

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

رسانه ملی ونقش آن در تضعیف یا تحکیم جایگاه مرد در خانواده

استاد راهنما: خانم زهرا رضایی آهوانی

نویسندگان: راضیه حسنی، صفورا قدم خیر

حوزه علمیه حضرت معصومه (س) جعفریه

استان قم

چکیده

رسانه ملی به عنوان یکی از عوامل مؤثر در شکل‌گیری نگرش‌ها و ارزش‌های اجتماعی، نقش بسزایی در تعیین جایگاه مردان در خانواده ایفا کرده است. این رسانه‌ها با ارائه مطالب و برنامه‌های گوناگون، قادرند نگرش‌ها و رفتارهای افراد را تحت تأثیر قرار دهند و در نتیجه بر تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای اجتماعی تأثیر بگذارند. این مقاله با کاربرست اطلاعات کتابخانه‌ای و روش توصیفی-تحلیلی به تحلیل تأثیرات مثبت و منفی رسانه ملی بر جایگاه مردان در خانواده پرداخته و اشاره به این مطلب دارد که از یک سو، رسانه می‌تواند با ترویج الگوهای مثبت و ارزش‌های خانوادگی، به تقویت موقعیت مردان کمک کرده و آن‌ها را به پذیرش نقش‌های مسئولانه و حمایتی تشویق کند. از سوی دیگر، رسانه‌ها ممکن است با نمایش کلیشه‌های منفی و نقش‌های سنتی، به کاهش اعتماد به نفس و جایگاه مردان در خانواده منجر شوند. در نهایت، این مقاله بر اهمیت تولید محتوای متعادل و مثبت در رسانه‌ها تأکید دارد تا از تضعیف جایگاه مردان جلوگیری کرده و به تقویت همبستگی و همکاری در خانواده‌ها یاری رساند.

کلید واژگان : رسانه، نقش مرد، تضعیف، تحکیم

(۱) مقدمه

جایگاه مردان در خانواده ، به عنوان یکی از ارکان بنیادین جامعه، همواره تحت تأثیر عوامل مختلف اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی قرار دارد . در دنیای امروز ، رسانه ملی به عنوان یکی از ابزارهای قدرتمند شکل‌دهنده ی افکار عمومی و فرهنگ اجتماعی ، نقشی کلیدی در تعریف و تبیین این جایگاه ایفا می‌کند . از یک سو ، رسانه‌ها می‌توانند با ترویج الگوهای مثبت مردانگی و همکاری‌های خانوادگی ، به تحکیم روابط درون خانوادگی و تقویت نقش مردان به عنوان حامیان عاطفی و مالی کمک کنند ؛ از سوی دیگر، انتشار پیام‌های منفی یا نادرست می‌تواند به تضعیف این جایگاه و ایجاد تصورات نادرست درباره نقش مردان در خانواده منجر شود . این مقاله به دنبال پاسخگویی به این سوالات است:

رسانه ملی چگونه می‌تواند الگوهای مثبت و منفی از مردان ارائه دهد؟

تأثیر این الگوها بر نگرش‌های اجتماعی و رفتارهای خانوادگی چیست؟

چگونه می‌توان از رسانه‌ها برای تقویت نقش‌های مثبت مردان در خانواده استفاده کرد؟

(۲) مفهوم شناسی

۲-۱) رسانه

به وسایل انتقال پیام ها از فرستنده یا فرستندگان به مخاطب یا مخاطبان گفته می شود که شامل روزنامه، کتاب ، رادیو ، تلویزیون ، ماهواره ، تکنولوژی های نوین ارتباطات و اطلاعات و اینترنت است . ویژگی های این وسایل عبارتند از : پیام گیران ناآشنا ، سرعت عمل زیاد و تکثیر پیام . (دادگران، ۱۳۸۴: ۶)

امروزه رسانه، تعریف گسترده ای پیدا کرده است؛ چون رسانه مانند گذشته فقط به تلویزیون، رادیو، روزنامه، مجله و کتاب منحصر نیست. امروزه رسانه های گروهی به سبب فراوان بودنشان به رسانه های فردی تبدیل شده اند و به صورت جبهه عظیم فرهنگی درآمده اند.

۲-۲) خانواده

خانواده کانونی است شکل گرفته بر پایه ی پیمان مقدس ازدواج که با حضور فرزندان، روابط اعضای خانواده، گسترده تر و تاثیر گذاری مثبت یا منفی آنها بر یکدیگر بیشتر می شود . درمجموع خانواده ، مرکز هر گونه ثروت مادی و معنوی و کانونی برای پرورش شخصیت انسانهاست برای خانواده از لحاظ کارکرد و جهان بینی های مختلف، تعاریف گوناگونی از سوی اندیشمندان و متفکران ارائه شده است (تبریزی، مصطفی، فرهنگ توصیفی خانواده و خانواده در مانی). در زبان دین ، «اهل» معادل خانواده؛ به معنای ازدواج ، اختصاص، انس و الفت (فراهیدی، ۱۴۱۰ق، ج ۴، ص ۸۹؛ ابن منظور، ۱۴۱۴ق، ج ۱۱، ص ۲۹) اشاره به شاخصه خانواده در «ایجاد انس به همراه احساس تعلق و اختصاص» است که دایره شمول آن متفاوت می شود.

۲-۳) مرد

در لغت نامه ی عمید مرد - ا. (م) په (mart) انسان نر، جنس نرینه از انسان، مقابل زن قرار میگیرد. (عمید ، حسن ، فرهنگ فارسی عمید ، ۱۳۸۹) نقش مرد در اسلام به عنوان یک موضوع گسترده و مهم ، ابعاد مختلفی را شامل می شود . این نقش ها در متون اسلامی ، به ویژه در قرآن و سنت پیامبر اسلام (ص) به وضوح بیان شده اند .

(۳) انواع نقشهای مردان

نقش ها الگوهای تکراری رفتار هستند که از طریق آنها اعضای خانواده، عملکرد خود را انجام می دهند مردان به عنوان اعضای جامعه و خانواده، نقش های مختلفی را ایفا می کنند که هر کدام از این نقش ها، ارزش ها و مسئولیت های خاص خود را دارند. نقش هایی که مرد در خانواده می تواند بر عهده بگیرد عبارتند از :

۷-۲-۳) ترویج فرهنگ خانواده و همبستگی

مسابقه «کودک شو» معمولاً بر اهمیت کار گروهی و تعامل میان اعضای خانواده تأکید می‌کند. این تأکید بر همکاری می‌تواند به تقویت نقش مردان به عنوان اعضای فعال خانواده و ایجاد همبستگی در میان اعضای خانواده کمک کند. حضور پدران در این برنامه و نمایش توانایی‌های آن‌ها در زمینه‌های مختلف می‌تواند به شکستن کلیشه‌های منفی درباره نقش مردان در خانواده یاری رساند. این موضوع موجب می‌شود که مردان و زنان به الگوهای جدیدی از خانواده و مشارکت‌های متقابل بیندیشند.

۷-۲-۴) ایجاد فضای مثبت و شاداب برای خانواده

مسابقه با ایجاد فضایی شاداب و سرگرم‌کننده برای خانواده‌ها، فرزندان را به تعامل و ارتباط نزدیک‌تری با پدران تشویق می‌کند. این تعامل مثبت می‌تواند به تقویت روابط خانوادگی و بهبود فضای عاطفی خانواده کمک نماید.

حضور مردان در این نوع برنامه‌ها و فعالیت‌های مشترک با بچه‌ها می‌تواند حس وحدت و همبستگی خانواده را تقویت کند. این احساس می‌تواند به درک بهتری از نقش مردان در ساختار خانواده منتهی شود.

۸) نتیجه گیری

رسانه ملی به عنوان یک نهاد تأثیرگذار در شکل‌دهی به نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی، نقش مهمی در تضعیف یا تحکیم نقش مردان در خانواده ایفا می‌کند. از یک سو، رسانه‌ها می‌توانند با ارائه الگوهای مثبت از مردانگی و ترویج ارزش‌های خانواده‌محور، به تقویت نقش مردان به عنوان سرپرست و حامی خانواده کمک کنند. از سوی دیگر، اگر رسانه‌ها به ترویج تصورات منفی یا کلیشه‌ای از مردان بپردازند، می‌توانند به تضعیف این نقش‌ها و ایجاد بحران هویت در میان مردان منجر شوند.

بنابراین، انتخاب محتوای رسانه‌ای و نحوه ارائه آن می‌تواند تأثیرات عمیقی بر ساختار خانواده و روابط بین اعضای آن داشته باشد. برای دستیابی به نتایج مثبت، ضروری است که رسانه ملی به سمت ترویج محتوای آموزشی و سازنده در زمینه نقش‌های خانوادگی حرکت کند و به ارتقای آگاهی‌های اجتماعی بپردازد.

۹) پیشنهادات برای بهبود نقش رسانه ها در تقویت جایگاه مردان

رسانه‌ها به عنوان ابزارهای کلیدی در انتقال فرهنگ و اطلاعات، نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی دارند. با توجه به تأثیر عمیق رسانه‌ها بر جامعه، تقویت نقش آن‌ها در ارتقای جایگاه مردان در خانواده می‌تواند به بهبود کیفیت زندگی خانواده‌ها و افزایش مشارکت فعال مردان در ایجاد محیطی سالم و پربار کمک کند. در ادامه، به بررسی چند پیشنهاد برای بهبود این نقش خواهیم پرداخت:

۹-۱) ترویج الگوهای مثبت و متنوع از مردان

رسانه‌ها باید از به تصویر کشیدن مردان به عنوان تنها تأمین‌کنندگان مالی خانواده یا افرادی با نقش‌های سنتی پرهیز کنند و به نمایش شخصیت‌های چندبعدی بپردازند که همزمان می‌توانند پدر، همسر و حتی پسرانی دلسوز باشند. این تغییر در رویکرد می‌تواند به تقویت حس مسئولیت و همبستگی عاطفی در میان مردان کمک کند.

رسانه‌ها می‌توانند با نشان دادن مردانی که احساسات خود را ابراز می‌کنند، به فرزندان در یادگیری کمک می‌کنند یا حتی در آشپزی و انجام کارهای خانه مشارکت دارند، الگوهای جدید و مثبتی را معرفی کنند. این نوع نمایش می‌تواند به ترویج نگرش‌های مثبت نسبت به نقش‌های جنسی و عاطفی مردان یاری رساند.

۹-۲) آموزش مهارت‌های ارتباطی و عاطفی

رسانه‌ها می‌توانند دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های آنلاین برگزار کنند تا به مردان در تقویت مهارت‌های ارتباطی و عاطفی‌شان کمک کنند. این بهبود مهارت‌ها به مردان امکان می‌دهد که ارتباط بهتری با همسر و فرزندان خود برقرار کرده و به نیازهای آن‌ها پاسخ دهند.

علاوه بر این، با انتشار مقالات آموزشی و برگزاری وبینارهای تخصصی در زمینه بهبود روابط خانوادگی، مردان می‌توانند تکنیک‌ها و ابزارهای لازم برای بهینه‌سازی روابط خود را یاد بگیرند. این مقالات و وبینارها می‌توانند به موضوعاتی مانند مدیریت استرس، برقراری ارتباط مؤثر و حل تعارض بپردازند.

۹-۳) نشانه‌گذاری موفقیت‌های مردان

رسانه‌ها باید به انتشار داستان‌های موفقیت و تجربیات مثبت مردان در خانواده توجه کنند. این داستان‌ها می‌توانند الهام‌بخش و تشویق‌کننده باشند و به مردان نشان دهند که می‌توانند در نقش‌های خود موفق عمل کنند و در عین حال روابط پایداری در خانواده‌هایشان برقرار سازند.

علاوه بر این، راهاندازی کمپین‌های اجتماعی که موفقیت‌ها و نقش‌های مؤثر مردان در خانواده را ترویج دهد، می‌تواند به شکل‌گیری تصویری مثبت از مردان کمک کند. این کمپین‌ها می‌توانند شامل شناسایی و تقدیر از مردانی باشند که به خوبی در نقش‌های خانوادگی خود عمل می‌کنند.

۹-۴) مبارزه با کلیشه‌های جنسیتی

رسانه‌ها باید به‌طور مداوم با کلیشه‌های جنسیتی مقابله کنند و از طریق نقد و بررسی این کلیشه‌ها، نگرش‌های نوینی را معرفی نمایند. این اقدام می‌تواند به کاهش فشاری که بر مردان برای ایفای نقش‌های سنتی وجود دارد کمک کند. همچنین، رسانه‌ها باید به ارائه تصاویری واقعی و متنوع از مردان و نقش‌ها و مشاغل مختلف بپردازند. این تنوع می‌تواند به ایجاد فضایی پذیرش‌پذیرتر برای مردان در خانواده‌های مدرن منجر شود.

۹-۵) تأکید بر ارزش‌های همکاری و شراکت

رسانه‌ها باید به ترویج فرهنگ همکاری میان زنان و مردان بپردازند. با نمایش زنانی که به عنوان همکار و همیار در امور خانوادگی با مردان همکاری می‌کنند، می‌توانند حس همبستگی و مشارکت را تقویت کنند. همچنین، رسانه‌ها می‌توانند نشان دهند که مردان می‌توانند به‌طور فعال در کارهای خانگی و تربیت فرزندان شرکت کنند. این نوع نمایش می‌تواند به عنوان الگویی مثبت برای دیگر مردان عمل کرده و تصویری نو از نقش مردان در خانواده ارائه دهد. با توجه به تأثیر عمیق رسانه‌ها بر نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی، این پیشنهادات می‌توانند به تقویت جایگاه مردان در خانواده کمک کنند. ترویج الگوهای مثبت، آموزش مهارت‌های ارتباطی، شناسایی موفقیت‌ها، مبارزه با کلیشه‌های جنسیتی و تأکید بر ارزش‌های همکاری، از جمله عناصری هستند که می‌توانند به بهبود روابط خانوادگی و اجتماعی مردان یاری رسانند. در نهایت، این تغییرات می‌تواند به ایجاد خانواده‌های سالم‌تر و پربارتری منجر شود.

۱. قران کریم.
۲. نهج البلاغه
۳. ابن بابویه، محمد بن علی، من لا يحضره الفقيه، محقق / مصحح: غفاری، علی اکبر، جلد ۲، ناشر: دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، چاپ دوم، ۱۴۱۳ ق.
۴. ابن بابویه، محمد بن علی، الخصال، محقق / مصحح: غفاری، علی اکبر، جلد ۱، ناشر: جامعه مدرسین، چاپ اول ۱۳۶۲.
۵. ابراهیمی و جان بزرگی، رابطه مهارت های ارتباطی و رضایت زناشویی، ۱۳۸۷.
۶. ابن منظور، محمد بن مکرم، لسان العرب، بیروت، دارصادر، ۱۴۱۴ ق.
۷. اچاوز، چونا آر و موسوی، سیدمهدی و آرای پیلانکو، لیا ویلفردا، مردان و خصوصیات مردانگی در افغانستان، کابل: واحد تحقیقات و ارزیابی افغانستان، ۱۳۹۴
۸. تبریزی، مصطفی، فرهنگ توصیفی خانواده و خانواده درمانی، ناشر: شرکت نشر فراروان، چاپ اول ۱۳۸۵.
۹. کاظمی، مریم، نقش پدران در تربیت فرزندان، مجله خانواده پژوهی، ۱۳۹۶.
۱۰. عمید، حسن، فرهنگ فارسی عمید، ناشر: راه رشد، چاپ اول ۱۳۸۹.
۱۱. فراهیدی، خلیل بن احمد، کتاب العین، قم، هجرت، ۱۴۱۰ ق.
۱۲. یعقوبی، علی، نظریه های مردانگی با تاکید بر رویکردهای جامعه شناختی، تهران: نشر پژوهاک، ۱۳۹۳.
۱۳. بوردیو، پی یر، درسی درباره درس، ترجمه ی ناصر فکوهی، تهران: نشرنی، ۱۳۸۸.
۱۴. قانع راد، محمد امین، زوال پدرسالاری فروپاشی خانواده یا ظهور خانواده مدنی.
۱۵. افراسیابی و کاشانی تفسیر مردان از تغییر نقش خود در خانواده یک مطالعه داده بنیاد، ۱۴۰۰.
۱۶. سایت فرارو، ۱۵ اردیبهشت، ۱۳۹۰.
۱۷. سایت رکنا، ۲۰۲۴.
۱۸. خبرگزاری تسنیم، خبرگزاری مهر ایران عصر ۱۴۰۲.