

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۳/۰۵

تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۰/۱۷

تحلیلی بر عملکرد برنامه‌های کودک صداوسیما از دیدگاه خانواده

نوشته

سید حبیب‌الله میرغفوری *

سید کاظم میرغفوری **

مهیار کمالی سراجی ***

چکیده

امروزه تلویزیون فراگیرترین رسانه و وسیله‌ای ضروری در زندگی بشر است. اعضای خانواده، با توجه به سن خود از برنامه‌های تلویزیون بهره می‌گیرند. یکی از پرمخاطب‌ترین برنامه‌های تلویزیون گروه کودک و نوجوان است. برنامه‌های کودک می‌توانند در حوزه‌های آموزشی، سرگرمی، فرهنگی، مذهبی و ... تأثیر زیادی در شکل گرفتن شخصیت کودکان داشته باشند. در این پژوهش، پس از شناسایی شاخص‌ها، با استفاده از رویکرد تحلیل شکاف موزون به بررسی عملکرد برنامه‌های کودک صداوسیما از دیدگاه خانواده پرداخته می‌شود. جامعه آماری این پژوهش، والدین کودکان و نمونه آماری آن شامل ۳۸۸ نفر است. نتایج نشان می‌دهد که بیشترین شکاف در بُعد اقتصادی و کمترین شکاف در بُعد دینی و مذهبی برنامه‌های کودک صداوسیما وجود دارد و شاخص‌ها با بیشترین شکاف، در بین ۴۵ شاخص به ترتیب شامل تولید برنامه‌هایی در قالب حفظ حقوق شهروندی و اجتماعی، پخش برنامه‌هایی جهت کاهش خشونت بین کودکان؛ ساخت و پخش موسیقی‌های شاد متناسب با سن کودکان است.

کلیدواژه: صداوسیما؛ برنامه کودک؛ کودک و خانواده؛ تلویزیون؛ تحلیل شکاف موزون.

* دانشیار گروه مدیریت دانشگاه یزد (نویسنده مسئول) mirghafoori@yazd.ac.ir

** کارشناس ارشد مدیریت اطلاعات و فناوری دانشگاه علم و هنر یزد Skm.mir@gmail.com

*** کارشناس ارشد مدیریت دانشگاه یزد m.kamali@stu.yazd.ac.ir

تلویزیون، فراگیرترین رسانه، نقش پررنگی را در زندگی بشر امروزی ایفا می‌کند. بسیاری از محققان، تلویزیون را وسیله‌ای مؤثر در بالا بردن توانمندی‌های بشر می‌دانند؛ به همین منظور بسیاری از شبکه‌های تلویزیونی به صورت تخصصی درآمده است (Crawford, 2015). همچنین هر جامعه‌ای در گستره رسانه، هنجارها و ارزش‌های خود را در نظر می‌گیرد و به انتقال آنها به نسل‌های آینده اهتمام می‌ورزد (Vittrup, 2009). از میان رسانه‌ها، تلویزیون بیش از بقیه، زمینه را برای نزدیک شدن کودک به فضای رسانه فراهم می‌کند؛ بنابراین رها کردن کودکان در منظومه‌ای از مفاهیم متناقض که متأثر از جهان‌بینی‌های گوناگون است، نمی‌تواند تضمین‌کننده حیات فرهنگی یک ملت باشد (ودودی، ۱۳۸۶) و از طرفی در عصر رسانه‌ای کنونی، با قدرت گرفتن اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، سازمان‌های رسانه‌ای مانند صداوسیما باید عملکردی فعال و پویا داشته باشند تا بتوانند در این میدان رقابت بقای خود را تضمین کنند (صلواتیان و خوش‌بیان، ۱۳۹۷). با توجه به تغییرات محیط رسانه‌ای و تأثیرگذاری تلویزیون، به عنوان فراگیرترین رسانه در جامعه، افزایش مصرف رسانه‌ای کودکان می‌تواند فرصتی برای رشد شخصیت و استعداد کودکان و تسهیل فرایند جامعه‌پذیری آنها باشد و در عین حال باعث ایجاد تعارض و الگوگیری نامناسب در بین کودکان شود؛ همچنین بی‌توجهی به ویژگی شناختی و عاطفی کودکان می‌تواند آثار مخربی داشته باشد. بنابراین پژوهش حاضر درصدد است ضمن شناسایی شاخص‌های عملکردی شبکه‌های کودک صداوسیما به تحلیل این شبکه‌ها از دیدگاه خانواده‌ها با استفاده از رویکرد تحلیل شکاف موزون بپردازد.

پیشینه پژوهش

گرچی بندپی (۱۳۹۱) به بررسی برنامه‌های کودک تلویزیون از منظر توسعه فرهنگی و شاخص‌های آن پرداخت. خدادادی شهری (۱۳۹۱) در پژوهشی کوشیده است تا جنبه‌های مختلف برنامه‌سازی در تلویزیون و شیوه ارتباط مؤثر با کودکان را واکاوی و فرصت‌ها و تهدیدهای این رسانه تأثیرگذار را تبیین کند. احمدی و رضایی بابتدر (۱۳۹۱) به بررسی ملاحظات روان‌شناختی در تبدیل مفاهیم معنوی به فیلمنامه برای کودکان و نوجوانان پرداختند. زارعی (۱۳۹۱) به بررسی قابلیت‌های فیلم مستند در آموزش کودکان رده سنی ۳ تا ۵ سال پرداخت. کریمی و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی تهدیدها و فرصت‌های وسایل ارتباط جمعی برای کودکان و مرور تاریخ اخلاق رسانه در جهان و ایران پرداختند. خوانچه سپهر و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی انگیزه‌های کودکان در استفاده از رسانه‌ها و تعیین تأثیر متغیرهای جمعیت شناختی در استفاده کودکان از رسانه پرداختند. جلالی (۱۳۹۱) به بررسی ارتباط میان زبان و رفتار و رسانه‌ها پرداخته است. دقیقی خداهشهری (۱۳۹۳) به بررسی رابطه میان زمان تماشای برنامه‌های تلویزیون با میزان اضافه‌وزن و اضطراب کودکان

پرداختند. سلیمی کوچی و صادقی قهساره (۱۳۹۵) به بررسی رابطه بین تغییر کلیشه‌های جنسیتی در پویانمایی "باب اسفنجی" با لیبرالیسم فرهنگی و اقتصادی و به تبع آن فردگرایی و سرمایه‌داری پرداختند. مختاریان پور و صمدی (۱۳۹۶) با توجه به تأثیر و افزایش سهم تلویزیون در تربیت نسل آینده به بررسی خط‌مشی صداوسیما در حوزه برنامه‌سازی کودک و نوجوان در دوره‌های زمانی سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۳ پرداختند. کوتریس و مک‌হারدی (Skouteris & Mchardy, 2009) به بررسی تأثیر عادت‌های مختلف مشاهده تلویزیون توسط کودکان روی رفتار روزانه آنها پرداخته‌اند. لین (Lin et al. 2015) و همکاران به بررسی تأثیر تلویزیون روی ارتقاء مهارت‌های کودکان پرداختند.

چارچوب نظری

۱. برجسته‌سازی، کاشت و یادگیری اجتماعی

با توجه به اهمیت و گستردگی رسانه‌های جمعی، مسئله تأثیرپذیری مخاطب از محتوای رسانه‌ها، توجه نظریه‌پردازان مختلفی را به خود جلب کرده است؛ هرچند توافقی میان آنان وجود ندارد (Mc Quail, 2010)، اما نظریه‌های متعددی در این زمینه، به‌ویژه در مورد جامعه‌پذیری و تأثیرات درازمدت پیام مطرح کرده‌اند. از نظریه‌های موجود در مورد تأثیر رسانه بر افراد می‌توان به برجسته‌سازی، کاشت و یادگیری اجتماعی اشاره کرد. برجسته‌سازی، شیوه‌ای است که به وسیله آن رسانه‌های ارتباط جمعی می‌توانند بر اکثر مردم تأثیر بگذارند (Singer, 2018). مطابق با نظریه کاشت، تلویزیون تأثیر طولانی‌مدت کوچک، تدریجی و مستقیم اما فزاینده و مهم در مخاطبان خود به‌جای می‌گذارد (Shrum, 2017) و یادگیری اجتماعی، بر تقلید مخاطب از الگوهای رفتاری ارائه‌شده از رسانه‌های تصویری تأکید دارد. (Johnson, et al. 2017)

۲. تلویزیون و کودک

امروزه رسانه‌ها به عنوان یکی از ابزارهای اصلی انتقال و گسترش ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی در رفتار کودکان و نوجوانان نقش مهمی دارند (منتظر قائم و حاجی کاظم تهرانی، ۱۳۹۳). با توجه به نحوه و میزان تأثیرگذاری رسانه بر افراد، یکی از لوازم حیاتی در عرصه برنامه‌سازی کودک در رسانه ملی، لزوم شناسایی کودک هدف، یعنی کودک ایرانی است (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱). بهره‌مندی کودکان از تلویزیون به سه مورد اصلی تقسیم می‌شوند که نخستین مورد، اشاره به لذت مثبتی دارد که در نتیجه سرگرمی ایجاد می‌شود. دومین مورد، اشاره به استفاده اطلاعاتی از تلویزیون مثل چگونگی پوشش، رفتار و سومین مورد، اشاره به سودمندی اجتماعی به عنوان یکی از نقش‌های اصلی دارد (LemISH, 2015). کودک هنگام تماشای تلویزیون، خود را در قالب شخصیت‌های تلویزیونی می‌گنجاند و سعی می‌کند اعمال و رفتار شخصیت‌های مورد علاقه‌اش

را تقلید کند. این عمل سبب تأثیرپذیری کودک از پیام‌های منفی و مثبت برنامه‌های تلویزیونی می‌شود (Krcmar & Cingel, 2017) بنابراین برای ساخت برنامه مناسب آنها باید به فرم و محتوا توجه شود، زیرا محتوای برنامه‌های تلویزیونی وابسته به فرهنگ و ارزش‌های هر کشوری است. (خوانچه سپهر و همکاران، ۱۳۹۱)

از خصلت سرگرم‌کنندگی تلویزیون که بگذریم، تلویزیون به دلیل بُرد وسیعش، یکی از بهترین وسایل آموزشی و فرهنگی است که هم‌اکنون در اختیار کشورها و جوامع مختلف قرار دارد (Huber, et al. 2018). آموزش غیررسمی از طریق امواج تلویزیون، می‌تواند در تمام ساعات‌های شبانه‌روز شامل شیوه‌های صحیح بهداشت، حمل و نقل، ترافیک، مهارت‌های زندگی، سلامت و غیره را در برگیرد و در بهبود وضع جامعه مؤثر باشد (Diergarten, et al. 2017). کودکان بیشتر تلویزیون را برای سرگرمی تماشا می‌کنند ولی می‌شود که از طریق تلویزیون به آنها آموزش داد. این امر با کمک فیلم‌های سرگرم‌کننده که دارای نکات آموزشی هستند تحقق می‌یابد و در واقع کودکان به شکل غیرمستقیم از آنها می‌آموزند (Lin et al., 2015) همچنین به دلیل جایگاهی که این رسانه در زندگی مردم یافته است، نادیده گرفتن آن در ترویج دین، کاری نابخردانه محسوب می‌شود. اما انتقال آموزه‌های دینی به شکل معمول مناقشه برانگیز است، اگر با خلاقیت‌های هنری جهت جذاب‌تر و جالب‌تر شدن همراه شود بستر مناسبی برای بدفهمی به وجود می‌آید، که این بستر برای کودکان مهیاتر و حساس‌تر است. (موسی پور و درتاج، ۱۳۸۷)

۴. روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از نظر جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی و از نظر ارتباط بین متغیرها از نوع همبستگی و از لحاظ زمانی، مقطعی هست. رویکرد استفاده‌شده در این پژوهش تحلیل شکاف (Gap Analysis) موزون است. در این رویکرد، پس از شناسایی عوامل مؤثر بر حوزه پژوهش، دو وضعیت برای هر عامل در نظر گرفته می‌شود. "عملکرد"، که نشان‌دهنده وضعیت موجود عامل از نظر پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه است و "اهمیت" که نشان‌دهنده وضعیت مطلوب از نظر پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه است (Jennings, 2000). برای تحلیل شکاف از آزمون تی- زوجی (Paired T - Test) و نرم‌افزار Spss و همچنین برای روایی سازه از نرم‌افزار لیزرل (LISREL) ۸/۵ استفاده شده است.

در این پژوهش ابتدا به‌وسیله مطالعه ادبیات و پژوهش‌های گذشته، عوامل استخراج، سپس از پرسشنامه جهت گردآوری داده استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش والدین کودکان است. به دلیل نامحدود بودن جامعه آماری با کمک جدول مورگان، یک نمونه آماری ۳۸۸ نفری انتخاب شده است که تعداد ۳۰۱ پرسشنامه بازگشت داده شد (۹۵/۷ درصد) و تعداد ۲۹۳ پرسشنامه صحیح برای تجزیه و تحلیل داده‌ها انتخاب شدند. برای مشاهده بخشی از پرسشنامه تحقیق شکل ۱ را اسکن کنید.



شکل ۱. QR کد پرسشنامه تحقیق

۱. روایی سازه

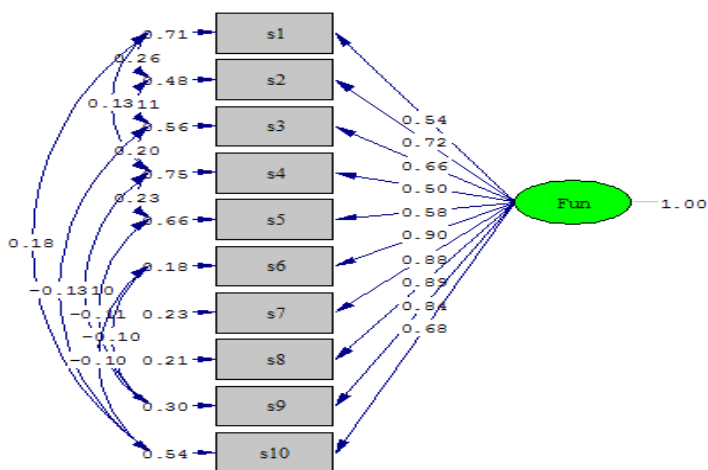
در این پژوهش از روش تحلیل عاملی تأییدی (Confirmatory Factor Analysis) برای بررسی روایی سازه استفاده شده است که در ادامه نتایج حاصل از این روش برای هر ۶ دسته از عوامل نشان داده شده است. شایان ذکر است که T بزرگتر از ۱/۹۶ (برای $P < ۰/۵۰$) و بزرگتر از ۲/۵۸ (برای $P < ۰/۰۱$) قابل قبول است.

سرگرمی و تفریحی

همان‌گونه که در شکل ۲ مشاهده می‌شود، همه شاخص‌های سنجش سازه سرگرمی و تفریحی، دارای بار عاملی به نسبت بالایی هستند. و نتایج در سطح اطمینان ۹۹ درصد از لحاظ آماری معنادار است. جدول ۱ نشان‌دهنده شاخص‌های سرگرمی و تفریحی و آماره تی مربوطه هست.

جدول ۱. شاخص‌های سرگرمی و تفریحی

Std. Error	T Statistic	اختصار	شاخص‌های سرگرمی و تفریحی
۰/۷۱۲	۸/۰۶۹	S1	ساخت فیلم‌های جذاب برای کودکان
۰/۴۸۱	۱۱/۷۰۷	S2	ساخت انیمیشن مفرح و آموزنده
۰/۵۶۱	۱۰/۴۴۷	S3	ساخت برنامه‌های جذاب مسابقه بین کودکان
۰/۷۴۸	۷/۴۲۰	S4	پخش مستندهای جذاب حیات وحش برای کودکان
۰/۶۵۹	۸/۸۷۲	S5	فانتزی بودن برنامه‌های شبکه کودک
۰/۱۴	۱۶/۲۷۴	S6	پخش اخبار متناسب با سن کودکان
۰/۲۲۹	۱۵/۷۱۰	S7	پخش موسیقی‌های شاد برای کودکان
۰/۲۰۹	۱۶/۰۴۶	S8	ساخت برنامه‌هایی که امید و خودباوری را در کودکان شکوفا می‌کنند
۰/۲۹۷	۱۴/۳۸۹	S9	پخش برنامه‌هایی در قالب پر کردن مناسب اوقات فراغت کودکان
۰/۵۴۰	۱۰/۶۶۷	S10	تولید برنامه‌هایی در قالب ورزش و تفریحات سالم



Chi-Square=43.75, df=24, P-value=0.00816, RMSEA=0.064

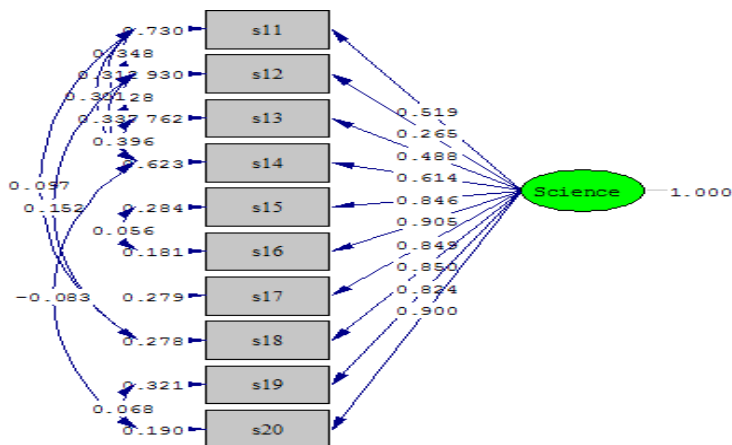
شکل ۲. بار عاملی برای شاخص‌های سرگرمی و تفریحی

علمی و آموزشی

همان گونه که در شکل ۳ مشاهده می‌شود، همه شاخص‌های سنجش سازه علمی و آموزشی دارای بار عاملی به نسبت بالایی هستند و نتایج در سطح اطمینان ۹۹ درصد از لحاظ آماری معنادار است. جدول ۲ نشان‌دهنده شاخص‌های علمی و آموزشی و آماره تی مربوطه است.

جدول ۲. شاخص‌های علمی و آموزشی

Std. Error	T Statistic	اختصار	شاخص‌های سازه علمی و آموزشی
۰/۷۳۰	۷/۶۱۹	S11	پخش منظم برنامه‌های آموزش کارآفرینی کودکان
۰/۹۳۰	۳/۷۰۷	S12	آموزش خلاقیت به کودکان در برنامه‌های جذاب
۰/۷۶۲	۷/۱۸۲	S13	آموزش هنر به کودکان در برنامه‌های جذاب
۰/۶۲۳	۹/۴۰۶	S14	آشنا ساختن کودکان با مشاغل مختلف در برنامه‌های مناسب
۰/۲۸۴	۱۴/۶۷۷	S15	پخش مستندهای علمی جهت افزایش اطلاعات عمومی کودکان
۰/۱۸۱	۱۶/۴۴۲	S16	تولید برنامه‌های آموزشی کتاب‌های درسی در قالب انیمیشن و عروسکی
۰/۲۷۹	۱۴/۸۲۸	S17	تولید برنامه‌های مفرح و جذاب جهت آموزش نکات ایمنی به کودکان
۰/۲۷۸	۱۴/۸۲۷	S18	پخش برنامه‌های تاریخی در قالب فیلم و سریال برای کودکان
۰/۳۲۱	۱۴/۰۵۲	S19	آشنا ساختن کودکان با حوادث طبیعی
۰/۱۹۰	۱۶/۲۴۶	S20	آموزش و تشویق کودکان به کتاب خواندن



Chi-Square=60.76, df=24, P-value=0.00005, RMSEA=0.072

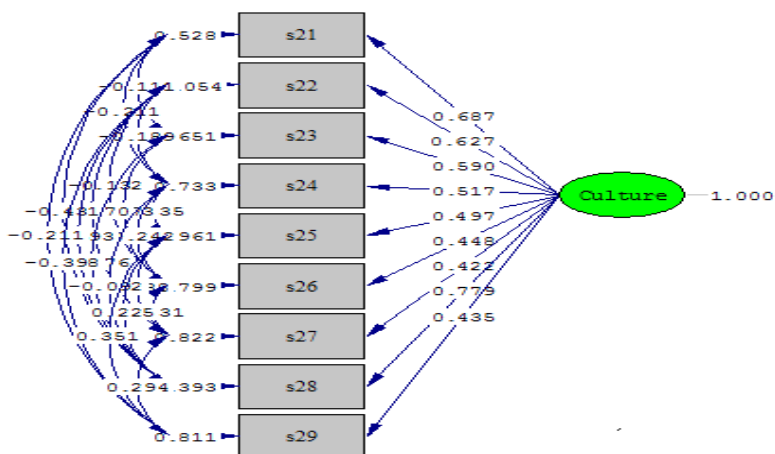
شکل ۳. بار عاملی برای شاخص‌های علمی و آموزشی

فرهنگی و تربیتی

همان‌گونه که در شکل ۴ مشاهده می‌شود، همه شاخص‌های سنجش سازه فرهنگی و تربیتی، دارای بار عاملی به نسبت بالایی هستند. نتایج در سطح اطمینان ۹۹ درصد از لحاظ آماری معنادار است. جدول ۳ نشان‌دهنده شاخص‌های فرهنگی و تربیتی و آماره‌تی مربوطه هست.

جدول ۳. شاخص‌های فرهنگی و تربیتی

Std. Error	T Statistic	اختصار	شاخص‌های فرهنگی و تربیتی
۰/۵۲۸	۹/۳۰۵	S21	نهادینه کردن احترام متقابل به بزرگ‌ترها در قالب برنامه‌های کودک
۰/۴۵۴	۱۱/۲۸۳	S22	پخش برنامه‌هایی با مضمون آداب و رسوم اصیل ایرانی
۰/۶۵۱	۸/۹۸۴	S23	ایجاد الگوی ایرانی - اسلامی در قالب برنامه‌های کودک
۰/۷۳۳	۶/۴۱۵	S24	حفظ ارزش‌های انقلاب و دفاع مقدس در قالب برنامه‌های کودک
۰/۹۶۱	۵/۳۶۲	S25	تولید برنامه‌هایی در قالب حفظ حقوق شهروندی و اجتماعی
۰/۷۹۹	۷/۲۵۱	S26	تولید برنامه‌هایی در جهت مشاوره درسی و اجتماعی به کودکان
۰/۸۲۲	۷/۰۶۵	S27	پخش برنامه‌هایی جهت کاهش خشونت بین کودکان
۰/۳۹۳	۷/۸۸۶	S28	تقویت حس میهن‌پرستی با پخش فیلم‌هایی در این مضمون
۰/۸۱۱	۶/۷۴۹	S29	آموزش نقش کودکان در خانواده



Chi-Square=10.17, df=8, P-value=0.25338, RMSEA=0.030

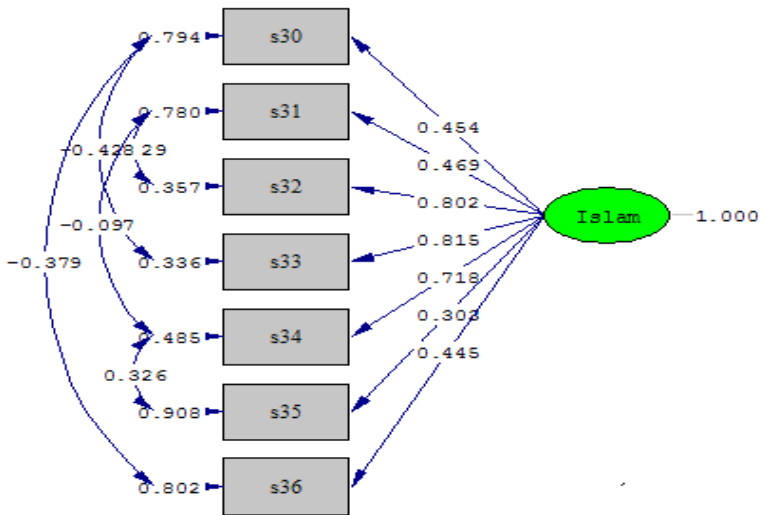
شکل ۴. بار عاملی برای شاخص‌های فرهنگی و تربیتی

دینی و مذهبی

همان گونه که در شکل ۵ مشاهده می‌شود، همه شاخص‌های سنجش سازه فرهنگی و تربیتی دارای بار عاملی به نسبت بالایی هستند. نتایج در سطح اطمینان ۹۹ درصد از لحاظ آماری معنادار است. جدول ۴ نشان‌دهنده شاخص‌های دینی و مذهبی و آماره‌تی مربوطه است.

جدول ۴. شاخص‌های دینی و مذهبی

Std. Error	T Statistic	اختصار	شاخص‌های سازه دینی و مذهبی
۰/۷۹۴	۷/۲۲۶	S30	آموزش ساده قرآن در برنامه‌های مختلف
۰/۷۸۰	۸/۳۰۸	S31	آشنا ساختن کودکان با وقایع تاریخی اسلامی در قالب برنامه‌های کودک
۰/۳۵۷	۱۵/۷۷۸	S32	آشنا ساختن کودکان با احکام در قالب برنامه‌های کودک
۰/۳۳۶	۱۵/۲۶۹	S33	آشنا ساختن کودکان با زندگی ائمه اطهار در قالب برنامه‌های کودک
۰/۴۸۵	۱۳/۶۸۶	S34	آموزش حجاب اسلامی در قالب برنامه‌های کودک
۰/۹۰۸	۵/۲۲۲	S35	آموزش مسائل ساده شرعی در قالب برنامه‌های کودک
۰/۸۰۲	۷/۳۶۷	S36	آشنا ساختن کودکان با مبحث عاشورا و رمضان در قالب برنامه‌های کودک



Chi-Square=19.10, df=9, P-value=0.02435, RMSEA=0.062

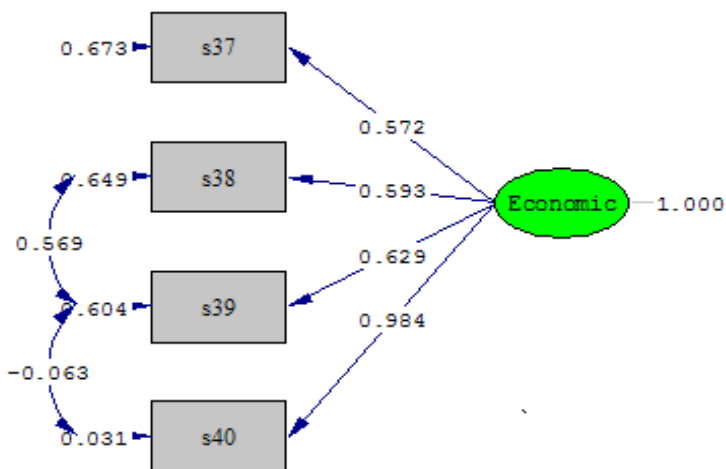
شکل ۵. بار عاملی برای شاخص‌های دینی و مذهبی

اقتصادی

همان‌گونه که در شکل ۶ مشاهده می‌شود، همه شاخص‌های سنجش سازه اقتصادی دارای بار عاملی به نسبت بالایی هستند و نتایج در سطح اطمینان ۹۹ درصد از لحاظ آماری معنادار است. جدول ۵ نشان‌دهنده شاخص‌های اقتصادی و آماره‌تی مربوطه است.

جدول ۵. شاخص‌های اقتصادی

Std. Error	T Statistic	اختصار	شاخص‌های سازه اقتصادی
۰/۶۷۳	۹/۰۸۱	S37	آموزش صرفه‌جویی در مصرف انرژی به کودکان
۰/۶۴۹	۹/۳۶۹	S38	آشنا ساختن کودکان با مفاهیم خرید، پول در برنامه‌های مناسب
۰/۶۰۴	۹/۵۳۲	S39	آموزش مفاهیم اقتصادی همانند پس‌انداز در برنامه‌های کودک
۰/۰۳۱	۱۲/۸۹۲	S40	آموزش الگوی مصرف در زندگی در قالب برنامه‌های کودک



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

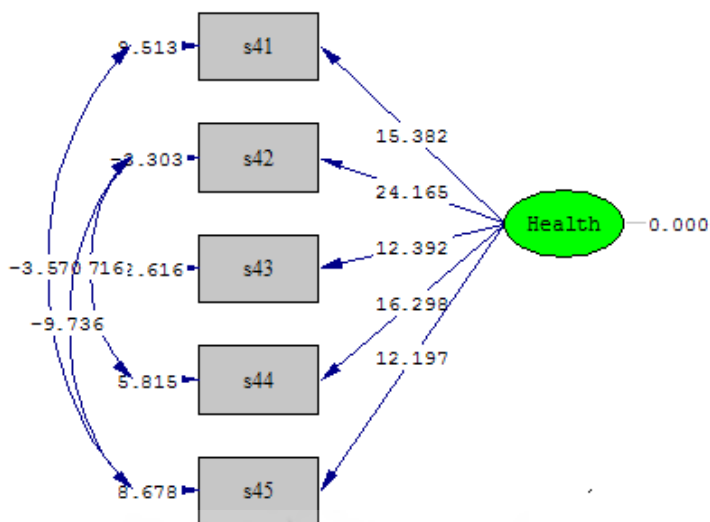
شکل ۶. بار عاملی برای شاخص‌های اقتصادی

بهداشت و سلامت

همان‌گونه که در شکل ۷ مشاهده می‌شود، همه شاخص‌های سنجش سازه بهداشت و سلامت دارای بار عاملی به نسبت بالایی هستند. نتایج در سطح اطمینان ۹۹ درصد از لحاظ آماری معنادار است. جدول ۶ نشان‌دهنده شاخص‌های بهداشت و سلامت و آماره تی مربوطه است.

جدول ۶. بار عاملی شاخص‌های بهداشت و سلامت

Std. Error	T Statistic	اختصار	شاخص‌های سازه بهداشت و سلامت
۰/۳۸۲	۱۵/۳۸۲	S41	آشنا ساختن کودکان با مسائل بهداشت فردی در قالب برنامه‌های کودک
۰/۱۷۲	۲۴/۱۶۵	S42	آشنا ساختن کودکان با غذاهای سالم و ناسالم در قالب برنامه‌های کودک
۰/۵۹۹	۱۲/۳۹۲	S43	آشنا ساختن کودکان جهت محافظت خود در برابر برخی بیماری‌ها
۰/۲۷۱	۱۶/۲۹۸	S44	آموزش کودکان به رعایت بهداشت دهان و دندان در قالب برنامه‌های کودک
۰/۴۹۷	۱۲/۱۹۷	S45	تشویق کودکان به ورزش در قالب برنامه‌های مفرح ورزشی



Chi-Square=1.08, df=2, P-value=0.58286, RMSEA=0.000

شکل ۷. بار عاملی برای شاخص‌های بهداشت و سلامت

۲. پایایی پرسشنامه

پایایی هر کدام از سازه‌ها از طریق آلفای کرونباخ بررسی شده است. جدول ۷ مقادیر آلفای کرونباخ برای هر کدام از سازه‌ها را نشان می‌دهد و با توجه به مقادیر آلفای کرونباخ بزرگتر از ۰/۷، سازگاری درونی سازه‌ها اثبات می‌شود.

جدول ۷. آلفای کرونباخ سازه‌ها

سازه	تعداد سؤال‌ها	آلفای کرونباخ
سرگرمی و تفریحی	۱۰	۰/۷۷۸
علمی و آموزشی	۱۰	۰/۷۷۳
فرهنگی و تربیتی	۹	۰/۷۹۸
دینی و مذهبی	۷	۰/۷۵۰
اقتصادی	۴	۰/۸۳۳
بهداشت و سلامت	۵	۰/۸۶۵
کل پرسشنامه	۴۵	۰/۹۰۵

یافته‌های پژوهش

در این قسمت به بررسی شکاف بین وضعیت موجود و مورد انتظار هر یک از ابعاد عملکرد کانال‌های کودک صداوسیما از دیدگاه مخاطبان پرداخته شده است. برای آزمون فرضیه هریک از ابعاد، فرضیه‌ای به شکل زیر تدوین شد و برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون تی-زوجی استفاده شده است. نتایج در جدول ۸ نشان داده شده است.

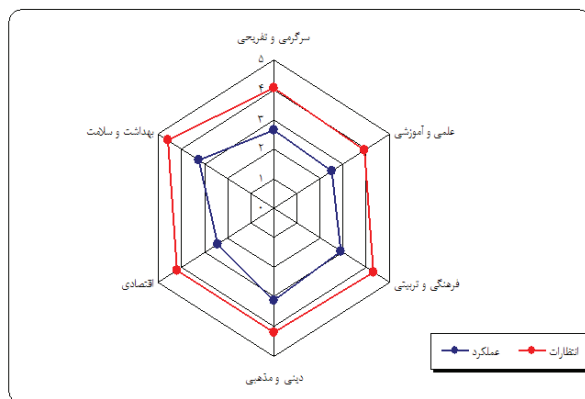
فرض صفر: بین عملکرد فعلی صداوسیما، در بُعد سرگرمی و تفریحی و انتظارها از این بُعد، از دیدگاه مخاطبان شکاف معناداری وجود ندارد.

فرض مخالف: بین عملکرد فعلی صداوسیما در بُعد سرگرمی و تفریحی و انتظارها از این بُعد، از دیدگاه مخاطبان شکاف معناداری وجود دارد.

نتایج جدول ۸ حاکی از این است که سطح معناداری برای کلیه ابعاد کمتر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرض صفر برای کلیه ابعاد در سطح معناداری ۹۵ درصد رد می‌شود. مقادیر منفی اختلاف میانگین حاکی از این است که در کلیه ابعاد، بین عملکرد صداوسیما و انتظارها از آن شکاف معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از مقایسه ابعاد در نمودار ۱ نشان داده شده است.

جدول ۸. آزمون مقایسات میانگین زوجی

سطح معناداری	درجه آزادی	آماره تی	مقایسات زوجی					
			فاصله اطمینان ۹۵ درصد است		میانگین خطای معیار	انحراف معیار	میانگین	
			حد بالا	حد پائین				
۰/۰۰۰	۲۹۲	-۵۴/۱۴۱	-۱/۳۷۲۵۰	-۱/۴۷۶۰۴	۰/۰۲۶۳۱	۰/۴۵۰۲۹	۱/۴۲۴۲۷	سرگرمی و تفریحی
۰/۰۰۰	۲۹۲	-۴۲/۲۵۹	-۱/۲۹۶۷۹	-۱/۴۲۳۴۵	۰/۰۳۳۱۹	۰/۵۵۰۹۲	۱/۳۶۰۱۱	علمی و آموزشی
۰/۰۰۰	۲۹۲	-۴۱/۹۸۶	-۱/۳۶۰۵۶	-۱/۴۹۴۳۹	۰/۰۳۴۰۰	۰/۵۸۱۹۷	۱/۴۲۷۴۷	فرهنگی و تربیتی
۰/۰۰۰	۲۹۲	-۲۲/۷۵۶	-۰/۹۸۷۷۴	-۱/۱۷۴۷۸	۰/۰۴۷۵۲	۰/۸۱۳۳۴	۱/۰۸۱۲۶	دینی و مذهبی
۰/۰۰۰	۲۹۲	-۳۹/۵۷۷	-۱/۶۲۸۹۲	-۱/۷۹۹۴۱	۰/۰۴۳۳۱	۰/۷۴۱۳۹	۱/۷۱۴۱۶	اقتصادی
۰/۰۰۰	۲۹۲	-۳۶/۰۵۰	-۱/۲۱۹۹۹	-۱/۳۶۰۸۹	۰/۰۳۵۸۰	۰/۶۱۲۷۳	۱/۲۹۰۴۴	بهداشت و سلامت
۰/۰۰۰	۲۹۲	-۵۲/۲۴۲	-۱/۳۱۵۷۹	-۰/۴۱۸۸۱	۰/۰۲۶۱۷	۰/۴۴۸۰۰	۱/۳۶۷۳۰	کل



نمودار ۱. نمودار رادار ابعاد عملکرد صداوسیما

۱. تحلیل شکاف موزون

در این بخش ابتدا با استفاده از تکنیک تاپسیس، اهمیت هر یک از شاخص‌ها تعیین می‌شود. سپس با توجه به اهمیت به دست آمده برای هر شاخص، تحلیل شکاف موزون برای آنها صورت گرفته است. لازم به ذکر است که با توجه به اینکه از نظر ۲۹۳ مخاطب جهت تعیین اهمیت ۴۵ شاخص استفاده شده، ماتریس تصمیم‌گیری به صورت ۲۹۳ در ۴۵ و نظرهای همه پاسخ‌دهندگان دارای وزن یکسان است. نتایج نهایی حاصل از تحلیل شکاف موزون شاخص‌ها در جدول ۹ نشان داده شده است.

جدول ۹. تحلیل شکاف موزون

رتبه	شکاف موزون	وزن	اهمیت	عملکرد	اختصار شاخص‌ها
۱	-۰/۰۴۷۹	۰/۰۲۷۷	۴/۴۰	۲/۶۷	S25
۲	-۰/۰۴۶۳	۰/۰۲۴۵	۴/۱۶	۲/۲۸	S27
۳	-۰/۰۴۳۴	۰/۰۲۹۰	۴/۴۹	۳	S7
۴	-۰/۰۴۲۸	۰/۰۲۵۳	۴/۳۹	۲/۷	S40
۵	-۰/۰۴۰۰	۰/۰۲۴۹	۴/۴۱	۲/۸	S28
۶	-۰/۰۳۹۶	۰/۰۲۸۷	۴/۴۱	۳/۰۳	S5
۷	-۰/۰۳۹۴	۰/۰۲۱۵	۳/۸۳	۲	S38
۸	-۰/۰۳۸۱	۰/۰۲۳۸	۳/۹۷	۲/۳۷	S1
۹	-۰/۰۳۷۷	۰/۰۲۷۵	۴/۷۰	۳/۳۳	S45
۱۰	-۰/۰۳۷۶	۰/۰۲۳۵	۳/۸۶	۲/۲۶	S2
۱۱	-۰/۰۳۷۵	۰/۰۲۰۴	۳/۸۳	۲	S39
۱۲	-۰/۰۳۷۱	۰/۰۲۴۶	۴/۴۶	۲/۹۶	S43

۱۳	--/۰.۳۵۶	./۰.۲۵۵	۴/۱۷	۲/۷۷	S8
۱۴	--/۰.۳۵۰	./۰.۲۳۵	۴/۵۶	۳/۰.۷	S37
۱۵	--/۰.۳۴۶	./۰.۲۷۴	۴/۴۷	۳/۲۱	S21
۱۶	--/۰.۳۳۵	./۰.۲۷۴	۴/۶۲	۳/۴	S44
۱۷	--/۰.۳۳۳	./۰.۲۳۷	۴/۵۴	۳/۱۴	S23
۱۸	--/۰.۳۳۳	./۰.۲۰۷	۴/۴۶	۳/۲۳	S42
۱۹	--/۰.۳۳۲	./۰.۲۴۳	۴/۵۱	۳/۱۴	S22
۲۰	--/۰.۳۱۸	./۰.۲۴۴	۳/۹۴	۲/۶۳	S15
۲۱	--/۰.۲۹۸	./۰.۱۹۹	۴/۰.۷	۲/۵۷	S26
۲۲	--/۰.۲۹۷	./۰.۲۴۰	۴/۳۰	۳/۰.۶	S9
۲۳	--/۰.۲۹۰	./۰.۲۱۸	۴/۰.	۲/۶۷	S17
۲۴	--/۰.۲۸۴	./۰.۲۱۸	۴/۱۳	۲/۸۳	S32
۲۵	--/۰.۲۸۲	./۰.۲۴۹	۴/۵۳	۳/۴	S41
۲۶	--/۰.۲۷۸	./۰.۱۹۴	۳/۷۷	۲/۳۳	S16
۲۷	--/۰.۲۶۵	./۰.۱۷۲	۳/۸۸	۲/۳۴	S14
۲۸	--/۰.۲۶۲	./۰.۱۸۷	۳/۶۷	۲/۲۴	S12
۲۹	--/۰.۲۶۱	./۰.۲۲۳	۴/۱۳	۲/۹۷	S10
۳۰	--/۰.۲۵۷	./۰.۲۴۳	۴/۴۳	۳/۳۷	S36
۳۱	--/۰.۲۵۵	./۰.۱۹۵	۴/۱۲	۲/۸۱	S3
۳۲	--/۰.۲۵۳	./۰.۱۹۱	۳/۸۱	۲/۴۸	S13
۳۳	--/۰.۲۴۲	./۰.۱۸۶	۴/۱۷	۲/۸۷	S18
۳۴	--/۰.۲۴۱	./۰.۲۳۴	۴/۲۷	۳/۲۴	S33
۳۵	--/۰.۲۴۰	./۰.۲۳۳	۴/۱۳	۳/۱	S30
۳۶	--/۰.۲۲۹	./۰.۲۲۱	۴/۰.۷	۳/۰.۳	S24
۳۷	--/۰.۲۲۵	./۰.۲۱۱	۴/۲۰	۳/۱۳	S31
۳۸	--/۰.۲۲۴	./۰.۱۸۷	۳/۹۶	۲/۷۷	S20
۳۹	--/۰.۲۱۴	./۰.۱۳۷	۳/۷۷	۲/۲۱	S6
۴۰	--/۰.۲۱۴	./۰.۱۴۹	۳/۵۴	۲/۱	S11
۴۱	--/۰.۲۱۳	./۰.۱۳۸	۳/۴۴	۱/۹	S4
۴۲	--/۰.۲۱۲	./۰.۱۹۳	۴/۰.۷	۲/۹۷	S35
۴۳	--/۰.۲۰۳	./۰.۲۱۲	۴/۱۶	۳/۲	S34
۴۴	--/۰.۱۹۴	./۰.۱۸۲	۳/۹۴	۲/۸۷	S29
۴۵	--/۰.۱۹۳	./۰.۱۴۴	۴/۰.۱	۲/۶۷	S19

بحث و نتیجه گیری

با توجه به نتایج حاصل در زمینه روایی سازه و همچنین پایایی پرسشنامه، در ابتدا متوجه نقش مهم تلویزیون در زندگی کودکان می‌شویم؛ چراکه تلویزیون با داشتن ابزارهای مختلف، در ابعاد مختلف روی زندگی افراد به‌ویژه کودکان تأثیرگذار است که این نتیجه همسو با نتایج پژوهش‌های لین و همکاران، (۲۰۱۵)؛ کوتریس و مک هاردی، (۲۰۰۹) و خوانچه سپهر و همکاران، (۱۳۹۱) است.

همچنین با توجه به نتایج جدول ۸ و نمودار ۱ می‌توان گفت، بیشترین شکاف در بُعد اقتصادی و پس از آن به ترتیب ابعاد فرهنگی و تربیتی، سرگرمی و تفریحی، علمی و آموزشی، بهداشت و سلامت و در نهایت دینی و مذهبی قرار دارد. به عبارت دیگر کمترین شکاف بین عملکرد و انتظارات از صداوسیما، در بُعد دینی و مذهبی است. نتایج به‌وضوح نشان‌دهنده خط‌مشی کلی صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران است، چراکه برای مثال در دوره دوم مدیریت آقای ضرغامی مقام معظم رهبری چهار محور دین، امید، اخلاق و آگاهی را تعریف کردند، که نتایج حاصل از این پژوهش در بُعد دینی و مذهبی، گواه عملکرد مناسب صداوسیما در خط‌مشی تعیین شده است. همچنین با توجه جایگاه دوم یعنی بُعد بهداشت و سلامت پس از بُعد دینی و مذهبی مشاهده می‌شود که مطابق با نتایج پژوهش دقیقی خداشهری (۱۳۹۳) تلویزیون بر سلامت جسمی و ذهنی کودکان مؤثر است و شکاف کم موجود در این بُعد نشان‌دهنده توجه مناسب صداوسیما در این حوزه بوده است. اما از مشاهده شکاف در دیگر ابعاد نتیجه می‌گیریم که در سیاست‌گذاری‌های کلان صداوسیما، به الگوهای ذهنی و سلاقی کودک امروزی توجه کمتری شده است که این نتیجه همسو با نتایج پژوهش مختاریان‌پور و صمدی (۱۳۹۶) است.

با توجه به جدول ۹ می‌توان شاخص‌های ابعاد مختلف را از نظر بیشترین و کمترین شکاف دسته‌بندی کرد. برای مثال در بُعد اقتصادی بیشترین شکاف در شاخص "آشنا ساختن کودکان با مفاهیم خرید، پول، در برنامه‌های مناسب کودکان" و کمترین شکاف در شاخص "آموزش صرفه‌جویی در مصرف انرژی به کودکان" است. با توجه به نتایج کلی حاصل از پژوهش، به‌خصوص جدول ۹، پیشنهاد کاربردی پژوهش حاضر در وهله نخست شناخت کودک امروزی و نیازها و سلاقی اوست، سپس با توجه به موضوع حقوق شهروندی، که یکی از موضوع‌های بسیار مهم در عصر حاضر است، پیشنهاد می‌شود که برنامه‌سازان به تولید برنامه‌هایی در قالب حفظ حقوق شهروندی و اجتماعی توجه بیشتری نشان دهند و لازم است محتوای برنامه‌ها عاری از خشونت، نژادپرستی و غیره باشد تا سلامت روحی کودکان حفظ شود و همچنین برای تأثیرگذاری بیشتر برنامه‌ها و آموزش‌ها بهتر است موسیقی شاد و فانتری متناسب با سنین کودکان ساخته و پخش شود. همچنین تلویزیون باید بکوشد تا با ساخت برنامه‌های مناسب، فرهنگ ایرانی-اسلامی را در بین کودکان نهادینه کند؛ این امر نیازمند توجه هم‌زمان به هر دو بُعد دینی و فرهنگ ایرانی است.

منابع

- جلالی، م. (۱۳۹۱)، "زبان رسانه در معبر ارتباط با کودک"، فصلنامه کودک، نوجوان و رسانه، شماره ۳.
- حسینی، س. ی.، حدادی پیشه، م.، کرباسیان، ق.، رضانی، ف.، علی پور، م. و ا. شریعتی نجف‌آبادی (۱۳۹۱)، "نقد و بررسی برنامه تلویزیونی خونه به خونه، جمعه به جمعه"، فصلنامه کودک، نوجوان و رسانه، شماره ۴.
- حدادی شهری، ن. (۱۳۹۱)، "کتاب‌شناسی کودک و رسانه"، فصلنامه کودک، نوجوان و رسانه، شماره ۴.
- خوانچه سپهر، ش.، ناصری، ع. و ا. قاضی‌زاده (۱۳۹۱)، "بررسی میزان، نحوه و انگیزه‌های استفاده کودکان از رسانه‌های سنتی و جدید (مطالعه موردی کودکان ۵ تا ۱۰ ساله شهر سنج)"، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۱۹.
- دقیقی خداهشهری، آ. و ل. بانسی (۱۳۹۳)، "رابطه میان زمان تماشای برنامه‌های تلویزیون با اضافه‌وزن و اضطراب دانش‌آموزان ابتدایی"، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۲۱.
- رضایی‌بایندر، م. ر. و ث. احمدی (۱۳۹۱)، "تلویزیون در کانون خانواده: نگاهی به اثرگذاری مثبت و منفی تلویزیون بر کارکردهای خانواده"، فصلنامه رسانه و خانواده، شماره ۲.
- زارعی، ع. (۱۳۹۱)، "بررسی قابلیت‌های فیلم مستند در آموزش کودکان"، فصلنامه کودک، نوجوان و رسانه، شماره ۳.
- سلیمی کوچی، ا. و صادقی قهساره (۱۳۹۵)، "بازنمایی تغییر کلیشه‌های جنسیتی در پویانمایی باب‌اسفنجی و رابطه آن با لیبرالیسم فرهنگی و اقتصادی"، فصلنامه رسانه، شماره ۲۷ (۳).
- صلواتیان، س. و ا. خوش‌بیان (۱۳۹۷)، "تدوین راهبردهای مطلوب برای شبکه‌های تلویزیونی استانی صداوسیما از دیدگاه مدیران رسانه ملی و کارشناسان رسانه"، فصلنامه رسانه، شماره ۲۹ (۲).
- فرجی امیری، ش. (۱۳۸۷)، "میزان انطباق محتوای برنامه‌های تلویزیونی کودک و نوجوان با اصول روانشناسی تربیتی"، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه علامه طباطبائی - دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی.
- کریمی، ر. و م. اصغر زاده (۱۳۹۱)، "کودک و رسانه: تهدیدها و فرصت‌ها"، فصلنامه کودک، نوجوان و رسانه، شماره ۴.
- گرگی بندپی، پ (۱۳۹۱)، "توسعه فرهنگی در برنامه‌های کودک سیما"، دو فصلنامه تفکر و کودک، شماره ۶.
- مختاریان پور، م. و ف. صمدی (۱۳۹۶)، "خط‌مشی‌گذاری سازمان صداوسیما در حوزه برنامه‌سازی کودک و نوجوان"، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۲۴.
- منتظر قائم، م و ف حاجی کاظم‌تهرانی (۱۳۹۳)، "سواد رسانه‌ای و شیوه‌های نظارتی مادران بر مصرف تلویزیون‌های ماهواره‌ای نوجوانان"، فصلنامه رسانه، سال بیست و پنج، شماره ۴.
- موسی‌پور، ن. ا. و ف. درتاج (۱۳۸۷)، "ارزشیابی پویانمایی‌های دینی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران"، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۱.
- دودی، ا. (۱۳۸۶)، "آثار منفی تلویزیون بر سلامت کودکان"، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۱۴.
- Crawford, G. S. (2015), *The economics of television and online video markets. Handbook of media economics. Elsevier.*
- Diergarten, A. K., Möckel, T., Nieding, G. & Ohler, P. (2017), "The impact of media literacy on children's learning from films and hypermedia", *Journal of Applied Developmental Psychology*, 48.
- Huber, B., Yeates, M., Meyer, D., Fleckhammer, L. & Kaufman, J. (2018), "The effects of screen media content

- on young children's executive functioning", *Journal of experimental child psychology*, 170.
- Jennings, M. D. (2000), "Gap analysis: concepts, methods, and recent results", *Landscape ecology*, 15.
- Johnson, P., Sakamoto, W. & Director, S. S. (2017), "Social Learning Theory", Retrieved, 25.
- Krcmar, M. & Cingel, D. P. (2017), "Do Young Children Really Learn Best from the use of Direct Address in Children's Television?", *Media Psychology*.
- Lemish, D. (2015), *Children and media: A global perspective*, John Wiley & Sons.
- Lillard, A. S., Drell, M. B., Richey, E. M., Boguszewski, K. & Smith, E. D. (2015), "Further examination of the immediate impact of television on children's executive function", *Developmental Psychology*, 51, 792.
- Lin, L.-Y., Cherng, R.-J., Chen, Y.-J., Chen, Y.-J. & Yang, H.-M. (2015), "Effects of television exposure on developmental skills among young children", *Infant behavior and development*, 38.
- MC Quail, D. (2010), *Mc Quail's mass communication theory*, Sage publications.
- Shrum, L. J. (2017), *Cultivation Theory: Effects and Underlying Processes*, The International Encyclopedia of Media Effects.
- Singer, J. B. (2018), "Transmission creep: Media effects theories and journalism studies in a digital era", *Journalism Studies*, 19.
- Skouteris, H. & Mchardy, K. (2009), "Television viewing habits and time use in Australian preschool children: An exploratory study", *Journal of Children and Media*, 3.
- Vittrup, B. (2009), "What us parents don't know about their children's Television use", *Journal of Children and Media*, 3.

