

تحلیل جامعه‌شناختی بازنمایی سبک زندگی اسلامی ایرانی خانواده در سیمای جمهوری اسلامی^۱

رضا همتی تجرق^۲؛ داود نعمتی انارکی^۳؛ سید محسن بنی هاشمی^۴

تاریخ ارسال: ۱۴۰۱/۲/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۴/۱۸

چکیده

امروزه رسانه‌ها- به‌ویژه تلویزیون- در زمینه ترویج سبک زندگی در میان مخاطبان، نقشی محوری و اساسی را ایفا می‌کنند. آنها با به‌نمایش گذاشتن مؤلفه‌های سبک زندگی، مردم را به سمت آنچه موردنظرشان است، هدایت می‌کنند. سیمای جمهوری اسلامی نیز از این امر مستثنی نبوده و در تلاش است با به‌نمایش گذاشتن مؤلفه‌ها و شاخص‌های سبک زندگی اسلامی- ایرانی، مخاطبان خود را با این شاخص‌ها آشنا کند. این تحقیق- که به روش تحلیل محتوای کیفی هدفمند (QCA) انجام شده- درصدد است به این سؤالات پاسخ دهد: بازنمایی سبک زندگی اسلامی- ایرانی خانواده در سیمای جمهوری اسلامی چگونه و براساس چه شاخص‌هایی بوده است؟ همچنین، تحلیل جامعه‌شناختی این رویکرد با وجود برخی از واقعیت‌های اجتماعی چیست؟ به همین منظور، با تحلیل برنامه‌های خانواده‌محور تلویزیونی «به خانه برمی‌گردیم»، «سیمای خانواده» و «هزارراه نرفته» تلاش شده به سؤالات تحقیق پاسخ داده شود. مهم‌ترین نتایج به‌دست‌آمده عبارت‌اند از: شاخص اجتماعی با تعداد ۴ نوع مقوله اصلی و ۲۷ نوع زیرمقوله، بیشترین شاخص پرداختی، شاخص مذهبی با ۴ نوع مقوله و ۲۰ نوع زیرمقوله، دومین شاخص پرداختی و شاخص فرهنگی با ۴ نوع مقوله اصلی و ۱۱ زیرمقوله، سومین شاخص اصلی پرداختی در برنامه‌های خانواده‌محور سیمای جمهوری اسلامی بوده است. همچنین در برنامه «هزارراه نرفته»، رویکرد پرداختی به مقوله ارتباطات خانوادگی، شاخص اجتماعی با تعداد ۹ نوع زیرمقوله، دارای بیشترین اهمیت بوده است. در برنامه «به خانه برمی‌گردیم» رویکرد پرداختی به مقوله ویژگی‌های اخلاقی جامعه، شاخص مذهبی با تعداد ۵ نوع زیرمقوله بوده و در برنامه «سیمای خانواده» مقوله ارتباطات خانوادگی، شاخص اجتماعی با تعداد ۶ نوع زیرمقوله، بوده که در قالب اصلی گفت‌وگو با کارشناس و میهمانان و دیگر قالب‌ها مانند ترانه و سرود، میان برنامه و... به آن پرداخته شده است.

واژه‌های کلیدی

تحلیل جامعه‌شناختی، بازنمایی، سبک زندگی اسلامی- ایرانی، خانواده، سیمای جمهوری اسلامی.

۱. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.
۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
erfan5939@yahoo.com
۳. دانشیار گروه ژورنالیسم و خبر، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران.
استاد مدعو گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
nemati@iribu.ac.ir
۴. استادیار گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران.
smohsenb@yahoo.com

بیان مسئله

در عصر حاضر، رسانه‌ها و ازجمله تلویزیون، بخشی از ساختاری هستند که به بازتولید^۱ فرهنگ جامعه می‌پردازند. گیدنز^۲ (۱۹۳۸) معتقد است ظهور تلویزیون بر الگوهای زندگی روزمره به شدت تأثیر گذاشته است. زیرا بسیاری از مردم فعالیت‌های دیگر را پیرامون برنامه‌های تلویزیونی معینی تنظیم می‌کنند (گیدنز، ۱۳۸۵: ۴۸۶) تافلر^۳ (۱۹۲۸) نیز معتقد است امروزه دیگر جوانان و نوجوانان در خانواده‌های هسته‌ای، پیام‌های خود را از پدر بزرگ‌ها، مادر بزرگ‌ها، دایی‌ها و غیره دریافت نمی‌کنند، بلکه روزنامه‌ها، مجلات، رادیو و تلویزیون نیز در این امر به وی کمک می‌کنند (تافلر، ۱۳۷۲) در ایران نیز تلویزیون در بین دیگر رسانه‌ها با اقبال زیادی مواجه است. در سال ۱۳۹۶، میزان ۹۴ درصد مردم، بیننده برنامه‌های تلویزیون بوده‌اند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۶). البته این حضور پرمخاطب تلویزیون اگر در جهت اجرای دقیق سیاست‌گذاری در تولید و پخش محتوای همسو با فرهنگ و سبک زندگی اسلامی- ایرانی نباشد و صرفاً ابزاری برای تفریح و سرگرمی قرار گیرد، بی‌شک آسیب‌هایی را نیز به اعضای خانواده وارد خواهد کرد. بخش قابل توجهی از مشکلات خانوادگی از قبیل انزوا، خشونت خانوادگی، اختلافات، طلاق، خیانت و مشکلات عاطفی و روحی و روانی، تحت‌تأثیر الگوبرداری از رسانه‌ها به وجود آمده است (پدرام، ۱۳۹۵). همچنین نقش فرهنگ و سبک زندگی خانواده‌های ایرانی در ایجاد شرایط کنونی را نمی‌توان نادیده گرفت، از این رو، یکی از مضامین فرهنگی تأثیرگذار بر خانواده‌ها، سبک زندگی آنها است. لباس پوشیدن اعضای جامعه، مراسم ازدواج، زندگی خانوادگی، الگوهای کار و فعالیت، مراسم مذهبی، انواع سرگرمی، شیوه گذران اوقات فراغت را نیز می‌توان جزء فرهنگ و سبک زندگی دانست (گیدنز، ۱۳۸۱: ۵۶) و به طور معمول، نشان‌دهنده نگرش، نحوه زندگی، ارزش‌ها یا جهان بینی فرد است (اسپارگانت و وان ولایت، ۲۰۰۰: ۵۰). در این میان سبک زندگی اسلامی- ایرانی نیز دارای شاخص‌هایی می‌باشد که شاخص‌های فردی، اجتماعی،

1. Reproduction
2. Giddens
3. Toffler
4. Asparagarent and One Valleit

اقتصادی، سیاسی، بهداشتی، فرهنگی و مذهبی را می‌توان از جمله مهمترین آنها نام برد (تقوی، ۱۳۹۷: ۷۰). از این رو، سیمای جمهوری اسلامی ایران با رویکرد الگوسازی و القای فرهنگ سبک زندگی اسلامی- ایرانی، برنامه‌های خانواده‌محور تولید و پخش می‌کند و با بررسی اجمالی برخی از برنامه‌های خانواده‌محور شبکه‌های یک، دو و پنج سیما، به نظر می‌رسد که این برنامه‌ها در انتخاب موضوعات مرتبط با خانواده و نحوهٔ پرداختن به آن و چگونگی انتقال فرهنگ خانواده به نمایش درآمده در تلویزیون از شاخص‌های اسلامی- ایرانی سبک زندگی بهره برده‌اند، اما اینکه این برنامه‌ها در ترویج سبک زندگی اسلامی- ایرانی تا چه میزان همسو با شاخص‌های اجتماعی، فرهنگی و مذهبی سبک زندگی اسلامی- ایرانی بوده است، نیاز به تحلیل بازنمایی و تحلیل جامعه‌شناختی این رویکرد رسانه‌ای با برخی واقعیت‌های اجتماعی دارد که هدف اصلی این پژوهش است و سؤال اصلی این پژوهش نیز معطوف به هدف اصلی و در پی پاسخ به این سؤال است که کدام شاخص‌های اجتماعی، فرهنگی و مذهبی سبک زندگی اسلامی- ایرانی در برنامه‌های خانواده‌محور سیمای جمهوری اسلامی بهره‌برداری و بازنمایی شده است و تحلیل جامعه‌شناسی این رویکرد بازنمایی رسانه‌ای- با وجود برخی از واقعیت‌های اجتماعی- چیست.

مبانی نظری پژوهش

پیشینه پژوهش

۱- خانواده تراز در جمهوری اسلامی ایران و کاربرد آن در رسانه: ندا ملکی در رسالهٔ دکتری روانشناسی تربیتی در سال ۱۳۹۶ با این عنوان، الگوی تدوین شدهٔ خانواده تراز اسلامی را با سه بعد پیش‌زمینه‌های تشکیل خانواده، ساختار خانواده و کارکردهای خانواده، طراحی کرده و آن را با وضعیت فعلی خانوادهٔ ایرانی با سه پیمایش ملی، بررسی کرده و هیچ ارزش و نگرشی که با مقوله‌های استخراج شده خانواده تراز اسلامی تناقض داشته باشد، نیافته است. وی دو رویکرد موافق و مخالف در مورد کاربردی شدن الگوی خانواده تراز به دست آورده و مشخص شده برنامه‌ساز بدون در اختیار داشتن یک الگوی منسجم از خانواده و به دلیل داشتن دغدغه‌های دینی، خود به این ابعاد پرداخته است و این اتفاق زمانی رخ می‌دهد که برنامه‌ساز، متعهد باشد.

1. Representation

۲- بازنمایی خانواده در سریال تلویزیونی «هفت سنگ» و مقایسه آن با الگوی مطلوب خانواده ایرانی اسلامی: مریم حسینی برای اخذ درجه کارشناسی ارشد در سال ۱۳۹۴ طی تحقیقی با این عنوان با بررسی سریال تلویزیونی هفت سنگ به تحلیل بازنمایی بنیان خانواده پرداخته و به مقایسه آن با الگوی مطلوب خانواده ایرانی اسلامی در سند «افق رسانه» پرداخته است. نتایج نشان می دهد، این سریال به رمزهایی همچون صله رحم، زوجیت بر اساس امری فطری، سلسله مراتب خانواده، عدالت و مدارا، دوری از خشونت و مشارکت در حل مشکلات و همچنین همدلی و عقلانیت در جهت تحکیم خانواده، براساس اصول تربیتی اسلامی می پردازد. اما به طور گسترده به فعالیت های خانواده در جهت اجتماعی شدن و مشارکت اجتماعی و بازنمایی شعائر اسلامی چون نقش روزه، حج، خمس، انتظار و به طور اعم دین و مذهب تشیع نمی پردازد.

۳- بازنمایی سبک زندگی خانواده ایرانی در سریال های تلویزیونی: سیدصفر مکتبی اصل و علی جعفری، اساتید گروه علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل در سال ۱۳۹۵ با ارائه مقاله ای با این عنوان، در پی روایت تلویزیون ایران از سبک زندگی خانواده ایرانی روند بازنمایی مفهوم سبک زندگی خانواده ایرانی در سریال های خانوادگی اجتماعی را مطالعه کردند. در سریال پاییز صحرا سبک زندگی خانواده ایرانی حول محور تضاد طبقاتی در سریال پدرسالار، حول محور تضاد نسلی و در سریال مرگ تدریجی یک رویا، حول دو محور تضاد سنت و مدرنیته و تضاد مذهبی بازنمایی شده است. در سریال مادرانه، سنتی غیر مذهبی و سبک زندگی مدرن غیر مذهبی حول مفهوم جدیدی از تضاد به تصویر کشیده شده است.

۴- قرار گرفتن در معرض رسانه های جمعی و نگرش نسبت به خشونت خانگی در هند، مطالعه ای است که هایمانتی باتاچاری^۱ در سال ۲۰۱۶، رابطه رسانه های جمعی و خشونت خانگی را با استفاده از داده های ملی مطالعه نموده است. نتایج نشان می دهد قرار گرفتن در معرض تلویزیون به طور منظم، ارتباط معناداری با نگرش زنان ندارد و نتایج منفی برای مردان دارد. قرار گرفتن در معرض منظم روزنامه ها

1. Mass media exposure and attitudes towards domestic violence in India.
2. Himanati Batachari

یا مجلات با احتمال کمتر زنان و مردان توجیه کننده ضرب و شتم همسر است. تماس منظم با رادیو ارتباط آماری ضعیف با نگرش زنان و مردان دارد و شواهد کیفی متفاوتی برای مردان دارد. نتایج این یافته‌ها نشان از افزایش مطلوبیت دسترسی به رسانه‌های چاپی است (هایمانتی باتاچاری، ۲۰۱۶).

۵- بررسی رابطه تماشای تلویزیون با ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، جسمی و رفتاری با روش‌های تربیت والدین^۱: کترین کارلاک^۲ در پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه واشنگتن در سال ۲۰۱۵ با این موضوع مشخص ارزیابی می‌کند که چه متغیرهای اجتماعی، فرهنگی و جمعیتی با شبکه تلویزیون شیوه‌های والدگری در جامعه والدین لاتین کودکان پیش دبستانی مرتبط است و نتیجه گیری اینکه برای کمک نوع سبک زندگی کودکان بویژه کاهش شیوع اضافه وزن، چاقی و پیامدهای بهداشتی مرتبط با آن در کودکان لاتین در ایالات متحده، شبکه تلویزیون روش‌های والدگری مداخلات خوبی از لحاظ فرهنگی صحیح طراحی و ارائه می‌دهد (کترین کارلاک، ۲۰۱۵)

نتیجه: در تمامی پیشینه‌های مطالعه شده از منابع علمی که به بخشی از آن اشاره شد، نهاد خانواده و رسانه از مهمترین نهاد های جامعه بیان شده است که نقش اساسی در روند زندگی انسانها در دنیای امروزی را ایفا می‌کنند به همین دلیل همه این پژوهشگران اهمیت بسیاری را برای این نهادها از ابعاد مختلف قائل شده‌اند. اما توجه رسانه به پرداخت سبک زندگی اسلامی- ایرانی از موضوعاتی است که طی سال‌های گذشته در تحقیقات داخلی به آن پرداخته می‌شود و این پژوهش در این حوزه گامی دیگر در تحقیقات حوزه خانواده و رسانه بنا نهاده و ضمن تحلیل بازنمایی برنامه‌های خانواده‌محور سیمای جمهوری اسلامی و استفاده از دیدگاه‌های جامعه‌شناختی به موضوع رسانه و خانواده، با تحلیل جامعه‌شناختی بازنمایی برنامه‌های خانواده‌محور سیمای جمهوری اسلامی، رویکردی جدید در عرصه رسانه و مطالعات میان رشته‌ای ارائه داده است.

1. Investigating the relationship between watching TV with demographic, physical and behavioral characteristics with parenting methods.
2. Catherine Carlock

چهارچوب نظری پژوهش

۱- رسانه و بازنمایی

رسانه به ابزارهای انتقال پیام‌ها از فرستنده یا فرستندگان به مخاطب یا مخاطبان گفته می‌شود؛ که شامل روزنامه، کتاب، رادیو، تلویزیون، ماهواره، تکنولوژی‌های نوین ارتباطات و اطلاعات و اینترنت و... است. این وسایل دارای ویژگی‌هایی مانند پیام‌گیران ناآشنا، سرعت عمل زیاد و تکثیر پیام هستند (دادگران، ۱۳۸۴: ۵۶). در این میان، تلویزیون به دلیل اجماع دیگر رسانه‌های دیداری و شنیداری در ساختار خود و ارائه بیشترین نیازهای درخواستی مخاطبان، بیشترین جذب مخاطب را به خود اختصاص داده است (آمادیا و همکاران، ۱۹۹۲، به نقل از حسینی و همکاران، ۱۳۸۸: ۵). استوارت هال^۲ (۱۹۳۲) بازنمایی را به معنای استفاده از زبان برای گفتن چیزی معنادار یا برای نمایش دادن جهان معنا دار به افراد دیگر تعریف می‌کند (هال، ۱۳۹۶: ۳۵-۴۰). فرایندی که رسانه به ما اجازه تفسیر جهان یا واقعیت خارج را می‌دهد، بازنمایی نامیده می‌شود (بروجردی و دیگران، ۱۳۹۸: ۱۹۳). هال انواع رویکردهای بازنمایی را به سه دسته تقسیم می‌کند: رویکرد انعکاسی^۳ بر این باور است که دوربین در حال نشان دادن واقعیت است و واقعیت را منعکس می‌کند. تلویزیون مانند یک آینه، بازتاب معنای صحیح و دقیقاً منطبق با جهان است؛ (هال، ۱۹۹۷: ۲۴) رویکرد ارادی^۴ یا تعمدی بر عکس نظریه انعکاسی، هیچ عمل انعکاسی از جهان بیرونی وجود ندارد و آنچه دوربین نشان می‌دهد اراده و نیت پنهانی است که پشت تصاویر وجود دارد. دوربین واقعیت را منعکس نمی‌کند، بلکه نمایشی از واقعیت است. (بروجردی و دیگران، ۱۳۹۸: ۱۹۴) و رویکرد برساختی^۵ ویژگی اجتماعی زبان را به رسمیت می‌شناسد و برخلاف دو رویکرد بازتابی و تعمدی، معتقدست که معنا یک امر بازتابی یا تحمیلی نیست، اشیاء به خودی خود فاقد معنا هستند؛ این

1. Amadio
2. Stuart Hall
3. Reflective approach
4. Voluntary approach
5. Constructive approach

ما هستیم که معنا را می‌سازیم (وب، ۲۰۰۹: ۲۶).

در این میان رویکرد بازنمایی تلویزیون جمهوری اسلامی با بهره‌گیری از سیاست‌گذاری‌های سلبی از بازنمایی‌های رسانه‌ای رقیب و معارض، ممانعت به عمل آورده است و در برنامه‌های مختلف شامل فیلم‌ها، برنامه‌های کودک و نوجوان، اخبار و غیره تلاش می‌کند گفتمان‌های دیگر را به حاشیه براند و از نقطه‌نظر گفتمان ایجابی انقلاب اسلامی برخی از معانی و مفاهیم خود را از طریق رسانه تثبیت کند که البته امروزه با گسترش وسایل ارتباط جمعی در صورتی که نتوان آن را کنترل کرد، زمینه برای بروز تعارضات فرهنگی واجتماعی فراهم می‌شود (نظری و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۱).

۲- خانواده و سبک زندگی

خانواده

در زبان فارسی، خانواده به معنای خاندان، دودمان، اهل و عیال و خانه و اسباب خانه، خویشان، دولت و ثروت، مخصوصاً ثروت موروثی قابل حمل است (اعزاز، ۱۳۷۶: ۱۰). لویی (۱۸۸۳) می‌نویسد: «خانواده پیوندی است که با نهاد ازدواج، یعنی صورتی از روابط جنسی که مورد تصویب جامعه قرار گرفته است، مرتبط است (ساروخانی، ۱۳۷۹: ۱۳۵). مفاهیم نظری خانواده از منظر اکثر جامعه‌شناسان به ۴ دسته تعیین می‌شود: ۱) نظریه‌های فردگرایانه^۲؛ ۲) نظریه‌های کل‌گرایانه^۳ شامل نظریه^۴ کارکردگرایی و ستیز اجتماعی^۵؛ ۳) نظریه‌های تلفیقی^۶؛ و ۴) رویکرد نظری کنش متقابل نمادین^۷، یادگیری اجتماعی^۸ و فمینیستی^۹. از این رو، با توجه به رویکرد نظری نزدیک به این پژوهش در دیدگاه کارکردگرایان،

1. Loui
2. Individualistic theories
3. Holistic theories
4. Functionalism
5. Social conflict
6. Individualization
7. Theoretical approach to symbolic interaction
8. Social learning
9. Feminist

پارسونز (۱۹۰۲) خانواده را یک پاره نظام از نظام کل جامعه می‌بیند (رضایی و عبده وند، ۱۳۹۸: ۵۳). در این میان پدران همچنان خواهان تسلط بر نیروی تولید بوده و ناراضی از تغییر موقعیت زن هستند (ساروخانی، ۱۳۷۵: ۱۲۰). از سویی خانواده مدرن با رنسانس شروع و با انقلاب صنعتی ادامه یافت و در این نوع خانواده اثر متقابل میان تکنولوژی، جامعه، ساختار خانواده و ارزش‌های اجتماعی وجود دارد (پوپینو، ۱۹۸۸، به نقل از یوسف‌زاده، ۱۳۸۵). خانواده پست مدرن نیز شهرنشین است و مرزهای میان زندگی خصوصی و عمومی، کودکی و بزرگسالی از طریق تلویزیون‌ها در سطح عموم نمایش داده می‌شود و کلاس‌های موسیقی، مذاکرات تجاری و سایر کارهای شخصی بر نشستن سر میز غذا در کنار اعضای خانواده ترجیح داده می‌شود (ایلکیند، ۱۹۹۵ به نقل از یوسف‌زاده ۱۳۸۵).

سبک زندگی

آلفرد آدلر^۲ (۱۸۷۰) اولین بارسبک زندگی را مطرح کرد (کاوایانی، ۱۳۹۰: ۲۸). لیزر^۳ (۱۹۶۳) سبک زندگی را بر اساس الگوی خرید کالا تعریف می‌کند. از نگاه سویل، سبک زندگی عبارت است از هر شیوه متمایز و بنابراین قابل تشخیص زیستن (چاوشیان و ابادری، ۱۳۸۱: ۲۴). گیدنز سبک زندگی را تلاش برای شناخت مجموعه منظمی از رفتارها یا الگویی از کنش‌ها که افراد آنها را انتخاب کرده‌اند، می‌داند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۸۳). برخی نیز سبک زندگی را با «هویت» پیوند می‌زنند (شریفی، ۱۳۹۱: ۱۴۶) جورج زیمل^۴ (۱۸۵۸) معتقد است سبک زندگی، عینیت بخشی به ذهنیات در قالب اشکال شناخته شده اجتماعی است، نوعی بیان فردیت برتر و یکتایی در قالبی است که دیگری این یکتایی را درک کند (فتحی و مختاری‌پور، ۱۳۹۱: ۱۰۹).

سبک زندگی اسلامی- ایرانی

فرهنگ اسلامی ایرانی حاصل تعامل فعال و سازنده اسلام با تمدن تاریخی ایران است و هویت اسلامی ایرانی درهم تنیده، یکپارچه و تفکیک ناپذیر است (نقشه

1. Parsons
2. Alfred Adler
3. Laser
4. Georg Simmel

تحلیل جامعه شناختی بازنمایی سبک زندگی اسلامی ...

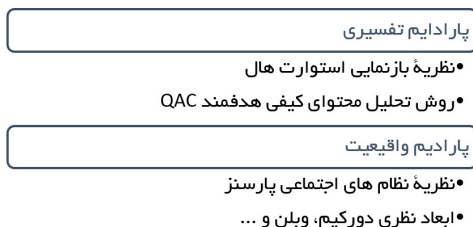
مهندسی فرهنگی کشور،^۱ ۱۳۹۲: ۲۳). همان‌طور که جهان بینی الهی و ارزش‌های کمال‌گرایانه و سعادت محورانه سبک خاصی از زندگی را شکل می‌دهند (شریفی، ۱۳۹۱: ۳۴). در این سبک از زندگی، انسان به طور طبیعی مدلی را که بیشترین هماهنگی را برای دستیابی به قرب الهی است راداراست، (افشانی و دیگران، ۱۳۹۳: ۸۳). از این منظر، اساس شاخص‌های فرهنگی، مذهبی و اجتماعی مرجع، جهت تطابق شاخص‌های استخراج شده در برنامه‌های خانواده‌محور سیمای جمهوری اسلامی را بر محور معتبرترین منبع فرهنگی کشور، نقشه مهندسی فرهنگی کشور، بنا نهاده شد. در این راستا سبک زندگی اسلامی- ایرانی دارای شاخص‌هایی است که شاخص‌های اجتماعی، فرهنگی و مذهبی را می‌توان از جمله مهمترین آنها نام برد شاخص‌های مذهبی سبک زندگی اسلامی- ایرانی شامل اعتقادات دینی جامعه، پایبندی به مناسک و شعائر دینی، نیاز به دین و ویژگی‌های اخلاقی جامعه و سلامت دینداری است، شاخص‌های فرهنگی شامل بهزیستی فرهنگی، فرهنگ اسلامی ایرانی انقلابی، نمادهای اسلامی ایرانی و مراسم و مناسبت‌های ابداعی جمهوری اسلامی ایران و فرهنگ اقوام و گویش‌های محلی و قومی و باور به زبان فارسی و شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی شامل خانواده‌محوری، ارتباطات خانواده، پایداری خانواده، مشارکت اجتماعی و اعتماد اجتماعی است که هر کدام از این شاخص‌ها چندین زیرشاخص یا زیرمفوله دارند (سرافراز و دیگران، ۱۳۹۹: ۲۲۵-۲۵۲).

درمجموع، چهارچوب نظری این پژوهش به بیان وسیع‌تر، از پارادایم تفسیری برگرفته شده است. برپایه پارادایم تفسیری نمی‌توان به قطعیت درموردپدیده‌ها نظرداد، بلکه بستگی به این داردکه افراد با چه زمینه‌ای چگونه آن را می‌بینند، چه درک و برداشتی از آن دارند. (خانکه، ۱۳۹۶: ۶۰). بر این اساس، در این پژوهش برای رسیدن به هدف پژوهش از تحلیل محتوای کیفی QCA، پارادایم تفسیری استفاده شده است و از میان ادبیات نظری مطرح شده، نظریه بازنمایی‌های رسانه‌ای هال(۱۹۳۲) که معنای استفاده از زبان برای گفتن چیزی معنادار را برای نمایش دادن جهان معنا دار به افراد دیگر تعریف می‌کند (هال، ۱۳۹۶: ۳۵-۴۰) انتخاب شد و همچنین در پارادایم واقعیت اجتماعی، کارکردگرایان معتقدند که برای تبیین

۱. شورای عالی انقلاب فرهنگی کشور بر محور جامع‌ترین و معتبر ترین منابع فرهنگی کشور، در سال ۱۳۹۲ نقشه مهندسی فرهنگی کشور و در سال ۱۳۹۹ گزارش راهبردی شاخص‌های فرهنگی کشور را ارائه داده است.

تحلیل جامعه‌شناختی بازنمایی سبک زندگی اسلامی ...

یک واقعیت اجتماعی، نشان دادن علل آن کافی نیست؛ بلکه باید عملکرد آن را در شبکه نظام اجتماعی آشکار کنیم و علت واقعیت اجتماعی، نیازهای نظام اجتماعی است که واقعیت در خدمت آن است (توسلی ۱۳۶۹، ۲۱۴) از این رو، برای تحلیل جامعه‌شناختی این پژوهش نیز از پارادایم واقعیت اجتماعی و برخی از ابعاد نظری دانشمندان حوزه جامعه‌شناختی همچون پارسنز (۱۹۰۲)، دورکیم^۲ (۱۸۵۸)، و بلن (۱۸۵۷)^۳ و دیگر نظریه‌پردازان استفاده شده است.



شکل شماره ۱؛ چهارچوب نظری تحقیق (محقق ساخته)

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش کیفی تلاشی برای معنا کاوی پدیده های اجتماعی است (اصلانی و همکاران، ۱۳۹۶). در تحقیقات کاربردی، محقق در این اندیشه است که مسئله‌ای حل شود و نتایج تحقیق به کار گرفته شود و می‌تواند از تجارب فردی و یا دیدگاه‌های نظری نشأت گیرد (خواجه امیری، ۱۳۸۹: ۱۴۷). با بیان کاربردی بودن نوع این تحقیق، روش تحلیل محتوای کیفی هدفمند QCA، روش این تحقیق است.

1. Talcott Parsons
2. Durkheim
3. Thorstein Veblen



مدل شماره ۱: مدل روش تحلیل محتوای کیفی هدفمند QCA (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰: ۲۶)

در این روش، پژوهشگران با استفاده از نظریه یا منابع، کار را با تعیین مفاهیم یا متغیرهای کلیدی بعنوان مقوله‌های کدگذاری ابداعی آغاز می‌کنند (سیه و شانون، ۲۰۰۵: ۱۲۸۱-۱۲۸۲). در مدل شماره ۱، مقوله‌بندی روش تحلیل محتوای کیفی هدفمند نشان داده شده که در آن، محقق با به‌کار بردن نظریه‌های موجود در شناسایی و مقوله بندی داده‌ها اقدام می‌کند. جامعه مورد مطالعه که به موضوع این پژوهش قرابت دارد شامل برنامه‌های خانواده‌محور شبکه یک سیما (برنامه سیمای خانواده)، شبکه دوسیمما (برنامه هزار راه نرفته) و شبکه پنج سیما (برنامه به خانه برمی‌گردیم) است که در حال حاضر نیز این برنامه‌ها همه روزه به تولید و پخش برنامه‌های خانواده‌محور با موضوع بررسی مسائل فرهنگی، اجتماعی و مذهبی خانواده در قالب‌های گفتگو محور، برنامه‌های آموزشی، هنری، سرود و پخش برنامه‌های مناسبی در ایام خاص می‌پردازند. برای نمونه گیری در طول سه ماهه پائیز ۷۵ قسمت از هر برنامه پخش شد که به دلیل حجم زیاد و محدودیت های این تحقیق، هر دو هفته یکبار تعداد یک قسمت از هر سه برنامه و در مجموع، تعداد ۱۸ برنامه مذکور مربوط به سال ۱۳۹۸ در سال ۱۳۹۹ از آرشیو شبکه‌های سیمای جمهوری اسلامی دریافت و طبق مراحل ذیل تحلیل شده است.

۱. مرحله تبدیل موضوعات و پلان‌های نمونه‌گیری شده به متن انجام شد؛

۲. در این مرحله، تحلیل محتوای کیفی هدفمند متن استخراج شده را آغاز کردیم. جمله‌ها و گفتگوهای متناسب با نظر محقق که نزدیک به مقولات

و شاخص‌های سبک زندگی ایرانی اسلامی است را به عنوان واحد معنا از متن خارج می‌کنیم؛

۳. در مرحله بعد، واحدهای معنایی به دست آمده را در دسته بندی‌های انتزاعی‌تر به زیرمقوله تبدیل کردیم؛

۴. هر دسته از زیرمقوله‌ها را با مقولات شاخص‌های سبک زندگی ایرانی اسلامی مقایسه می‌کنیم و مقوله نزدیک به آن زیرمقوله به دست آمده را در طبقه بندی جا دادیم؛

۵. در پایان، شاخص‌های سبک زندگی اسلامی- ایرانی را متناسب با مقولات و زیرمقولات خود در جداول جاگذاری شده است. این طبقه بندی‌ها مبنای تحلیل و نتیجه گیری ماست.

همچنین یکی از روش‌های تثبیت اعتماد پژوهش‌های کیفی، راهبرد ممیزی پژوهش است، ممیزی پژوهش اشاره به سازوکارهایی دارد که برای تضمین تدریجی روایی و پایایی و در نتیجه دقت علمی یک پژوهش در طی فرآیند انجام پژوهش استفاده می‌شود (دانایی فرد و همکاران ۱۳۹۸: ۲۲۲). راهبردهای مختلفی برای ممیزی پژوهش بود که مهمترین آنها حساسیت پژوهشگر، انسجام روش‌شناسی، مناسب بودن نمونه، گردآوری و تحلیل همزمان داده‌ها و اندیشیدن تئوریک است که در این پژوهش به جای آن که پس از اتمام پژوهش، قابلیت اعتماد آن بررسی شود، از راهبرد مناسب بودن نمونه در فرایند ممیزی پژوهش برای تثبیت اعتماد این پژوهش استفاده گردید به طوری که نمونه‌های جامعه مورد مطالعه، دقیقاً برنامه‌های خانواده‌محوری بود که رویکرد ترویج سبک زندگی اسلامی- ایرانی داشت. و در مورد اطمینان پذیری این تحقیق کیفی نیز از فرآیندهای ساختار یافته و سازمان‌دهی فرایندهای ساخت یافته برای ثبت، نوشتن و تفسیر داده‌ها استفاده شده است که طی ۵ مرحله توضیح داده شد. در پژوهش‌های کیفی برای رسیدن به اطمینان‌پذیری استفاده از راهکار فرایند ساخت یافته و سازمان‌دهی فرایندها برای ثبت و نوشتن تفسیرها ضروری است (عباس زاده، ۱۳۹۱: ۲۸).

یافته‌های پژوهش

یافته‌های این پژوهش، بر اساس مبانی روش کیفی هدفمند با نظریه پیش

فرض شاخص‌های اجتماعی، مذهبی و فرهنگی سبک زندگی اسلامی- ایرانی در چهارچوب نظری تحقیق طبقه‌بندی شده است که محقق به استخراج و تحلیل طبقه‌بندی این یافته‌ها و تحلیل جامعه‌شناختی شاخص‌های مهم به دست آمده، پرداخته است.

۱- شاخص اجتماعی سبک زندگی اسلامی- ایرانی پرداختی در برنامه‌های خانواده‌محور سیمای جمهوری اسلامی

طبق جدول ۱، مقولات و زیرمقولات شاخص اجتماعی سبک زندگی اسلامی- ایرانی پرداخته شده در برنامه‌های خانواده‌محور سیمای جمهوری اسلامی استخراج گردید که مبنای تحلیل است.

جدول شماره ۱: مقوله و زیرمقوله‌های شاخص اجتماعی سبک زندگی اسلامی- ایرانی پرداخت شده در برنامه‌های خانواده‌محور سیمای جمهوری اسلامی

شاخص اجتماعی		
مقوله	زیرمقوله	نمونه‌ای از واحد‌های معنایی (مرجع: جامعه‌مورد مطالعه)
۱- ارتباطات خانوادگی	۱- احترام و حمایت از والدین؛ ۲- لزوم حفظ آرامش در خانواده؛ ۳- صله رحم؛ ۴- مهر و محبت؛ ۵- تربیت صحیح کودکان؛ ۶- احترام به جایگاه و حقوق زن در خانواده؛ ۷- مهمان‌نوازی؛ ۸- احترام و درک متقابل زوجین؛ ۹- عدم مقایسه و حسرت زندگی دیگران؛ ۱۰- رعایت احترام در گفتگوهای زوجین؛ ۱۱- تعهد و پایبندی به خانواده؛ ۱۲- تساوی جایگاه زن و مرد در خانواده؛ ۱۳- حفظ علاقه و رضایت زوجین.	در مجموع در خانه آشفته حتی دارو هم تأثیری ندارد/ تصویر جوانی که در حال مساعدت به مادر و پدر سالخورده خود است/ احوال‌پرسی و صله رحم و تأکید بر دیدار و دید و بازدید/ دوستی، محبت، احترام در خانواده داروی هر دردی است/ نیاز کودکان باید مورد توجه والدین واقع شود و برطرف شود/ حمایت از زنان داریم و دغدغه‌های زنان را چگونه دیدیم/ هموطنان کردستان در مهمان‌نوازی زبازند هستند / محبت و صله ارحام را فراموش نکنید/ مهریه یک دین است، حتی بعد از مرگ/ در طب ایرانی، والدین مسئولیت دارند که زود هنگام کودکان را بخوابانند با آرامش وبا او سخن‌های سبک گویند / بازی‌های کودکان بایستی هر دو جسم و روح را درگیر نماید/ خانواده درخت و فامیل شاخ و برگ است/ حضرت علی علیه السلام: صله رحم محبت آور و دشمن خوار کن است/ در کنار عزیزان صمیمیت‌ها را بیشتر کنیم/

شاخص اجتماعی		
مقوله	زیرمقوله	نمونه‌ای از واحد های معنایی (مرجع: جامعه مورد مطالعه)
۲- خانواده محوری	۱- احترام به والدین؛ ۲- ابراز علاقه به خانواده؛ ۳- قدرشناسی از والدین؛ ۴- اهمیت نظم در خانواده؛ ۵- اهمیت نصایح والدین در خانواده؛ ۶- رضایت والدین؛ ۷- تحکیم روابط خانواده.	به پدر و مادر ها محبت کنیم/پدر و مادر ها منشاء آرامش هستند/ زحماتی که برابم کشیدی ممنونم /سلام به همه پدر و مادرها. همه دارایی ما پدر و مادرهایمان / پیامک: مهربانی را از پدرم آموختم اما دیر/ هر نظمی یک فکر درست است. وارد خانه که می‌شویم متوجه می‌شویم این خانه با نظم است/ اگر اعضای خانواده به حرف مدیر خانواده گوش نکنند، قطعاً نظم و انضباط و آرامش خانواده‌ات پیدا نخواهید کرد/ خانواده ژاپن را ببینید، در اثر داشتن نظم فوق‌العاده دنیا را فتح کردند/ اولین ایمان می‌شود منظم بودن، در خانواده، کار، ملزم به نظم باشید/ سرزنش و نصیحت‌های مادرم روی من مؤثر افتاد.
۳- مشارکت اجتماعی خانواده	۱- مشارکت در گفتگوهای خانوادگی؛ ۲- مشارکت در امور خانه؛ ۳- مشارکت در تصمیم‌گیری‌های خانواده.	تأکید به یادگیری و کسب تجربه در گفت وگوها در خانواده / در خانواده یک وقت آزاد و بحث آزاد داده شود/ همسرم مریض بود و ۳ ماه کار خانه می‌کردم/ به طور مستمر به همسرم کمک می‌کنم و همیشه این ابراز را داشتم/ هرگاه نظرات همسرمان را نادیده بگیریم اول خودمان بازنده‌ایم. بازنده در احترام، بازنده در بزرگواری، بازنده در عشق/
۴- پایداری خانواده	۱- اعتماد متقابل زوجین؛ ۲- معیارهای صحیح انتخاب همسر؛ ۳- فرزندآوری؛ ۴- اعتماد متقابل زوجین.	وقتی آدمها به هم تردید می‌کنند دلسرد می‌شوند/ فاصله طبقاتی داشتیم/ آداب آنها را خانواده من قبول نداشتند / دقت در انتخاب و ازدواج و تحقیقات مفصل قبل از ازدواج / وقتی یک انتخاب رو براساس استرس و نابسامانی انجام دادی براساس سن خاص و دیگر متغیر ها این انتخاب رو انجام دادی / وقتی وارد این انتخاب شدی بایستی درست انتخاب کنی / قبل از اینکه به ازدواج فکر کنم/ تو ذهن من این بود که معیار های خوبی داشتی/ مهربون بودی، خوش برخورد بودی، حس اعتماد داشتی و اهل زندگی و ساختن زندگی بودی و این آیتم ها رو داشتم.

در تحلیل بازنمایی برنامه سیمای خانواده، به خانه برمی‌گردیم و هزارراه نرفته، مشخص شد که این برنامه‌ها به مقوله‌های اصلی-ارتباطات خانوادگی؛ ۲- خانواده محوری؛ ۳- مشارکت اجتماعی خانواده؛ و ۴- پایداری خانواده پرداخته‌اند که در این مقوله‌ها بیشترین تنوع زیرمقوله مربوط به مقوله ارتباطات خانوادگی با ۱۳ نوع زیرمقوله و کمترین زیرمقوله به مشارکت اجتماعی به تعداد ۳ نوع زیرمقوله تعلق

دارد و مقوله خانواده محوری با ۷ نوع زیرمقوله و مقوله پایداری خانواده با ۴ نوع زیرمقوله در برنامه‌های خانواده محور سیمای جمهوری اسلامی در قالب های گفتگوی مجری با میهمانان و کارشناسان و میان برنامه‌های آموزشی و هنری به آن پرداخته شده است .

۲- شاخص مذهبی سبک زندگی اسلامی- ایرانی پرداختی در برنامه‌های خانواده محور سیمای جمهوری اسلامی

طبق جدول ۲، مقولات و زیرمقولات شاخص اقتصادی سبک زندگی اسلامی- ایرانی پرداخته شده در برنامه‌های خانواده محور سیمای جمهوری اسلامی جمع بندی شد که مبنای تحلیل است.

جدول شماره ۲: مقوله و زیرمقوله‌های شاخص مذهبی سبک زندگی اسلامی- ایرانی پرداخت شده در برنامه‌های خانواده محور سیمای جمهوری اسلامی

شاخص مذهبی		
مقوله	زیر مقوله	نمونه‌ای از واحد های معنایی (مرجع: جامعه مورد مطالعه)
۱- پابیندگی به مناسک و شعائر دینی	۱- گرایش به ائمه معصومین و پیامبر اکرم(ص)؛ ۲- استعانت از قرآن (کلام خدا) در امور زندگی؛ ۳- نیاز به دعا و نیایش؛ ۴- اعتقاد به خمس و ذکات.	تبریک عید امامت به بینندگان محترم/ تسلیت شهادت حضرت زهرا سلام الله علیها/ پخش تصاویر مناسبی: مرتبط با حرم حضرت فاطمه- معصومه(س)/ پرچم گنبد را تبرک آوردیم/ ما خوشبختیم با اینکه در حرم نیستیم، ولی امروز در کنار پرچم تبرک شدیم/ تصاویر: حرم و احادیث/ وحدت، همدلی، هم اندیشی از توصیه‌های قرآن و ما بایستی از قرآن و عترت بیاموزیم/ تصاویر از اسماء، صلوات، مدینه و آهنگ از توصیف حضرت محمد صلی الله علیه و آله / دخترهایم اگر بیدار باشند پشت پدرشون آیه‌الکرسی می‌خوانند.
۲- ویژگی‌های اخلاقی جامعه	۱- مهربانی با یکدیگر؛ ۲- بردباری و تحمل؛ ۳- خوش خلقی و گشاده رویی؛ ۴- وفای به عهد؛ ۵- خدمت خالصانه به هموع؛ ۶- نفی و تقبیح رسوم اشتباه؛ ۷- امانتداری؛ ۸- گذشت؛ ۹- دستگیری از نیازمندان.	با یکدیگر مهربانی کنیم/ در ایده های نو بایستی سختی را تحمل کرد/ هر چالش یک فرصتی برای پیشرفت است/ دعوت به صبر و گفتگو و همدردی در مشکلات/ اگر معلم بودم می گفتم بنویسید: «آمد و ماند»، «آمد و صبوری کرد» و «آمد و نرفت». / فروشنده موظف است به شما اطمینان دهد و با شما همکاری کند و در امنیت حساب مشتری همکاری کند/ هر کجاکه هستیم به دیگران محبت کنیم و به او ابراز دوستی و تبسم نمود/ سرشان بره قولشان نمیره/ خوش خلق ترین فرد زندگی من همسر من است. چون روز خواستگاری هر قولی دادند عمل کردند. / زن و شوهر ها زود جا نزنند/ بله او هیچ موقع فراموش نکرد و مدام بر سر من می زد تحملش پایین بود. / دست و دل باز و بیشتر از همه دست و دل باز/ ایشان در کار خیر هست/ تنهایی می شد در آورد و مرد اولی تنهایی نمیشد خورد!

۳-دین مداری	۱-قدردانی نعمات الهی ۲-درک حضور در محضر خداوند۳-ارتباط نزدیک با خداوند۴- تقوا	هر شیفت صبح ها با توکل از منزل بیرون میزنیم /خدای بزرگی دارم، تو فراموش نکن که بنده کوچکی داری/مهربانی را از خدا آموختم که بیمنت همه چیز در اختیارم قرار داد/عالی ترین شکل محبت متعلق به خداست و شامل همه چیز است داشته‌های ما نعمت با مهر و محبت خداوندی است و نداده‌ها حکمت است/ خیلی از قول‌ها امضا می‌شود که در صورت بدقولی قانون رسیدگی می‌کند/بسیاری از قول‌ها سند ندارد و قانون کاری نمیتواند بکند،در این دسته قول‌های بی‌سند، طرف قانونی ما خداست/ شکر نعمت نعمت افزون کند، کفر نعمت از کفایت بیرون کند/ متوجه هستیید که چون در زندگی تقوا داشتید، بردید.
۴-سلامت دینداری	۱-تقیب و مذمت فرصت‌طلبی؛ ۲-تقیب و مذمت خرافه‌پرستی؛ ۳-تقیب و مذمت دروغ‌گویی.	وای به حال جامعه‌ای که خوب بودن آدم‌ها را جای زنگ نبودن او میگذارند و ساده بودن او و بالعکس/ ضد ارزش‌ها متأسفانه در جامعه رشد نموده/ بعدها خرافات دیدم/ مام اوفاتش را برای خودش بود پیش مشاور دروغ میگفت و متناقض صحبت می‌کرد/ آنها میخواستند فرزندم را خرافاتی تربیت کنند.

در تحلیل بازنمایی برنامه‌های سیمای خانواده، به خانه برمی‌گردیم و هزارراه نرفته، مشخص شد که در مجموع این برنامه‌ها در قالب گفتگوی مجری با میهمانان و خانواده‌ها و روانشناسان و برنامه‌های آموزشی و هنری و ترانه و سرودهای مذهبی به مقوله‌های اصلی-پایبندی به مناسک و شعائر دینی؛ ۲-ویژگی‌های اخلاقی جامعه؛ ۳-دین‌مداری؛ و ۴-سلامت دینداری پرداخته‌اند که در این مقوله‌ها بیشترین پرداخت زیرمقوله مربوط به مقوله و ویژگی‌های اخلاقی جامعه با ۹ نوع زیرمقوله و مقولات پایبندی به مناسک و شعائر دینی، دین‌مداری و سلامت دینداری هر کدام به طور مساوی به ۴ نوع زیرمقوله پرداختند.

۳- شاخص فرهنگی سبک زندگی اسلامی- ایرانی پرداختی در برنامه‌های خانواده‌محور سیمای جمهوری اسلامی

طبق جدول ۳، مقولات و زیرمقولات شاخص فرهنگی سبک زندگی اسلامی- ایرانی پرداخته شده در برنامه‌های خانواده‌محور سیمای جمهوری اسلامی جمع بندی شد که مبنای تحلیل است.

جدول ۳؛ مقوله‌ها و زیرمقوله‌های شاخص فرهنگی سبک زندگی اسلامی- ایرانی پرداخت شده در برنامه‌های خانواده‌محور سیمای جمهوری اسلامی

شاخص فرهنگی		
مقوله	زیر مقوله	نمونه‌ای از واحد های معنایی (مرجع: جامعه مورد مطالعه)
۱- فرهنگ اقوام ایرانی	۱-گویش‌های اقوام؛ ۲- آداب و رسوم اقوام	ترانهٔ محلی کردکوی / یک نماهنگ به نام «آسمان» با گویش محلی مازندرانی /گیلانی‌ها فال پوست هندوانه/شیرازی‌ها فال دارند به نام فال کلونک/قزوینیها سفره‌ای دارند به نام «چره»/ تبریزی‌ها باور دارند با خوردن هندوانه بایستی سوز سرما را از خود دور کنند/پاسوجی‌ها «متیل خوانی» دارند، یعنی داستان‌های بلند افسانه‌ای/خراسان جنوبی مراسم کف زدن هدایای مراسم فال سوزن/ زنجان‌ها صله رحم را خیلی لازم می‌دانند/ لرها برنامه خاصی دارند به نام «شوی اول قاره»/ بختیاری‌ها کرد کدو تنبل را آب پز می‌کنند.
۲-نمادهای اسلامی- ایرانی	۱-آداب و رسوم ایرانی؛ ۲-غذای ایرانی؛ ۳-ادبیات، خط و زبان فارسی؛ ۴- صنایع دستی.	بخش آشپزی: ساخت مسقطی برای شب یلدا/بخش آشپزی: هویج بلو(غذای ایرانی)/منش غذا خوردن مهم است به جای فست فود و نوشابه و سرخ کردن، از آش و خورش و سوپ استفاده کنند/ غذاهایی را خودم درست می‌کنم. باغالا قاتوق، خورشت میرزا قاسمی و.../ آداب و رسوم ایرانی: نبردن حرف فامیل، نداشتن چشم و هم‌چشمی.کلاس نگذاریم، فخر نفروشیم، گوشه کنایه نداریم/ما می‌خواهیم حال شما را خوب کنیم.قصه گویی یک سنت زیبای ایرانی /حافظ خوانی میهمان برنامه (حسین اردستانی)/بهترین کتابی که خوانده‌اید اسمش چیست؟ پیامک کنید. کتاب و کتاب خوانی/ رسم‌های جدید بگذاریم و سنت جدید بگذاریم. /کتاب بخوانیم. من، او، قیدار، سلام به ابراهیم، کتاب "دا" / استاد عشق، پروفیسور حسابی-نهج‌البلاغه- زندگی نامهٔ شهید حججی.

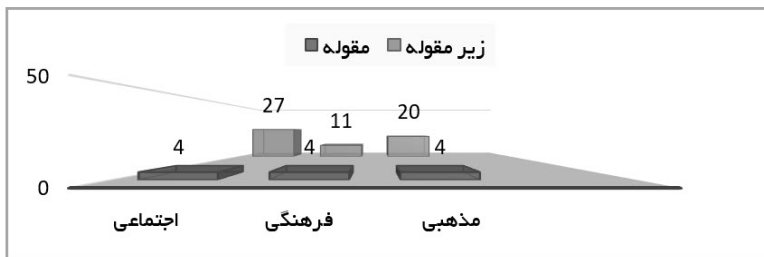
شاخص فرهنگی		
مقوله	زیر مقوله	نمونه‌ای از واحد های معنایی (مرجع: جامعه مورد مطالعه)
۳- انقلاب و دفاع مقدس	۱- ایثار و شهادت؛ ۲- وحدت و همبستگی	با ویلچر در حرم حضرت معصومه (ع) مادر شهید را جابه جا می‌کنم / سال ۱۳۸۴، ۱۵ آذر تسلیت به خانواده‌های شهدای سقوط هواپیمای ۷۰/۱۳۰ هفته وحدت رمز پیروزی است (حضرت امام ره) / باور همه اقوام این است که ایرانی هستیم در کنار هم و وحدت داریم / همبستگی قومیت‌ها با یکدیگر اهل تشیع و سنی با هم / آنقدر اشتراکات داریم که اختلافات گم است. استگبار می‌خواهد غسل را باز کند / سخن رهبر عزیز: نه شیعه انگلیسی و نه سنی آمریکایی. هدف ایجاد انسجام و حفظ وحدت بوده است / خاطرات جنگ: دو شب مانده بود به عملیات خیبر به زنگ زدن گفتند برو دو کوهه / خدا رحمت کنه شهید محسن تقی زاده پسر خالم همینجوری رفت / اینجا و شهید گمنام پسر تون شهید شده در قطعه ۵۰ دفن شد / مهدی دوباره رفت خط مقدم هر کاری از دستش بر می‌اومد می‌کرد.
۴- بهزیستی فرهنگی	۱- گرایش متعادل تنوع و مد؛ ۲- پایداری به حجاب و پوشش کامل؛ ۳- ورزش	با موضوع خیاطی مانتو و پوشش اسلامی با تنوع و به روز / به جوونا می‌گم با حجاب باشن، چادری، عروس شدن با آبرو باشن / بخش هنری ما دوخت مانتوهای پاییزی مدل کاملاً ایرانی / برنامه خیاطی و طراحی لباس. خانم‌های ایرانی برای راحت بودن در اجتماع، یک لباس بلند و گشاد و رعایت کامل حجاب پوشیده به نام «ردا» / باشگاه ورزشی داشتیم و مشاور ورزشی بانوان من را به ورزش علاقه‌مند کردند.

در تحلیل بازنمایی برنامه‌ها مشخص شد برنامه‌های «به‌خانه برمی‌گردیم»، «سیمای خانواده» و «هزارراه نرفته» در قالب برنامه‌های هنری و آموزشی و گفتگو با میهمانان و خانواده‌ها به مقوله‌های اصلی ۱- فرهنگ اقوام ایرانی؛ ۲- نمادهای اسلامی- ایرانی؛ ۳- فرهنگ انقلاب و دفاع مقدس؛ و ۴- بهزیستی فرهنگی پرداخته‌اند که در این مقوله‌ها بیشترین پرداخت زیرمقوله مربوط به مقوله نمادهای اسلامی- ایرانی با ۴ نوع زیرمقوله و مقولات فرهنگ اقوام ایرانی و فرهنگ انقلاب و دفاع مقدس هر کدام به‌طور مساوی به ۲ نوع زیرمقوله و مقوله بهزیستی فرهنگی به ۳ نوع زیرمقوله پرداخته است.

بحث و نتیجه‌گیری

سیمای جمهوری اسلامی با رویکرد بازنمایی شاخص‌های اجتماعی، مذهبی و فرهنگی سبک زندگی اسلامی- ایرانی در برنامه‌های خانواده محور از طریق آموزش و الگوسازی، پیام‌های رسانه‌ای را با محتوای آداب، اخلاق و رفتار اسلامی- ایرانی طبق نظریهٔ بازنمایی رسانه‌ای هال (۱۹۳۲) در معرض دید مخاطبان و خانواده‌های ایرانی قرار می‌دهد. در این زمینه، از قالب‌های گفتگوی مجری با میهمانان، گفتگو با زوج‌ها، میان برنامه آموزشی، هنری، ترانه و سرود، برای نمایش دادن به افراد جامعه، مقوله‌ها و زیرمقوله‌های شاخص‌های سبک زندگی اسلامی- ایرانی استفاده می‌شود. با تحلیل‌های انجام شده مشخص شد مقوله و زیرمقوله‌های استخراج شده با شاخص‌های اجتماعی، مذهبی و فرهنگی سبک زندگی اسلامی- ایرانی کاملاً همسو بوده است.

براساس اهداف تحقیق طبق اجرای روش تحلیل محتوای کیفی هدفمند با جامعه مورد مطالعه برنامه‌های خانواده‌محور سیمای جمهوری اسلامی («به خانه برمی‌گردیم»، «سیمای خانواده» و «هزارراه نرفته») تعداد ۱۲ نوع مقوله و ۵۸ نوع زیرمقولهٔ بازنمایی‌شده در برنامه‌های خانواده‌محور سیمای جمهوری اسلامی مطابق و همسو با شاخص‌های فرهنگی، مذهبی و اجتماعی سبک زندگی اسلامی- ایرانی طبق نمودار (شماره ۱) استخراج شد.



نمودار شماره ۱: فراوانی انواع مقوله و زیرمقوله‌های شاخص‌های مذهبی، فرهنگی و اجتماعی برنامه‌های خانواده‌محور

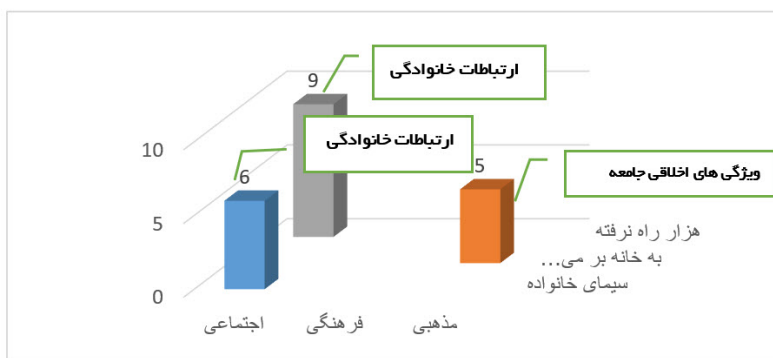
در پاسخ به اینکه کدام شاخص‌های اجتماعی سبک زندگی اسلامی- ایرانی در برنامه‌های خانواده‌محور «به خانه برمی‌گردیم»، «سیمای خانواده» و «هزارراه نرفته» پرداخته شده است، نتایج تحقیق نشان می‌دهد تعداد ۴ مقولهٔ اصلی شامل؛ ارتباطات خانوادگی (شامل زیرمقوله‌های احترام و حمایت از والدین، لزوم

حفظ آرامش در خانواده، صلح و محبت، تربیت صحیح کودکان، احترام به جایگاه و حقوق زن در خانواده، مهمان نوازی، احترام و درک متقابل زوجین، عدم مقایسه و حسرت زندگی دیگران، رعایت احترام در گفتگوهای زوجین، تعهد و پایبندی به خانواده، تساوی جایگاه زن و مرد در خانواده، حفظ علاقه و رضایت زوجین؛

۲- خانواده محوری (شامل زیرمقوله‌های احترام به والدین، ابراز علاقه به خانواده، قدرشناسی از والدین، اهمیت نظم در خانواده، اهمیت نصایح والدین در خانواده، رضایت والدین و تحکیم روابط خانواده)؛ ۳- مشارکت اجتماعی خانواده (شامل زیرمقوله‌های مشارکت در گفتگوهای خانوادگی، مشارکت در امور خانه، مشارکت در تصمیم‌گیری‌های خانواده)؛ و ۴- پایداری خانواده (شامل زیرمقوله‌های معیارهای صحیح انتخاب همسر، فرزندآوری و اعتماد متقابل زوجین) در برنامه‌های گفتگو محور سیمای جمهوری اسلامی بازنمایی وبه آن پرداخته شده است که بیشترین شاخص‌ها و مقوله‌ها نیز به شاخص‌های اجتماعی اختصاص دارد. در پاسخ به اینکه کدام شاخص‌های مذهبی سبک زندگی اسلامی- ایرانی در برنامه‌های خانواده محور «به خانه برمی‌گردیم»، «سیمای خانواده» و «هزارراه نرفته» پرداخته شده است، نتایج نشان می‌دهد سیمای جمهوری اسلامی، تعداد ۴ مقوله اصلی شامل ۱- پایبندی به مناسک و شعائر دینی (شامل زیرمقوله‌های گرایش به ائمه معصومین و پیامبر اکرم(ص)، استعانت از قرآن (کلام خدا) در امور زندگی، نیاز به دعا و نیایش، اعتقاد به خمس و ذکات)؛ ۲- ویژگی‌های اخلاقی جامعه (شامل زیرمقوله‌های مهربانی با یکدیگر، بردباری و تحمل، خوش خلقی و گشاده رویی، وفای به عهد، خدمت خالصانه به هم‌نوع، نفی و تقبیح رسوم اشتباه، امانتداری، گذشت و دستگیری از نیازمندان؛ ۳- دین‌مداری (شامل زیرمقوله‌های قدردانی نعمات الهی، درک حضور در محضر خداوند، ارتباط نزدیک با خداوند و تقوا)؛ و ۴- سلامت دینداری (شامل زیرمقوله‌های تقبیح و مذمت فرصت طلبی، تقبیح و مذمت خرافه‌پرستی، تقبیح و مذمت دروغ‌گویی، تقبیح و مذمت خرافه‌پرستی) را در برنامه‌های خانواده محور سیمای جمهوری اسلامی بازنمایی و به آن پرداخته است. در پاسخ به اینکه به کدام شاخص‌های فرهنگی سبک زندگی اسلامی- ایرانی در برنامه‌های خانواده محور مزبور پرداخته شده است، نتایج نشان می‌دهد سیمای جمهوری اسلامی، تعداد ۴ مقوله اصلی شامل ۱- فرهنگ اقوام ایرانی (با

تحلیل جامعه شناختی بازنمایی سبک زندگی اسلامی ...

زیرمقوله‌های گویش‌های اقوام، آداب و رسوم اقوام؛ ۲- نمادهای اسلامی- ایرانی (با زیرمقوله‌های آداب و رسوم ایرانی، غذای ایرانی، ادبیات، خط و زبان فارسی، صنایع دستی)؛ ۳- فرهنگ انقلاب و دفاع مقدس (با زیرمقوله‌های ایثار و شهادت و وحدت و همبستگی)؛ و ۴- بهزیستی فرهنگی (با زیرمقوله‌های گرایش متعادل تنوع و مد، پایبندی به حجاب و پوشش کامل و ورزش) را در برنامه‌های خانواده‌محور سیمای جمهوری اسلامی بازنمایی و مورد توجه قرار داده است.



نمودار ۲: رویکرد پرداختی برنامه‌های خانواده‌محور براساس بیشترین فراوانی تنوع مقولات و زیرمقولات شاخص‌های اجتماعی، مذهبی و فرهنگی سبک زندگی اسلامی- ایرانی

از مجموع تعداد ۳ نوع شاخص، ۱۲ نوع مقوله و ۵۸ نوع زیر مقوله، شاخص اجتماعی با تعداد ۴ نوع مقوله اصلی و ۲۷ نوع زیرمقوله بیشترین شاخص پرداختی و شاخص مذهبی با ۴ مقوله و ۲۰ نوع زیرمقوله دومین شاخص پرداختی و شاخص فرهنگی نیز با ۴ مقوله اصلی و ۱۱ زیرمقوله کمترین شاخص اصلی پرداختی در برنامه‌های خانواده محور سیمای جمهوری اسلامی از منظر تعداد مقولات و زیرمقولات پرداختی مشخص شد. از سویی براساس نمودار ۲ می‌توان نتیجه گرفت که در برنامه هزار راه نرفته، رویکرد پرداخت به مقوله ارتباطات خانوادگی شاخص اجتماعی با تعداد ۹ نوع زیرمقوله، در برنامه به خانه برمی‌گردیم، رویکرد پرداخت به مقوله ویژگی‌های اخلاقی جامعه شاخص مذهبی با تعداد ۵ زیرمقوله و در برنامه سیمای خانواده، مقوله ارتباطات خانوادگی شاخص اجتماعی با تعداد ۶ نوع زیرمقوله، دارای بیشترین اهمیت است که این زیر مقولات، مقولات و شاخص‌ها

در این برنامه‌ها در قالب اصلی گفتگو با کارشناس و میهمانان و دیگر قالب‌ها مانند ترانه و سرود، میان برنامه، برنامه هنری، برنامه آشپزی، گزارش، تصاویر با دکلمه بازنمایی و به آن پرداخته شده است. همچنین از منظر ابعاد تحلیل جامعه‌شناختی، رویکرد رسانه‌ای سیمای جمهوری اسلامی در بازنمایی شاخص‌های سبک زندگی اسلامی- ایرانی در حوزه دو نهاد مهم خانواده و دین با وجود برخی واقعیت‌های اجتماعی قابل تحلیل است که به آن می‌پردازیم. براساس یافته‌های تحقیق، آنچه دغدغه سیاست‌گذاران رسانه ملی در حوزه سبک زندگی اسلامی- ایرانی است، رویکرد اشاعه و ترویج شاخص‌های اجتماعی سبک زندگی اسلامی- ایرانی و معطوف ساختن توجه خانواده اسلامی- ایرانی به مجموعه‌ای از مسائل و موضوعاتی همچون پایداری خانواده، مشارکت اجتماعی، خانواده محوری و ارتباطات خانوادگی است که برخی از این مقولات براساس آمارهای رسمی کشور در حال گذار و دستخوش تغییرات اساسی است.

آمارها حاکی از آن است که میزان طلاق در کشور در سال ۱۳۹۵ به طور چشمگیری افزایش یافته است (درگاه ملی آمار، ۲۰ آبان ۱۳۹۸، ۱۴:۰۰) و روند طلاق در طول یک دهه اخیر رو به افزایش بوده است. در سال ۹۳ در برابر هر ۱۰۰ مورد ازدواج ۲۳ مورد طلاق وجود داشت، در حالی که در سال ۹۷ در برابر هر ۱۰۰ مورد ازدواج ۳۲ مورد طلاق وجود داشته است. (خبرآنلاین، ۲۱ آبان ۱۳۹۸، ۱۶:۳۰). میزان مرگ و میر ناشی از سوء مصرف مواد در طول دوره ۵ ساله ۹۷-۱۳۹۳ افزایش یافته است. همچنین ۱۵۳۰۴ نفر مرگ و میر ناشی از سوء مصرف مواد مخدر در این ۵ سال ثبت شده است (شهبازی و دیگران ۱۳۹۷، ۲۶۰). خانوارهای ایرانی در سال ۱۳۹۸ نسبت به سال ۱۳۹۰ حدود ۳۴ درصد به‌طور پیوسته با کاهش رفاه مواجه بوده‌اند (دنیای اقتصاد آنلاین، ۳۱ مرداد ۱۴۰۰، ۱۶:۰۰).

حال با دیدگاهی معطوف به شناخت و تبیین مسائل اجتماعی بایستی

مشخص شود، ریشه های اصلی آسیب های خانواده درکجاست و رویکرد رسانه ای بازنمایی شاخص های اجتماعی سبک زندگی اسلامی- ایرانی چه نقشی در آن داشته و نهاد رسانه چگونه می تواند با این مسئله مقابله کند. از این منظر، با الهام از مکتب کارکردگرایی و به طور خاص دیدگاه پارسونز به موضوع نظام ها و نهادها، بدیهی است که رسانه خود یک خرده نظام، خانواده نیز یک خرده نظام و دیگر نهادها مانند اجزای یک نظام هستند که برخورد و دیگر نظام ها مؤثر و ضامن بقای یکدیگر می باشند و ارتباط این خرده نظام ها در یک جامعه، نظیر هر نظام کنشی، درعین خودمختاری، متقابلاً به یکدیگر وابسته و تأثیر گذار هستند. با الگوگیری از مدل نظری پارسونز و با توجه به اهمیت کارکرد رسانه و دیگر نهاد های فرهنگی، دینی، اقتصادی و اجتماعی در انسجام خانواده و به ویژه مسئله اجتماعی ناپایداری خانواده، بایستی اذعان داشت که با پیش فرض نتایج این تحقیق ۲، سهم نا همسویی کارکردی دیگر نهاد های مرتبط با خانواده در وضعیت ناپایداری خانواده، اجتناب ناپذیراست. از این منظر به ارائه مدل مشارکتی این تحقیق جهت ترویج و تحکیم سبک زندگی اسلامی- ایرانی و راه حل این موضوع می پردازیم.

مشارکت رسانه	مشارکت نهاد های اقتصادی
مشارکت نهاد های فرهنگی و دینی	مشارکت نهاد های اجتماعی

مدل ۲؛ مدل مشارکتی نهادهای موثر در ترویج و تحکیم سبک زندگی اسلامی- ایرانی (محقق ساخته)

در این مدل نهادهای اجتماعی شامل نهاد خانواده و نهاد تعلیم و تربیت

۱. پارسونز چهار نوع خرده نظام اجتماعی متفاوت و در عین حال مرتبط با یکدیگر را برای جامعه قائل می شود و برای هر خرده نظام یک کارکرد در نظر می گیرد که برای حفظ و بقای یک سیستم اجتماعی لازمند. این چهار خرده نظام و کارکردشان عبارتند از: خرده نظام اقتصادی با تطابق با محیط، خرده نظام سیاسی با کارکرد دستیابی به هدف، خرده نظام فرهنگی با کارکرد حفظ الگوها و خرده نظام اجتماعی با کارکرد یکپارچگی. (کرایب، ۱۳۷۸: ۵۹)

۲. براساس یافته های تحقیق در بخش تحلیل بازنمایی، ترویج و تحکیم شاخص های فرهنگی، اجتماعی و مذهبی سبک زندگی اسلامی ایرانی خانواده در برنامه های خانواده محور سیمای جمهوری اسلامی در حال اجرا می باشد.

مهمترین نهادهای اجتماعی کننده محسوب می شوند که اجرای صحیح سبک زندگی اسلامی- ایرانی به عنوان کارکرد درونی این دو نهاد و از سویی همگنی و همراستایی کارایی این دو نهاد با دیگر نهادهای مدل، حد مطلوب مشارکتی این مدل خواهد بود. از سویی نهادهای فرهنگی و دینی از جمله حوزه های علمیه، وزارت فرهنگ و ارشاد، سازمان تبلیغات اسلامی، مؤسسات و نهادهای وابسته به شورای عالی انقلاب فرهنگی، فرهنگستان ها، سازمان های تدوین کتب و جهاد دانشگاهی و سازمان های فرهنگی و هنری شهرداری ها و دیگر نهاد های فرهنگی نیز در اجرای صحیح و دقیق سیاستگزاری های سبک زندگی اسلامی- ایرانی می بایست هم به صورت درون نهاد و همگرایی با دیگر نهادهای این مدل، ترویج و فرهنگسازی سبک زندگی اسلامی- ایرانی را به خوبی به اجرا گذارند. همچنین نهادها و سازمانهای اقتصادی از جمله وزارت امور اقتصادی و دارایی، سازمان های مالیاتی و حسابرسی، سازمان های خصوصی مالی و اقتصادی و از همه مهمتر بانک ها نیز بایست علاوه بر اجرای صحیح سیاستگذاری صحیح و دقیق اقتصاد اسلامی- ایرانی در درون این نهادها در اجرای صحیح عدالت اقتصادی با دیگر نهادهای فرهنگی، اجتماعی و رسانه، همگرا و همسو در ترویج اشاعه سبک زندگی اسلامی- ایرانی باشند.

بر اساس این مدل، بدون حضور مشارکت آمیز تمامی نهادها و دستگاههای متولی فرهنگ، اقتصاد، دین و جامعه، اقدامات نهاد رسانه با هدف آگاه سازی و رسیدن به وضعیت ثبات پایداری خانواده و خانواده محوری، بطور کامل میسر نخواهد شد و حتی ممکن است بدلیل عدم کارکرد صحیح درونی این نهادها و عدم همگنی این نهاد با یکدیگر، این وضعیت منجر به وضعیت آنومیک کارکردی دستگاهها و نهادهای فرهنگی در حوزة سبک زندگی اسلامی- ایرانی بینجامد و این آنومیک نهادی بر تک تک افراد جامعه و خانواده ها مؤثر است و آنها را با یک فرهنگ متناقض با آنچه رسانه سعی در ترویج آن دارد، روبهرو می کند.

طبق نظریه آنومی نهادی رفتارهای ضد اجتماعی تابعی
از اثرات فرهنگی و نهادی است و آنومی به این خاطر گسترش

می‌یابد که نهادهایی که می‌بایست تأکید مفرط بر موفقیت‌های مالی را کنترل کنند (خانواده و آموزش و پرورش) تضعیف شده و خود حامل ارزش‌های اقتصادی گشته اند (سیگل، ۱۹۸۸: ۱۷۷). درچنین جوامعی که اقتصاد نهاد مسلط است، ارزش‌های فرهنگی به هر وسیله ممکن توفیق اقتصادی را تشویق می‌کنند و چهار ارزش پیشرفت، فردگرایی، جهانگرایی و بت‌وارگی پول را مورد تأکید قرار می‌دهند (موفتیک، ۲۰۰۶: ۲). در صورتی که هنجارهای جامعه دچار شکستگی و گسستگی شوند، فرد دیگر قادر نیست رابطه منطقی بین خود و جامعه برقرار کند و در پیروی از قوانین، هدف‌ها و رفتارهای خود را تنظیم کند. در چنین شرایطی است که فرد دیگر ضوابطی برای رفتار خود ندارد و در حالت بی‌هنجاری و نابسامانی به‌سر می‌برد (محسنی تبریزی، ۱۳۷۰: ۵۸). از سوی، پیروی از مدرنیته، آثار و عوارض اجتماعی، فرهنگی و مذهبی گسترده‌ای برای کشور داشته است و به دلایل رشد ارزش‌های مادی و سبقت آن از ارزش‌های معنوی، پدیده مصرف‌گرایی و نمایش ثروت، تبدیل به یک مسئله اجتماعی شده است، به گونه‌ای که رهبر جمهوری اسلامی با هدف جلوگیری از ترویج فرهنگ این پدیده، سال ۱۳۸۸ را سال اصلاح الگوی مصرف نام‌گذاری کرد و تمامی دستگاه‌های اجرایی و فرهنگی کشور را موظف به برنامه‌ریزی و اقدام برای مقابله با این فرهنگ مبتنی بر مصرف کردند. و بلن معتقد است در یک فرهنگ رقابتی مبتنی بر مصرف، انسان‌ها ارزش‌شان را در مقایسه با ارزش دیگری می‌سنجند (کوزر، ۱۳۶۸: ۳۶۲) و مصرف به عنوان وسیله کسب اعتبار وجود دارد. شهرنشین‌ها می‌خواهند همواره استاندارد مصرف خود را بالا ببرند و در واقع انگیزه مصرف‌کننده این

1. Sigel

2. Mofitck

است که می‌خواهد با عرف پذیرفته شده هم‌نوایی کند و از هشدار و انتقاد دیگران نسبت به خود اجتناب ورزند (وبلن، ۱۳۸۳ : ۱۴۹). در فرهنگ مبتنی بر مصرف، افراد برای کسب و افزایش منزلت در جامعه بایستی دارایی‌ها، اوغات فراقت و داشته‌های مالی خود را به رخ دیگران بکشند و این سبک زندگی با سبک زندگی اسلامی- ایرانی که تاکید بر تقبیح خود بزرگ بینی و به رخ کشیدن داشته‌های خود به دیگران برخاسته از آداب و سنن اصیل ایرانی و متن صریح کتاب آسمانی است کاملاً مغایرت دارد. بر این اساس، با توجه به سیاست‌های کلان جمهوری اسلامی در حوزه اصلاح الگوی مصرف و پرهیز از ترویج تجمل‌گرایی و اشرافی‌گری، سهم رسانه ملی در فرهنگ سازی و القای فرهنگ اصلاح الگوی مصرف در اجرای سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف در سال ۱۳۸۸، میزان ۹۵۳۷ ساعت تولید محتوا با موضوع الگوی مصرف در قالب برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و در سال ۱۳۹۹ این میزان به ۱۲۲۱ ساعت تولید محتوا در محورهای معرفی و تبلیغ الگوهای اسلامی مطلوب مصرف، تبیین الگوی مصرف بهینه، اصلاح شیوه‌های غلط نهادینه شده، معرفی شیوه‌های مؤثر مدیریت مصرف، آموزش شیوه‌های اولویت بندی تخصیص درآمد و مصرف رسیده است (مرکز طرح و برنامه بودجه صدا و سیما، آبان ۱۴۰۰) که این روند دره سال گذشته سیر نزولی داشته است و در مقابل، رسانه‌های دیگر فرهنگ‌ها در سال‌های اخیر به روند تاثیرگذاری فرهنگ مصرف‌گرایی خود سرعت بخشیده‌اند و بدیهی است که این رقابت رسانه‌ای نابرابر در حوزه سبک زندگی اسلامی- ایرانی کارساز نیست و نیاز به افزایش تولید محتوای رسانه‌ای و همسویی دیگر نهادهای متولی الگوی مصرف با هدف افزایش سواد رسانه

۱ "هرگز به تکبر و ناز از مردم رخ متاب و در زمین با غرور و تکبر قدم بر مدار، که خدا هرگز مردم متکبر خودستا را دوست نمی‌دارد" (قرآن کریم سوره لقمان آیه ۱۸)

ای و افزایش سرمایه اجتماعی بین جامعه، رسانه و مسئولین را می طلبد که این اقدام آحاد جامعه را به اجرای صحیح الگوی مصرف و عدالت اجتماعی سوق خواهد داد. رسانه‌ها با افزایش سطح سواد رسانه ای جامعه باعث می شوند که مردم صرفاً به نیازهای واقعی خود تمرکز کنند و در عین حال سرمایه اجتماعی را با سیاست های کلان خود افزایش داده و جامعه به برنامه ریزان اقتصادی اعتماد می نمایند و وقتی این اعتماد بین مسئولین و مردم ایجاد شد مشارکت نیز انجام می‌شود و بدین ترتیب الگوی مصرف بهینه در جامعه شکل خواهد گرفت (ملکان و جوادیه، ۱۳۹۳: ۹۶).

همچنین نقش دین، شاخص‌ها و مقوله‌های وابسته به آن در سبک زندگی اسلامی- ایرانی از جمله مناسک و شعائر دینی، گرایش به بزرگان دین و توکل بخدا در همه امور در جامعه هم بلحاظ فردی موجب کمال انسان می‌شود و هم به لحاظ اجتماعی برای رسیدن جامعه به اهداف خود ایجاد التزام اخلاقی می‌کند و به افراد جامعه هویت می‌بخشد.

دورکیم اعتقاد داشت که جامعه به‌عنوان نیروی نظارت درونی باید در درون فرد حضور داشته باشد و دین یکی از نیروهای ایجاد التزام اخلاقی در برابر خواست‌های جامعه است (کوزر، ۱۳۸۶: ۱۹۸) دین برای یک گروه اجتماعی می‌تواند هویت‌بخش باشد؛ یعنی می‌تواند رابطه همبستگی را میان افراد یک گروه ایجاد کند و نوعاً هویتی که دین به یک گروه می‌دهد، هویتی فرا قومی، ملی و زبانی است. دین توانایی جمع‌نمودن اقشار مختلف را تحت هویتی خاص به نام هویت دینی دارد (اسکات وهال، ۱۳۸۲: ۱۴).

از سویی باتوجه به اهمیت لزوم آسیب شناختی نهاد دین در جامعه اسلامی- ایرانی، یکی از موضوعات بسیار مهم متوجه نهاد دین که مبانی دینی و اعتقادی

جامعه را هدف قرار داده است، پدیده سکولاریزاسیون^۱ است و ظهور و بروز این این پدیده، به کاهش نقش دین در جامعه در مقایسه با جامعه سنتی دلالت می‌کند. به نظر برابیان ویلسون^۲ (۱۹۴۲)، سکولاریزاسیون یا دنیوی‌شدن فرایندی است که طی آن وجدان دینی، فعالیت‌های دینی و نهادهای دینی اعتبار و اهمیت اجتماعی خود را از دست می‌دهند، این بدان معناست که دین در عملکرد نظام اجتماعی به حاشیه رانده می‌شود و کارکردهای اساسی در عملکرد جامعه با خارج شدن از زیر نفوذ و نظارت عواملی که اختصاصاً به امرآورای طبیعی عنایت دارند، عقلانی می‌شود (محدثی، ۱۳۸۱: ۱۲۱)

با رویکردی آسیب شناختی، علیرغم تلاش تمامی دستگاه‌ها و سازمان‌های متولی در حوزه حفظ، ترویج و تحکیم ارزش‌های دینی، امروزه ما در جامعه شاهد مدل‌های جدید فرهنگی دینی هستیم. مدل‌های فرهنگی دینی جامعه کنونی ما ترکیب پیچیده‌ای از ۳ مدل فرهنگی مدل رسوب یافته از دین، مدل مسلط و مدل فرهنگی نوظهور شده است و فرهنگ دینی ایران در حال ظهور عناصری از دین داری و سکولاریسم بطور توأمان است که در این مدل فرهنگی، افراد و نهادها برای لحظاتی دینی و لحظاتی سکولار هستند. و عوامل اصلی آن شهر نشینی، علم مدرن و تکنولوژی است (فاضلی، ۱۳۹۵: ۲۴-۲۸) از این منظر می‌توان به برخی متغیرهای اجتماعی قابل بررسی برای متولیان نهادهای دینی و رسانه اشاره نمود که تأثیر کاهشی این متغیرها بر میزان دین باوری و عملگرایی دینی جامعه اجتناب ناپذیری باشند. افزایش فاصله طبقاتی، افزایش منزلت تجملگرایی، کاهش ارزش ساده زیستی، کاهش اعتماد اجتماعی، کاهش سرمایه اجتماعی، تغییر ارزش‌های نمادهای مذهبی، موضوع حجاب و موضوع تناقض در قول و عمل برخی از دین‌شناسان، از جمله این متغیرها هستند. اعتقادات پایه‌ای نگرش دانشجویان به دین مورد تأیید است اما در بعد مناسکی براساس درک و فهم خود و مغایر با دین است واز دلایل این گسست، ضعف محتوای کتب، ضعف کارشناسان دینی، ناسازگاری قول و عمل مدعیان مذهب و جوخانوادگی و محیطی است (ناصری و همکاران، ۱۳۹۵: ۷۹) در بین برخی عوامل مرتبط دینداری جوانان، میانگین بعد عملی میزان دینداری

1. Secularization

2. Brian Wilson

کتر از بعد اعتقادی مشخص شده است (خان محمدی، ۱۳۹۹: ۱۰۹)

حال با وجود چنین واقعیت‌های اجتماعی لازم است درحوزه دین و جامعه، آسیب‌شناسی‌های ملی و ارائه مدل‌های اجرایی مقابله با این آسیب‌ها با زمان‌بندی کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت به سرعت توسط دستگاه‌های فرهنگی آغاز شود چراکه حتی اگر رویکرد رسانه‌ای سیمای جمهوری اسلامی در بازنمایی شاخص‌های مذهبی سبک زندگی اسلامی- ایرانی با هدف ترویج، حفظ، اشاعه و تحکیم شاخص‌های مذهبی در جامعه بطور کامل و بدون نقص نیز انجام گردد باز هم متغیرها و دلایل این آسیب‌ها که به بخشی از آن اشاره گردید تأثیرات منفی خود را بر این نهاد بسیار حیاتی جامعه اسلامی- ایرانی خواهند گذاشت.

پیشنهاد‌های پژوهشی

۱. پیشنهاد می‌شود اهالی رسانه با رویکرد این تحقیق در حوزه بین رشته‌ای از جامعه‌شناسان، روان‌شناسان و گروه‌های معارفی و دینی برای انجام پژوهش‌های علمی بین رشته‌ای استقبال کنند و با ورود جامعه‌شناسان و روان‌شناسان و گروه‌های معارفی به حوزه علمی رسانه، شعاع دایره یافته‌های علمی تخصصی حوزه رسانه و خانواده را گسترده‌تر کنند
۲. نمونه مطابقت برنامه‌های خانواده‌محور سیمای جمهوری اسلامی با شاخص‌های اسلامی- ایرانی انجام شده این تحقیق در ارزیابی برنامه‌های خانواده‌محور نمایشی و سریالی صدا و سیما صورت پذیرد.
۳. تکمیل هدفمند و نقطه به نقطه شاخص‌های فرهنگی کشور در حوزه سبک زندگی اسلامی- ایرانی و ارائه راهکارهای اجرایی با ایجاد کارگروه‌های علمی و اجرایی در سطح مدیریت کلان کشور.
۴. آسیب‌شناسی رسانه درحوزه توفیقات و عدم توفیقات رسانه در اجرای دقیق منویات رهبر جمهوری اسلامی ایران در حوزه سبک زندگی اسلامی- ایرانی.

فهرست منابع

۱. اسکات، جولی؛ و هال، آیرین (۱۳۸۲). *دین و جامعه‌شناسی*، (مترجم: افسانه نجاریان)، تهران، نشر ریش.
۲. اصلانی، زهرا؛ ازکیا، مصطفی؛ زنجانی، حبیب‌الله (۱۳۹۶). بررسی عوامل موثر بر مصرف انرژی (برق) خانوار شهری با رهیافت نظریه بنیانی (مورد مطالعه: منطقه ۵ شهر تهران) پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، پرتال جامع علوم انسانی.
۳. اعزازی شهلا (۱۳۷۶). *جامعه‌شناسی خانواده*، تهران، روشنگران و مطالعات زنان، چاپ اول، ۱۳۷۶.
۴. افشانی، سید علیرضا؛ و دیگران (۱۳۹۳). بررسی رابطه سبک زندگی اسلامی با سلامت اجتماعی مردم شهر یزد، *دوفصلنامه علمی پژوهشی مطالعات اسلام و روان‌شناسی*، سال هشتم، شماره ۱۴، صص ۸۳ - ۱۰۳.
۵. ایمان، محمد تقی؛ و نوشادی، محمود رضا (۱۳۹۰). تحلیل محتوای کیفی، فصلنامه پژوهش، سال سوم، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۰، صص ۴۴-۱۵.
۶. بروجردی علوی، مهدخت؛ مهدی زاده طالشی، سیدمحمد؛ شاکری نژاد، محسن (۱۳۹۸). بازنمایی زنان چادری در سریال‌های تلویزیونی ایران، فصلنامه علمی رسانه‌های دیداری و شنیداری، دوره ۳۱، شماره ۲۹، بهار ۱۳۹۹، صص ۱۸۳-۲۰۷.
۷. پدرام، طاهره (۱۳۹۵). *آسیب‌شناسی تأثیرات رسانه‌های جمعی بر خانواده*، دومین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه‌ریزی فرهنگی اجتماعی ایران، قم، مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی.
۸. دادگران، سید محمد (۱۳۸۴). *مبانی ارتباط جمعی*، تهران: نشر مروارید و فیروزه، چاپ هشتم. ۱۳۸۴.
۹. تقوی، مرضیه (۱۳۹۷). *بازنمایی سبک زندگی ایرانی اسلامی در برنامه‌های صدای ج.ا.ا. برنامه خانه و خانواده شبکه یک*، پایان نامه کارشناسی ارشد،

- دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال.
۱۰. حسینی، مریم (۱۳۹۴). *بازنمایی خانواده در سریال تلویزیونی «هفت سنگ» و مقایسه‌ی آن با الگوی مطلوب خانواده ایرانی اسلامی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه سوره، دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی.
۱۱. خان محمدی، احسان؛ و مرادی، رامین (۱۳۹۹). بررسی وضعیت دینداری جوانان شهر سرپل ذهاب و برخی عوامل مرتبط با آن، *مجله علمی کاربردی دانشگاه اصفهان*، جامعه‌شناسی کاربردی سال سی و یکم، شماره پیاپی (۷۷) شماره اول، بهار ۱۳۹۹، صص ۱۰۹-۱۳۲.
۱۲. *خبرآنلاین*، وضعیت ازدواج و طلاق در ایران، برگرفته از آدرس اینترنتی <https://www.khabaronline.ir/photo> ۱۳۲۰۳۲۶
۱۳. دانایی‌فرد، حسن؛ الوانی، سیدمهدی؛ و آذر، عادل (۱۳۹۸). *روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع*، نشرصفا، چاپ ششم.
۱۴. رضایی، حمید؛ و ظاهری عبده‌وند، ابراهیم (۱۳۹۸). تحلیل تحولات خانواده ایرانی در منتخبی از رمان‌های فارسی براساس نظریه تضاد، *فصلنامه علمی پژوهش زبان و ادبیات فارسی*، پاییز ۹۸، صص ۴۵-۷۳.
۱۵. *روزنامه دنیای اقتصاد آنلاین*، شماره ۵۲۴۵، شماره خبر: ۳۷۹۱۴۱۸، تاریخ ۱۴۰۰/۵/۳۱، برگرفته از آدرس اینترنتی بخش سیاستگذاری، نمای نزدیک از خط فقر، / <https://donya-e-eqtasad.com>.
۱۶. ساروخانی، باقر (۱۳۷۵). *جامعه‌شناسی خانواده*، تهران: نشر سروش. ۱۳۷۵.
۱۷. ساروخانی باقر (۱۳۷۹). *مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی خانواده*، تهران، سروش، ۱۳۷۹، چاپ سوم.
۱۸. سورین، ورنر؛ و تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). *نظریه‌های ارتباطات*، (مترجم: علیرضا دهقان)، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۱، چاپ سوم.
۱۹. شریفی، احمد حسین (۱۳۹۱). *سبک زندگی به عنوان شاخصی برای ارزیابی سطح ایمان*، *مجله معرفت فرهنگی اجتماعی*، سال سوم، شماره ۳، صص ۴۹-۶۲.

۲۰. شهبازی، فاطمه؛ میرترابی، داوود؛ قدیرزاده، محمدرضا؛ و هاشمی نظری، سیدسعید (۱۳۹۷). بررسی میزان مرگ و میر ناشی از سوء مصرف مواد مخدر و روند پنج ساله آن در ایران (سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶). فصلنامه اعتیاد و سلامت، پاییز ۱۳۹۷، دوره ۱۰، شماره ۴، صص ۲۶۰-۲۶۸.
۲۱. عباس زاده محمد (۱۳۹۱). تأملی بر اعتبار و پایایی در تحقیقات کیفی، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۳، شماره پیاپی (۴۵) شماره اول، بهار ۱۳۹۱، صص ۱۹-۳۴.
۲۲. فاضلی نعمت الله (۱۳۹۵). آیا فرهنگ ایران امروز سکولار است؟ منظر انسان‌شناسی شناختی، فصلنامه علمی-ترویجی جامعه، فرهنگ و رسانه / سال پنجم / شماره بیستم / پاییز ۱۳۹۵، صص ۱۲-۲۸.
۲۳. قرآن کریم، مترجم الهی قمشه ای، ناشر: همگرا، چاپ اول، زمستان ۱۳۸۹.
۲۴. کاویانی، محمد (۱۳۹۰). کمی سازی و سنجش سبک زندگی اسلامی، مجله روان‌شناسی دین، سال چهارم.
۲۵. کجباف، محمدباقر؛ و دیگران (۱۳۹۰). رابطه سبک زندگی اسلامی با شادکامی در رضایت از زندگی دانشجویان شهر اصفهان، مجله روان‌شناسی و دین، سال چهارم، شماره ۴، صص ۶۱ - ۷۴.
۲۶. کرایب، بیان (۱۳۷۸). نظریه اجتماعی مدرن از پارسونز تا هابرماس، (مترجم: عباس مخبر)، تهران، آگاه، ۱۳۷۸.
۲۷. کوزر، لوئیس (۱۳۸۶). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی، (مترجم: محسن ثلاثی)، تهران: انتشارات علمی. لهسائی زاده.
۲۸. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۱). جامعه‌شناسی، (مترجم: منوچهر صبوری)، تهران: نشرنی.
۲۹. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی، (مترجم: منوچهر صبوری)، تهران: نشرنی.
۳۰. محدثی، حسن (۱۳۸۱). دین و حیات اجتماعی، دیالکتیک تغییرات، تهران،

فرهنگ و اندیشه، ۱۳۸۱، چاپ اول.

۳۱. محسنی تبریزی، علیرضا (۱۳۷۵). بیگانگی، *نامه علوم اجتماعی*، تهران: دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی، شماره دو.

۳۲. ملکان، مجید؛ جوادیه، زهره (۱۳۹۳). نقش رسانه‌ها در نهادینه‌سازی اقتصاد مقاومتی، *فصلنامه علمی وسایل ارتباط جمعی رسانه*، دوره ۲۵، شماره ۲ - شماره پیاپی ۹۵، صص ۸۸-۱۰۰.

۳۳. ناصری، میلاد؛ کاوه، فرزانه؛ و ربانی، علی (۱۳۹۵). مطالعه چگونگی نگرش دانشجویان به دین، سال بیست و هفتم، *مطالعات ملی*، شماره پیاپی ۶۴، شماره چهارم، زمستان ۹۵، صص ۷۹-۹۸.

۳۴. نظری، علی اشرف؛ حسن پور، علی؛ و گراوند، ایوب (۱۳۹۴). صدا و سیما و بازنمایی فرهنگ و هویت در جمهوری اسلامی، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۶۴، سال ۱۶، شماره ۴ سال ۱۳۹۴ صص ۲۱-۴۰.

۳۵. نقشه مهندسی فرهنگی کشور (۱۳۹۲). دبیر خانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۲.

۳۶. وبلن، تورشتاین (۱۳۸۳). *نظریه طبقه تن آسا*، (مترجم: فرهنگ ارشاد)، تهران: نشر نی.

۳۷. هال استوارت (۱۳۹۶). معنا، فرهنگ و زندگی اجتماع، (مترجم: احمد گل محمدی)، نشر نی، چاپ سوم.

۳۸. یوسفزاده، حسن (۱۳۸۵). «پیامدهای فمینیسم در خانواده غربی»، *فصلنامه کتاب زنان*، سال هشتم، شماره ۳۲، تابستان ۱۳۸۵، صص ۱۲۷-۱۲۸.

39. Hsieh, H. _ F., & Shannon, S.E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277 _ 1288.

40. Karlak Catherine) 2015(Demographic, Physical, and Behavioral Characteristics Related to Television Parenting Practices Among

Latin Parents of Preschool Theses Presented at the University of Washington Graduate School of Public Health: School of Public Health.

41. Stuart, Hall (1997) *Cultural In, Representation of Work The Publication Sage, Practice.*
42. Siegel, Larry. S (1998), *criminology west wadsworth publishing company. Signifying and Representation .*
43. Spaargaren, G., and B. VanVliet (2000) "Lifestyle, Consumption and the Environment: The Ecological Modernisation of Domestic Consumption", *Environmental Politics* (1): 50-9.
44. Mufic Iliar (2006). Advancing institutional anomie theory: a micro. *International journal of offender therapy and comparative criminology*, vol. 50. Societies"; Aldine de Gruyter; New York: 1988.
45. Webb, Jen. (2009). *Understanding Representation. London: Sage, University Press Inc, New York.*