

"نقش تلویزیون در ترویج فرهنگ احترام به بزرگ‌ترها در عصر تفاوت های نسلی"

زهرا سیفی زاده^۱

آذر اصغری دامنجان^۲

۱. چکیده

این مقاله با رویکردی توصیفی-تحلیلی و انتقادی، به بررسی نقش تلویزیون ایران در بازنمایی و ترویج فرهنگ احترام به بزرگ‌ترها در بستر تفاوت‌های نسلی می‌پردازد. با توجه به تحولات سبک زندگی، گسترش فناوری‌های ارتباطی و شکاف‌های نسلی، رسانه ملی به‌عنوان نهادی فرهنگی و فراگیر، ظرفیت مؤثری در انتقال ارزش‌های اخلاقی و تقویت انسجام اجتماعی دارد. پژوهش حاضر با تمرکز بر مفاهیم کلیدی، گونه‌شناسی نسل‌های ایرانی، نظریه‌های ارتباطی مرتبط، و تحلیل نمونه‌هایی از برنامه‌های تلویزیونی تولیدشده در بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۴، به تحلیل انتقادی چالش‌هایی چون کلیشه‌سازی، ناهماهنگی زبانی با نسل جدید، تضاد رفتاری، کم‌توجهی به تنوع فرهنگی، فقدان استمرار در تولید محتوا و انتقال مستقیم و شعاری پیام‌های اخلاقی پرداخته است. این چالش‌ها در چارچوب نظریه‌های ارتباطی از جمله نظریه کاشت، برجسته‌سازی، استفاده و رضامندی، و کارکردگرایی بررسی شده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهند که تلویزیون، در صورت بهره‌گیری از زبان نسل‌محور، قالب‌های جذاب و روایت‌های تجربه‌محور، می‌تواند به بازسازی و نهادینه‌سازی ارزش احترام به بزرگ‌ترها در جامعه ایرانی کمک کند. در پایان، راهکارهایی برای ارتقاء اثربخشی رسانه ملی در سیاست‌گذاری محتوایی و تولید برنامه‌های اخلاق‌مدار ارائه شده است.

کلید واژه: احترام به بزرگ‌ترها، تلویزیون، تفاوت‌های نسلی، نظریه‌ای ارتباطی

۲. مقدمه

فرهنگ احترام به بزرگ‌ترها یکی از عناصر بنیادین در ساختار اجتماعی و اخلاقی جوامع سنتی، به‌ویژه در فرهنگ ایرانی-اسلامی، محسوب می‌شود. این ارزش دیرینه همواره نقش مهمی در تقویت روابط خانوادگی، انتقال تجربیات، حفظ انسجام اجتماعی و استمرار هویت فرهنگی ایفا کرده است. با این حال، در دهه‌های اخیر، تحولات گسترده در سبک زندگی، گسترش فناوری‌های ارتباطی، و تغییر نگرش‌های فردی و اجتماعی، موجب شکل‌گیری شکاف نسلی شده‌اند؛ شکافی که تعامل میان نسل‌های مختلف را با چالش‌های ارتباطی، ارزشی و فرهنگی مواجه ساخته است.

۱. سطح چهار رشته تفسیر تطبیقی، مدرس مدرسه علمیه الزهرا س اسلامشهر، کارشناسی ارشد علوم ارتباطات

seifizadeh1364@gmail.com

ORCID:0009-0007-4149-1116

۲. سطح چهار رشته تفسیر تطبیقی، مدرس مدرسه علمیه الزهرا س اسلامشهر، کارشناسی مترجمی زبان انگلیسی

www.asghari.azar.2591404@gmail.com

ORCID:0009-0002-6787-491X

در چنین شرایطی، رسانه ملی به عنوان یکی از مهم ترین نهادهای فرهنگی و ارتباطی، می تواند نقش تعیین کننده ای در بازتعریف و ترویج ارزش های اخلاقی ایفا کند. تلویزیون، به عنوان رسانه ای فراگیر با قابلیت نفوذ در لایه های مختلف جامعه، بستری مؤثر برای گفت و گوی بین نسلی و انتقال مفاهیم فرهنگی فراهم می آورد. با توجه به تغییرات در الگوهای مصرف رسانه ای و شبکه های ارتباطی نسل های جدید، بازنمایی ارزش هایی چون احترام به بزرگ ترها نیازمند بازنگری در زبان، روایت و ساختار برنامه هاست.

برخی پژوهش ها به بازنمایی احترام به بزرگ ترها در تلویزیون ایران پرداخته اند، اما اغلب در قالب های کلی تری مانند نهاد خانواده، ارزش های اخلاقی یا فرهنگ سازی رسانه ای مطرح شده اند. تمرکز خاص بر احترام به بزرگ ترها در بستر تفاوت های نسلی کمتر مورد توجه قرار گرفته است از این رو مقاله حاضر با هدف بررسی نقش تلویزیون در ترویج فرهنگ احترام به بزرگ ترها در بستر شکاف نسلی، به تحلیل چالش های ارتباطی و محتوایی در برنامه های تلویزیونی تولید شده در بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۴ می پردازد. در این راستا، مفاهیم کلیدی مانند احترام، نسل، رسانه و تفاوت های نسلی تعریف می شوند و نظریه های ارتباطی مرتبط با انتقال ارزش های اخلاقی مرور می گردند. سپس با تحلیل نمونه هایی از تولیدات رسانه ای، عملکرد تلویزیون در بازنمایی این ارزش آسیب شناسی شده و راهکارهایی برای ارتقاء اثربخشی رسانه ملی در نهادینه سازی احترام بین نسلی ارائه می شود.

۳. مفهوم شناسی

در مسیر تحلیل موضوعات اجتماعی و فرهنگی، نخستین گام، روشن سازی مفاهیم بنیادین و کلیدواژه هایی است که ساختار بحث را شکل می دهند. مفهوم شناسی، بستری فراهم می آورد تا با دقت و عمق بیشتری به بررسی ابعاد نظری و کاربردی موضوعات بپردازیم. در این بخش، به تبیین مفاهیم «احترام»، «رسانه»، «نسل» و «تفاوت های نسلی» پرداخته می شود تا زمینه ای روشن برای تحلیل های بعدی فراهم گردد.

۱-۱. احترام:

احترام از ریشه «حرم» و مصدر باب «افتعال» به معنای «ممنوع بودن»^۱ است. احترام «به معنای حرمت داشتن، بزرگ داشتن و بزرگداشت»^۲ که بطور صریح در قرآن نیامده است؛ اما مفاهیم مرتبط با آن آمده است: «احسان»، «تکریم» و «قول کریم». مانند سوره علق آیه ۳ «أَقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ» و آیه ۷۰ سوره اسراء «وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ» که در معنای تکریم و احترام است. حترام را می توان حریمی دانست که در

۱. بن اثیر، النهایة فی غریب الحدیث والاثیر، ذیل «دعص».

۲. دهخدا، علی اکبر، لغت نامه دهخدا، ج ۳، ص ۱۰۵۵.

تعاملات انسانی برای حفظ کرامت و حدود افراد رعایت می‌شود؛ و شامل ترک برخی رفتارها به‌منظور صیانت از شأن و منزلت دیگران است.

۲-۱. رسانه:

رسانه در لغت به معنی رساندن است و در اصطلاح وسیله‌ای برای نقل و انتقال اطلاعات، ایده‌ها و افکار افراد یا جامعه و واسطه عینی و عملی در فرآیند برقراری ارتباط.^۱ در رسانه‌های نوین سرعت انتقال اطلاعات، ارتباطات آنلاین..، امکان انتخاب نوع دسترسی و نوع مطالب، امکان جست‌وجوی گسترده در محتوا و مهم‌ترین نکته، امکان ارتباط دوسویه بین فرستنده‌ی پیام و گیرنده، فراهم است.^۲

۳-۱. نسل:

نسل در به گروهی از افراد اطلاق می‌شود که مرحله‌ای از حیات را با یکدیگر آغاز کرده یا پایان داده باشند؛^۳ نسل گروهی از افراد متولد شده در بازه زمانی مشخص است که به دلیل مواجهه با رویدادهای مشابه، دارای تجارب مشابهی خواهند بود.

۴-۱. تفاوت‌های نسلی

با توجه به تعریف نسل، مفاهیمی همچون «شکاف، تعارض، تفاوت یا گسست نسلی»^۴ شکل می‌گیرد. این تفاوت اختلاف طبیعی در باورها، ارزش‌ها و هنجارهای میان نسل‌ها را به دنبال دارد و لذا در جنبه‌های رفتاری، اخلاقی، روانی و اجتماعی بین نسل‌ها اثر می‌گذارد.^۵ در یکی از حکمت‌های منسوب به امام علی (علیه السلام) آمده است: «لَا تَقْسِرُوا [لا تکرهوا] أَوْلَادَكُمْ عَلَى آدَابِكُمْ فَإِنَّهُمْ مَخْلُوقُونَ لِزَمَانٍ غَيْرِ زَمَانِكُمْ»؛^۶ فرزندان خود را به رعایت آداب خودتان مجبور نسازید؛ چون آنان برای روزگاری غیر از روزگار شما آفریده شده‌اند. این کلام، تفاوت در نسل‌ها و توجه به آن در تربیت و آموزش و برنامه‌ریزی‌ها را نشان می‌دهد. تفاوت‌های بین نسلی اگرچه امری طبیعی است ولی چنانچه مدیریت نشود می‌تواند به بروز مشکلات هویتی و اجتماعی و ... منجر شود.^۷ توجه به این نکته هم می‌توان داشت که

۱. استوارت، از کمپ، روانشناسی اجتماعی کاربردی، ترجمه فرهاد ماهر.

۲. کمال، اکبری و احمد، اولیائی، (مقاله ظرفیت‌های نظریات ارتباطات بین الملل برای تبلیغ اسلام در مقیاس جهانی).

۳. ساروخانی، باقر، درآمدی بر دایره‌المعارف علوم اجتماعی، ص ۱۰۷.

۴. برای مطالعه بیشتر ن ک به: مقاله تحلیل جامعه‌شناختی در ایران، دانش، پروانه و زهرا داکری نصرآبادی و عظیمه سادات عبداللهی، صص ۸-۹.

۵. برای مطالعه بیشتر ن ک به: جامعه‌شناسی نسلی در ایران، غلامرضا غفاری و تقی آزادارملکی، ج ۲، ۱۳۸۶.

۶. ابن ابی الحدید، عبد الحمید بن هبة الله، شرح نهج البلاغة لابن ابی الحدید، ج ۲۰، ص ۲۶۷.

۷. برای مطالعه بیشتر ن ک به: مقاله تحلیل جامعه‌شناختی شکاف نسلی در ایران، دانش، پروانه و دیگران، دوفصلنامه علمی-تخصصی جامعه پژوهی فرهنگی - شماره ۳.

قرارگیری کلمات مترادف مانند تعارض و گسست نسلی در کنار تفاوت نسلی همواره به معنای منفی نیست؛ گاهی این تعارضات با تناسب‌سازی و پذیرش در کنار ارزش‌ها و نگرش‌های نسل قبل، جریان ساز و توأم با ارزش‌های مثبت خواهد بود.

با بررسی مفاهیم «احترام»، «رسانه»، «نسل» و «تفاوت‌های نسلی»، روشن شد که هر یک از این واژگان نه تنها بار معنایی خاص خود را دارند، بلکه در تعامل با یکدیگر نیز معنا و کارکردی تازه می‌یابند. احترام به عنوان پایه‌ای اخلاقی در روابط انسانی، رسانه به مثابه ابزار انتقال و شکل‌دهی به افکار، نسل به عنوان واحدی اجتماعی با تجربه‌های مشترک، و تفاوت‌های نسلی به عنوان چالشی طبیعی و در عین حال فرصت‌ساز، همگی در کنار هم تصویری چندلایه از جامعه امروز را ترسیم می‌کنند. فهم دقیق این مفاهیم، مقدمه‌ای ضروری برای تحلیل‌های عمیق‌تر در حوزه‌های تربیتی، فرهنگی و ارتباطی است.

۴. جایگاه احترام به بزرگ‌ترها در فرهنگ ایرانی - اسلامی با تأکید بر تفاوت‌های

نسلی

احترام به بزرگ‌ترها یکی از ارزش‌های بنیادین در فرهنگ ایرانی-اسلامی است که ریشه در آموزه‌های دینی، سنت‌های اجتماعی و ساختار خانواده ایرانی دارد. در منابع اسلامی، این ارزش به عنوان شاخصی برای سنجش اخلاق فردی و اجتماعی معرفی شده است. در روایتی از امام صادق (علیه السلام) آمده است: «لَيْسَ مِنَّا مَنْ لَمْ يُوقِّرْ كَبِيرَنَا وَلَمْ يَرْحَمْ صَغِيرَنَا»؛ کسی که بزرگ‌ترها را احترام نگذارد و به کوچک‌ترها محبت نکند، از ما نیست. این روایت، احترام به بزرگ‌ترها را نه تنها یک رفتار اخلاقی، بلکه نشانه‌ای از تعلق به جامعه ایمانی می‌داند.

آیه ۲۳ سوره اسراء با عبارت «فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أَفٌ وَلَا تَنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا»^۱ بر ضرورت رعایت ادب و گفتار بزرگووارانه نسبت به والدین در دوران پیری تأکید می‌کند. همچنین پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله) احترام به مسلمان سالخورده را از مصادیق تجلیل الهی دانسته‌اند، که نشان‌دهنده جایگاه والای سالمندان در نظام ارزشی اسلام است.

آیه شریفه «وَاللَّهُ خَلَقَكُمْ ثُمَّ يَتَوَفَّاكُمْ...»^۲ نیز با اشاره به مراحل مختلف زندگی انسان، از جمله بازگشت برخی افراد به دوره ضعف و ناتوانی (أرذل العمر)، به تفاوت‌های طبیعی میان نسل‌ها می‌پردازد. این

۱. اصول کافی، جلد ۳، صفحه ۲۵۳.

۲. سوره اسراء آیه ۲۳.

۳. «وَاللَّهُ خَلَقَكُمْ ثُمَّ يَتَوَفَّاكُمْ وَمِنْكُمْ مَنْ يُرَدُّ إِلَى أَرْذَلِ الْعُمُرِ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ بَعْدَ عِلْمٍ شَيْئًا إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ قَدِيرٌ» و خدا شما را آفرید، آن گاه شما را می‌میراند، برخی از شما به سوی پست‌ترین مرحله عمر [که سالخوردگی و فروتنی است] برگردانده می‌شود، تا پس از دانش اندکی که داشت چیزی را ندانند؛ یقیناً خدا دانا و تواناست. سوره نحل آیه ۷۰

تفاوت‌ها، که شامل کاهش توان شناختی و جسمی در سالمندان است، زمینه‌ساز شکاف نسلی در تعاملات اجتماعی می‌شود. از منظر رسانه‌ای، توجه به این واقعیت قرآنی می‌تواند مبنایی برای بازنمایی محترمانه و آگاهانه سالمندان باشد؛ رویکردی که به کاهش فاصله میان نسل‌ها و تقویت انسجام اجتماعی کمک می‌کند.

در فرهنگ ایرانی نیز، احترام به بزرگ‌ترها به عنوان یک هنجار اجتماعی نهادینه شده مطرح بوده است. ساختار خانواده گسترده، حضور چند نسل در یک خانه، و نقش محوری پدر بزرگ‌ها و مادر بزرگ‌ها در تربیت فرزندان، موجب شده است که این ارزش نه تنها در سطح رفتاری، بلکه در سطح هویتی و فرهنگی تثبیت شود. ضرب‌المثل‌هایی چون «پیش کسوت را حرمت است» یا «پیر را تجربه است» بازتابی از این نگرش فرهنگی‌اند.

با این حال، در عصر تفاوت‌های نسلی و تحولات سبک زندگی، این ارزش در معرض چالش‌هایی قرار گرفته است. تغییر در ساختار خانواده، گسترش فردگرایی، و تأثیر رسانه‌های نوین، موجب کاهش تعاملات بین‌نسلی و تضعیف جایگاه بزرگ‌ترها در برخی خانواده‌ها شده است. نسل‌های جدید، با الگوهای ارتباطی متفاوت، ممکن است ارزش‌هایی چون احترام را در قالب‌های جدیدی بازتعریف کنند که با سنت‌های پیشین هم‌خوانی نداشته باشد. از این رو، بازخوانی جایگاه احترام در فرهنگ ایرانی-اسلامی و بازنمایی آن در رسانه‌ها، به‌ویژه تلویزیون، ضرورتی فرهنگی، تربیتی و ارتباطی محسوب می‌شود.

۵. گونه‌شناسی نسل‌های ایرانی و تحلیل الگوهای تعامل آنان با تلویزیون

در مطالعات نسل‌شناسی، تقسیم‌بندی نسل‌ها معمولاً بر اساس رویدادهای تاریخی، تحولات اقتصادی و فناوری‌های تأثیرگذار در جوامع صورت می‌گیرد. در کشورهای غربی، این تقسیم‌بندی‌ها با اصطلاحاتی چون «نسل خاموش»، «بیبی بومرز»، «نسل Y (میلنیال‌ها)»، «نسل Z» و «نسل آلفا» شناخته می‌شوند که هر یک به دوره‌ای خاص از تحولات جهانی مانند جنگ جهانی دوم، رونق اقتصادی پس از جنگ، ظهور اینترنت و انقلاب دیجیتال اشاره دارند.

با این حال، تعمیم این چارچوب‌ها به جامعه ایران با محدودیت‌هایی مواجه است؛ چرا که بستر تاریخی، فرهنگی و رسانه‌ای ایران تفاوت‌های بنیادینی با جوامع غربی دارد. در ایران، تحولات کلان مانند انقلاب اسلامی، جنگ تحمیلی، دوران سازندگی، ورود ماهواره، گسترش اینترنت و ظهور رسانه‌های تعاملی، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری نسل‌ها ایفا کرده‌اند.^۱ بر همین اساس، تقسیم‌بندی نسلی در این مقاله

۱. ن. ک. به: آزادارمکی، تقی، جامعه‌شناسی ایران: جامعه‌شناسی مناسبات بین نسلی، ص ۱۳۲.

نه تنها احترام را تقویت نمی‌کند، بلکه نگرشی ترحم‌آمیز یا منفی نسبت به سالمندان در ذهن مخاطب جوان ایجاد می‌کند. این نوع بازنمایی، در چارچوب نظریه کاشت، می‌تواند در بلندمدت به شکل‌گیری تصویر ذهنی نادرست از نسل‌های پیشکسوت منجر شود و ارزش احترام را تضعیف کند.

۱۰,۲. ناهماهنگی زبانی و روایی با نسل‌های جدید

در سطح ارتباطی، ناهماهنگی زبانی و روایی با نسل‌های جدید یکی از موانع انتقال مؤثر پیام‌های اخلاقی است. برنامه‌هایی با زبان رسمی و ساختار سنتی، مانند سیمای خانواده یا معرفت، هرچند از نظر محتوایی غنی‌اند، اما برای مخاطبانی که به روایت‌های تصویری، سریع و تعاملی عادت دارند، جذابیت کافی ندارند. این فاصله ارتباطی، از منظر نظریه استفاده و رضامندی، موجب کاهش تعامل مخاطب با پیام و در نتیجه کاهش اثربخشی فرهنگی می‌شود.

۱۰,۳. تضاد در پیام‌های رفتاری و فقدان انسجام اخلاقی

تضاد در پیام‌های رفتاری و فقدان انسجام اخلاقی در برخی تولیدات، مخاطب را در تشخیص الگوی رفتاری مطلوب سردرگم می‌کند. رفتارهای متناقض شخصیت‌ها با والدین، بدون نقد یا اصلاح در روایت، نه تنها موجب ابهام اخلاقی می‌شود، بلکه از منظر نظریه برجسته‌سازی، پیام‌های متضاد را در ذهن مخاطب برجسته می‌سازد و مانع شکل‌گیری نگرش پایدار می‌شود.

۱۰,۴. کم‌توجهی به تنوع فرهنگی و قومی

در سطح فرهنگی، کم‌توجهی به تنوع قومی و جغرافیایی در بازنمایی الگوهای احترام، موجب طرد یا بی‌ارتباطی مخاطبان روستایی، عشایری و اقوام مختلف با پیام‌های اخلاقی می‌شود. تمرکز بر خانواده‌های شهری و مذهبی مرکزی، اثربخشی فرهنگی را کاهش داده و از منظر نظریه کارکردگرایی، مانع ایفای نقش رسانه در ایجاد انسجام اجتماعی می‌شود.

۱۰,۵. فقدان استمرار و برنامه‌ریزی بلندمدت در تولید محتوا

یکی از موانع جدی در نهادینه‌سازی ارزش‌هاست. برنامه‌هایی مانند مستندهای مناسبتی یا تیزرهای فرهنگی مرتبط با روز سالمند، صرفاً در ایام خاص پخش می‌شوند و فاقد پیوستگی محتوایی در طول سال هستند. این مقطعی بودن، از منظر نظریه کاشت، مانع شکل‌گیری نگرش پایدار در ذهن مخاطب می‌شود؛ زیرا طبق این نظریه، تکرار مداوم و منسجم پیام‌های رسانه‌ای شرط اصلی تأثیرگذاری بلندمدت بر باورها و رفتارهای اجتماعی است. در غیاب استمرار، پیام‌های اخلاقی به صورت گذرا دریافت می‌شوند و نمی‌توانند در ساختار ذهنی مخاطب تثبیت شوند.

۱۰,۶. انتقال مستقیم و غیراستدلالی پیام‌های اخلاقی

بدون زمینه‌سازی روان‌شناختی یا اجتماعی، می‌تواند موجب مقاومت یا بی‌تفاوتی مخاطب شود. نمانگ‌هایی با شعارهای ساده و دستوری، اگر فاقد روایت‌های تجربه‌محور و قابل هم‌ذات‌پنداری باشند، از منظر نظریه استفاده و رضامندی، نیازهای ارتباطی مخاطب را تأمین نمی‌کنند. مخاطب امروز، به‌ویژه نسل جوان، به دنبال محتوایی است که نه تنها آموزنده باشد، بلکه با تجربه زیسته او ارتباط برقرار کند و از طریق تعامل، احساس معنا و مشارکت در پیام را ایجاد کند. در این شرایط، پیام‌های اخلاقی باید در قالب‌هایی ارائه شوند که مخاطب بتواند با آن‌ها درگیر شود، نه صرفاً آن‌ها را بشنود یا مشاهده کند.

برای ارتقای اثربخشی رسانه ملی در ترویج احترام به بزرگ‌ترها، ضروری است که تولیدات تلویزیونی از قالب‌های مناسبی و شعاری فاصله گرفته و به سمت روایت‌های مستمر، تعاملی و نسل‌محور حرکت کنند. تلویزیون به عنوان رسانه‌ای فراگیر، ظرفیت الگوسازی اخلاقی را داراست، اما در صورت فقدان رویکردهای نوآورانه و مخاطب‌محور، ممکن است به بازتولید کلیشه‌ها و تعمیق گسست‌های نسلی منجر شود. بهره‌گیری از نظریه‌های ارتباطی همچون نظریه کاشت، برجسته‌سازی، استفاده و رضامندی، و کارکردگرایی در طراحی محتوا، می‌تواند به ارتقای کیفیت پیام‌رسانی و تقویت درونی‌سازی ارزش‌ها در مخاطبان کمک کند. در این راستا، سیاست‌گذاری محتوایی رسانه ملی باید بر کلیشه‌زدایی، توجه به تنوع فرهنگی، استفاده از زبان متناسب با نسل‌های جدید، و استمرار در تولید تأکید داشته باشد. احترام به بزرگ‌ترها زمانی می‌تواند در تعاملات بین‌نسلی جامعه ایرانی نهادینه شود که نه به عنوان یک وظیفه دستوری، بلکه به عنوان یک ارزش تجربه‌شده، قابل فهم و درونی‌شده بازتعریف گردد.

با توجه به مباحث تفصیلی پیشین درباره چالش‌های ارتباطی در بازنمایی ارزش احترام به بزرگ‌ترها در تلویزیون، در این بخش تلاش شده است تا مهم‌ترین نکات در قالب یک جدول خلاصه و طبقه‌بندی شده ارائه گردد. این جدول با هدف نظم‌بخشی به داده‌های تحلیلی، چالش‌های شناسایی شده را در چهار محور اصلی شامل نوع چالش، شرح مختصر، نظریه ارتباطی مرتبط و پیامد ارتباطی احتمالی سامان‌دهی کرده است. چنین ساختاری امکان مرور سریع، مقایسه‌پذیر و هدفمند چالش‌ها را فراهم می‌سازد و به تعمیق تحلیل نظری در تعامل با محتوای رسانه‌ای کمک می‌کند.

جدول ۴: خلاصه و طبقه‌بندی چالش‌های ارتباطی در بازنمایی ارزش احترام به بزرگ‌ترها در تلویزیون

چالش	شرح خلاصه‌شده	نظریه ارتباطی	پیامد ارتباطی
کلیشه‌سازی شخصیت سالمندان	نمایش منفی و تکراری سالمندان باعث کاهش احترام و شکل‌گیری تصویر ذهنی نادرست می‌شود.	نظریه کاشت	تضعیف نگرش مثبت نسبت به بزرگ‌ترها
ناهماهنگی زبانی با نسل جدید	زبان رسمی و روایت سنتی برای مخاطب جوان جذاب نیست و تعامل را کاهش می‌دهد.	نظریه استفاده و رضامندی	افت ارتباط و کاهش اثربخشی پیام
تضاد رفتاری و بی‌ثباتی اخلاقی	رفتارهای متناقض بدون اصلاح، مخاطب را در تشخیص الگوی درست سردرگم می‌کند.	نظریه برجسته‌سازی	برجسته‌سازی پیام‌های متضاد و تضعیف انسجام اخلاقی
کم‌توجهی به تنوع فرهنگی	تمرکز بر خانواده‌های شهری موجب طرد فرهنگی اقوام و کاهش فراگیری پیام می‌شود.	نظریه کارکردگرایی	اختلال در انسجام اجتماعی و کاهش پذیرش فرهنگی
تولیدات مقطعی و غیرمستمر	پخش مناسبتی فاقد تداوم، مانع تثبیت ارزش‌ها در ذهن مخاطب می‌شود.	نظریه کاشت	عدم نهادینه‌سازی ارزش‌ها و کاهش تأثیر تربیتی
پیام‌های اخلاقی مستقیم و شعاری	شعارهای ساده بدون زمینه‌سازی موجب بی‌تفاوتی یا مقاومت مخاطب می‌شود.	نظریه استفاده و رضامندی	کاهش درونی‌سازی و تعامل مؤثر با پیام‌های اخلاقی

۱۱. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

بررسی انتقادی بازنمایی ارزش احترام به بزرگ‌ترها در تلویزیون ایران نشان می‌دهد که رسانه ملی، علی‌رغم برخورداری از ظرفیت‌های گسترده در الگوسازی اخلاقی، در انتقال مؤثر این ارزش با چالش‌های چندلایه و ساختاری مواجه است. تحلیل محتوای برنامه‌های تلویزیونی در چارچوب نظریه‌های ارتباطی از جمله نظریه کاشت، برجسته‌سازی، استفاده و رضامندی، و کارکردگرایی، بیانگر آن است که ضعف‌های ارتباطی، فرهنگی و محتوایی در تولیدات رسانه‌ای موجب کاهش اثربخشی تربیتی و تضعیف انسجام بین‌نسلی شده‌اند.

نخست، کلیشه‌سازی در شخصیت‌پردازی سالمندان و نمایش منفی یا ترحم‌آمیز از آنان، در بلندمدت به شکل‌گیری تصویر ذهنی نادرست در مخاطب منجر می‌شود (نظریه کاشت). دوم، ناهماهنگی زبانی و روایی با نسل‌های جدید، به‌ویژه در برنامه‌های سنتی و رسمی، موجب افت تعامل مخاطب با محتوا و کاهش رضایت ارتباطی می‌گردد (نظریه استفاده و رضامندی). سوم، تضاد در پیام‌های رفتاری و فقدان انسجام اخلاقی در روایت‌ها، مخاطب را در تشخیص الگوی رفتاری مطلوب سردرگم کرده و پیام‌های متضاد را برجسته می‌سازد (نظریه برجسته‌سازی). چهارم، کم‌توجهی به تنوع فرهنگی و قومی در بازنمایی الگوهای احترام، موجب طرد بخشی از مخاطبان و تضعیف انسجام اجتماعی می‌شود (نظریه کارکردگرایی). پنجم، فقدان استمرار و برنامه‌ریزی بلندمدت در تولید محتوا، به‌ویژه در قالب‌های

مناسبتی، مانع نهاده‌سازی ارزش‌ها در ذهن مخاطب می‌شود (نظریه کاشت). و در نهایت، انتقال مستقیم و شعاری پیام‌های اخلاقی بدون زمینه‌سازی روان‌شناختی یا اجتماعی، موجب مقاومت یا بی‌تفاوتی مخاطب نسبت به پیام می‌شود (نظریه استفاده و رضامندی).

بر اساس این یافته‌ها، پیشنهادهای زیر برای ارتقای عملکرد رسانه ملی در بازنمایی ارزش احترام به بزرگ‌ترها ارائه می‌شود:

۱. بازنگری در سیاست‌گذاری محتوایی با رویکردی نوآورانه، چندلایه و مبتنی بر شناخت دقیق مخاطب؛
 ۲. تولید مستمر و غیرمناسبتی محتوا در قالب روایت‌های تجربه‌محور، تعاملی و قابل هم‌ذات‌پنداری؛
 ۳. هماهنگی زبان ارتباطی برنامه‌ها با سبک گفت‌وگو، نیازهای روان‌شناختی و رسانه‌ای نسل‌های جدید؛
 ۴. توجه به تنوع فرهنگی، قومی و جغرافیایی در بازنمایی الگوهای احترام برای افزایش فراگیری و انسجام اجتماعی؛
 ۵. ارزیابی مستمر اثربخشی برنامه‌ها با بهره‌گیری از مدل‌های ارتباطی و بازخورد مخاطبان؛
 ۶. بازتعریف ارزش احترام به‌عنوان یک تجربه زیسته و درونی‌شده، نه صرفاً یک وظیفه دستوری یا شعاری.
- در نهایت، تحقق نهاده‌سازی احترام به بزرگ‌ترها در جامعه ایرانی مستلزم آن است که رسانه ملی، به‌ویژه تلویزیون، از بازتولید کلیشه‌ها فاصله گرفته و با بهره‌گیری از ظرفیت نظریه‌های ارتباطی، به طراحی محتوایی پردازد که بتواند تعاملات بین‌نسلی را تقویت کرده و نقش تربیتی خود را به‌صورت پایدار ایفا کند.

۱۲. فهرست منابع

أ. کتاب و مقاله:

قرآن کریم

۱. ابن اثیر، عزالدین. **النهاية في غريب الحديث والأثر**، تصحيح محمود محمد طناحي و طاهر احمد زاوي، بيروت: دار احياء التراث العربي، ۱۳۸۳ق/۱۹۶۳م؛ چاپ افست قم: ۱۳۶۴ش.
 ۲. ابن ابی الحدید، عبد الحمید بن هبة الله. **شرح نهج البلاغه**، ج ۲۰، ص ۲۶۷، قم: مکتبه آية الله المرعشي نجفی، چاپ اول، ۱۴۰۴ق.
 ۳. اکبری، کمال و اولیائی، احمد. «**ظرفیت های نظریات ارتباطات بین الملل برای تبلیغ اسلام در مقیاس جهانی**»، نشریه سیاست متعالیه، شماره ۱۵، سال چهارم، ۱۳۹۵.
 ۴. استوارت، ازکمپ. **روان شناسی اجتماعی کاربردی**، ترجمه فرهاد ماهر، تهران: انتشارات بعثت، بی تا.
 ۵. **الکافی**، ج ۲، ص ۱۶۵، بیروت: دارالکتب الإسلامیه، بی تا.
 ۶. دانش، پروانه و دیگران. «**تحلیل جامعه شناختی شکاف نسلی در ایران**»، **دوفصلنامه علمی-تخصصی جامعه پژوهی فرهنگی**، سال پنجم، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۳.
 ۷. دهخدا، علی اکبر. **لغت نامه دهخدا**، ج ۳، ص ۱۰۵۵، تهران: دانشگاه تهران، ۱۳۲۵ش.
 ۸. ساروخانی، باقر. **درآمدی بر دایره المعارف علوم اجتماعی**، تهران: انتشارات کیهان، ۱۳۷۵.
 ۹. سلیمانی ساسانی، مجید. «**تحلیل مصرف فرهنگی و رسانه های نسل های رسانه های اجتماعی؛ مطالعه کاربران فضای مجازی در شهر تهران**»، نشریه مطالعات جامعه شناختی، شماره ۲.
 ۱۰. غفاری، غلامرضا و آزادارملکی، تقی. **جامعه شناسی نسلی در ایران**، چاپ دوم، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۶.
 ۱۱. **قانون اساسنامه سازمان صدا و سیماي جمهوری اسلامی ایران**، مصوب ۱۳۶۲.
 ۱۲. کازنوو، ژان. **جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی**، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران: انتشارات اطلاعات، ۱۳۸۷.
 ۱۳. معتمدنژاد، کاظم. **وسایل ارتباط جمعی**، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۸۵.
 ۱۴. مهدی زاده، سید محمد. **نظریه های رسانه**، چاپ هفتم، تهران: همشهری، ۱۳۹۷.
- ب. سایت:**
۱۵. انجمن علوم ارتباطات. «**همایش ملی فرهنگی، رسانه و تحولات نسلی در ایران**»، تهران، ۱۴۰۲.
 ۱۶. <https://iranicsca.ir/> ۰۹/۲۰۲۳/۱۵۵۰۰
 ۱۷. محمدپور، محمد. «**بررسی نسل های مختلف جامعه ایران**»،
<https://mrmohammadpour.ir/investigation-of-different-generations-of-iranian-society>
 ۱۸. آرشیو برنامه های صدا و سیما.