اخیر در جهت تقویت سبک زندگی اسلامی ایرانی از خانواده نبوده است و تصویر ارائه‌شده از خانواده ایرانی گرفتار معضلاتی چون شکاف نسلی، سبک زندگی مصرفی و مدرن، غلبه ارزش‌های سکولار و غیردینی، هسته‌ای شدن خانواده و خروج از مدل خانواده گسترده و تعاملات محدود فامیلی و خانوادگی، کم‌رنگ شدن ارزش‌های سنتی و دینی، ضعف و بی‌تدبیری والدین در تربیت و پرورش فرزندان، فرزندسالاری و بی‌توجهی و احترام‌نگذاشتن به جایگاه والدین و بزرگ‌ترها، تضعیف جایگاه مرد در ساختار قدرت خانواده و تأکید بر مدیریت دوگانه و در عرض زن و مرد در خانه و مواردی از این قبیل است.

خانواده یکی از نهادهای مهم جامعه بشری است که زیربنایی‌ترین و اولین نهاد اجتماع به شمار می‌رود. تأثیر خانواده بر رشد، تعادل و شکوفایی افراد و جامعه به حدی است که هیچ صاحب‌نظری نمی‌تواند آن را انکار کند. ازاین‌رو، ادیان الهی ازجمله دین اسلام بر ضرورت تشکیل و حفظ این نهاد تأثیرگذار، تأکیدات بسیار کرده‌اند. بنابراین در یک جامعه ایده‌آل و مطلوب، محوری‌ترین کارگزار تعلیم و تربیت و جامعه‌پذیری افراد، خانواده بوده است و افراد در درون خانواده، ارزش‌ها و هنجارهای متناسب با زندگی اجتماعی را فرامی‌گیرند. از سوی دیگر، نقش رسانه‌ها در گسترش و ترویج فرهنگ برخاسته از تحولات مدرنیسم نیز انکارناپذیر است و رسانه‌های دیداری و شنیداری با بازتولید پیام‌های فرهنگ و سبک زندگی دنیای مدرن، در جهت‌دهی روند تحولات خانواده نقش ایفا می‌کنند. ازجمله این رسانه‌ها، تلویزیون است که می‌توان گفت تنها رسانه‌ای است که اکثریت قریب به اتفاق افراد جامعه به آن دسترسی دارند و مخاطب آن هستند. در کشور ایران نیز پربازدیدترین و پرمخاطب‌ترین رسانه‌ای که اکثریت قریب به اتفاق مردم و افراد جامعه به آن دسترسی دارند، تلویزیون است که نقشی بسزا در فرهنگ‌سازی و ایجاد گفتمان در میان مخاطبان خود ایفا می‌کند. تلویزیون با تولید برنامه‌های مختلف ازجمله سریال‌های خانوادگی و اجتماعی که پربازدیدترین برنامه‌ها نیز هستند، به ارائه الگوهای خانوادگی متفاوت پرداخته است و به‌صورت کاملاً غیرمستقیم و ناخودآگاه، ذهنیت افراد جامعه را به سمت الگوهای ارائه‌شده سوق می‌دهد. به همین دلیل، رسانه ملی ایران را می‌توان تأثیرگذارترین و بانفوذترین رسانه در داخل کشور معرفی کرد.

مشاهده روند تغییر و تحولات در سبک زندگی و ساختار خانواده‌های ایرانی و نیز کم‌رنگ شدن نقش و تأثیر این نهاد در فرایند جامعه‌پذیری افراد، نشان‌دهنده نفوذ و تأثیر الگوهای مدرن از خانواده در جامعه ایرانی است که رسانه‌های مختلف

خورشیدنوشت: ۴

زن و کنشگری در رسانه

زن در رسانه به‌ویژه در قاب تصویر را باید با ارجاع مسئله‌محور و دقیق به فقه طراحی کنیم و تعاریف بومی از عناصر جذابیت در رسانه و سازوکار استفاده از ظرفیت زنان را باید با ابزار حکمت و فلسفه ارائه کنیم. هردوی این عرصه‌ها در ساحت اندیشه‌ورزی دارای خلأهای تئوریک جدی هستند و بیش از پیش نیازمند بحث و نظر هستند. از سوی دیگر، درباره مسائل ساختاری و موانع جنسیتی و فرهنگی پیش‌روی بانوان در زمینه کنشگری رسانه به‌ویژه در سطح تولید و برنامه‌سازی مؤثر و مستقل نیز باید به‌طور جدی چاره‌اندیشی و سازوکار استفاده از ظرفیت زنان در فرایندهای طراحی و ساخت برنامه‌های تلویزیونی و آثار سینمایی در کشور تسهیل شود، زیرا هیچ تردیدی در ضرورت حضور مؤثر زنان در این عرصه به‌ویژه در نقش نویسندگی و کارگردانی وجود ندارد.

نسبت میان زن و رسانه در سه سطح بروز دارد: سطح اول زن به مثابه کنشگر است که در نقش‌هایی چون بازیگر، مجری، نویسنده، کارگردان، تهیه‌کننده و... ظاهر می‌شود، سطح دوم زن به مثابه مخاطب است که در جایگاه بهره‌بردار و مصرف‌کننده قرار می‌گیرد و سطح سوم زن به مثابه موضوع و پیام است. یعنی برنامه یا درباره زن است یا دلالت‌های جنسیتی بارز دارد. شاید بتوان گفت که عمده چالش‌های ما در حوزه زن و رسانه به سطح اول مربوط است و در سطوح دیگر مسائل ما تابع روندهای اجتماعی جامعه ایران است.

در سطح اول چالش‌های ما در دو حوزه کلان مطرح می‌شوند. حوزه اول ناظر به مباحث فقهی زن و کنشگری در رسانه است؛ اختلاط با نامحرم، گریم و آرایش زنان، نگاه به نامحرم، جذابیت‌های زنانه و... . حوزه دوم نیز مسائل مربوط به حضور مؤثر، کنشگری مستقل و فعالیت زنان در عرصه رسانه و برنامه‌سازی است که شامل محدودیت‌های عرفی، مناسبات صنفی و موانع ساختاری می‌شود. برای حل مسائل و چالش‌های حوزه اول نیازمند طرح پرسش‌های دقیق در زمینه مناسبات زن و رسانه با رویکرد فقهی و فلسفی هستیم. چارچوب‌های حضور

خورشیدنوشت: ۵