

## نقش رادیو در بازتاب مشکلات خانوادگی

● غلامرضا محمدی مهر

خانه و خانواده با سابقه طولانی، برنامه‌ای نام آشنا برای مخاطبان است. این برنامه که در قالب ترکیبی، تهیه و همه روزه از رادیو سراسری پخش می‌شود، سعی دارد تا موضوع‌ها و مسائل مختلف خانوادگی را به بحث و بررسی بگذارد. از طریق این برنامه، مخاطبان می‌توانند مسائل و مشکلات خانوادگی خود را با کارشناسان در میان بگذارند و در این موارد چاره‌جویی کنند. نکته درخور توجه این است که خانه و خانواده از این طریق، می‌تواند نقش یک «مشاور» را ایفا کند. این امر نشان‌دهنده قابلیت‌های رادیو در طرح و حل معضلات خانوادگی و اجتماعی است.

مقاله حاضر، برگرفته از نتایج پژوهشی درباره این برنامه است. در این پژوهش با روش تحلیل محتوا، به بررسی بخش‌ها و محتوای این برنامه پرداخته شده است. جامعه آماری پژوهش، تمامی برنامه‌های خانه و خانواده در فصل زمستان ۱۳۸۱ و حجم نمونه آن، ۲۸ برنامه از این مجموعه است. از اهداف مهم پژوهش، شناخت بخش‌ها و موضوع‌های مطرح شده و نیز میزان طرح معضلات و مشکلات خانوادگی و اجتماعی در این برنامه است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بیشترین مدت زمان برنامه، به بخش مصاحبه با کارشناسان اختصاص می‌یابد که درباره موضوع‌های مختلف خانوادگی و اجتماعی به بحث و اظهار نظر، پاسخ به سوالات و راهنمایی و مشاوره پرداخته می‌شود. بخش دیگری از یافته‌های پژوهش حاکی از طرح بسیاری از موضوع‌ها و معضلاتی در برنامه است که امروزه خانواده‌ها با آن روبه‌رو هستند. با وجود این، بخشی از مسائل و مشکلاتی که هم‌اکنون گریبان‌گیر خانواده‌هاست، در برنامه مطرح نمی‌شود. در این مقاله، با یافته‌های شاخص پژوهش مذکور، به بحث و بررسی در این باره پرداخته شده است.

## خانواده

انسان‌ها حیات مادی و معنوی خود را مدیون خانواده هستند. هر فرد انسانی در کانون خانواده به دنیا می‌آید و آموزش‌های لازم برای زندگی در اجتماع را، از خانواده می‌گیرد. در واقع خانواده با آموزش‌های خود، فرد را اجتماعی می‌کند و مهم‌ترین حلقه اتصالی است که فرهنگ و خوی اجتماعی را از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌دهد. در گذشته، افراد تنها از طریق خانواده، رسم و رسوم زندگی اجتماعی را می‌آموختند، ولی امروزه علاوه بر خانواده که به عنوان کانون غیررسمی اجتماعی شدن شناخته می‌شود، مراکز رسمی همچون آموزش و پرورش و وسایل ارتباط جمعی نیز در این امر دخیل‌اند. در این میان، وسایل ارتباط جمعی از اهمیت خاصی برخوردارند. نهاد آموزش و پرورش در دوره خاصی به آموزش و تربیت افراد می‌پردازد و پس از سپری شدن این دوره، افراد دیگر ارتباط مستقیمی با این نهاد ندارند، در حالی که تأثیر و آموزش‌های وسایل ارتباط جمعی به ویژه وسایل صوتی و تصویری، از بدو طفولیت افراد شروع می‌شود و تا پایان عمر ادامه می‌یابد. امروزه رادیو و تلویزیون به صورت عضوی از هر خانواده درآمده‌اند و افراد هر خانواده ساعتی از شبانه روز را به تماشای تلویزیون و شنیدن رادیو می‌گذرانند و پرواضح است که از برنامه‌های این دو رسانه تأثیر می‌پذیرند. بنابراین اعضای هر خانواده به طور خواسته یا ناخواسته تحت آموزش‌های این دو رسانه قرار می‌گیرند. پرسش این است که برنامه‌های رادیو و تلویزیون در ارتباط با خانواده‌ها می‌توانند به طرح چه مباحثی بپردازند؟ به عبارت دیگر این برنامه‌ها از چه محتوایی می‌توانند شکل بگیرند؟ این دو رسانه می‌توانند به طرح مسائل و مشکلات خانوادگی بپردازند و همچون یک مشاور خانوادگی، راه حل معضلات خانوادگی را مطرح کنند. علاوه بر جنبه‌های آموزشی و تربیتی، رادیو و تلویزیون می‌توانند در زمینه پیشرفت‌های علوم و فنون جدید، روان‌شناسی، بهداشت، تغذیه، اقتصاد، پزشکی و... به اطلاع‌رسانی بپردازند و از این رهگذر به ارتقای سطح دانش خانواده‌ها کمک کنند.

معمولاً برنامه‌های رادیو و تلویزیون در ارتباط با خانواده‌ها دو دسته‌اند: دسته اول شامل تمامی برنامه‌های تهیه شده در سازمان است که مخاطب آنها افراد و خانواده‌ها هستند و دسته دوم نیز ویژه برنامه‌هایی است که با عناوین مختلف به منظور بررسی روابط خانوادگی تهیه و پخش می‌شود. برای مثال می‌توان از برنامه‌های تلویزیونی **سیمای خانواده** و **تصویر زندگی** و برنامه رادیویی **خانه و خانواده** نام برد که صداوسیما جمهوری اسلامی ایران آنها را تولید و پخش می‌کند. همان‌گونه که گفتیم، یکی از این برنامه‌ها، برنامه رادیویی **خانه و خانواده** است. این برنامه ترکیبی، به صورت زنده و همه روزه از **رادیو سراسری** صداپخش می‌شود. هم‌اکنون (زمستان سال ۱۳۸۱) سه گروه، مسئول تهیه این برنامه هستند: گروه اجتماعی که چهار برنامه **صدای عبرت**، **مسافران خوشبختی**، **سپیدار** و **مدرسه من** را تهیه و در چهار روز از هفته (روزهای شنبه، دوشنبه، سه‌شنبه و چهارشنبه) پخش می‌کند. گروه

معارف تهیه‌کننده برنامه **معارف و خانواده** است و گروه اقتصاد که برنامه **اقتصاد خانواده** را تهیه و در روزهای یکشنبه و پنجشنبه هر هفته پخش می‌کند. این برنامه از بخش‌های متنوعی همچون: مصاحبه با کارشناسان، گزارش از سطح شهر، تماس‌های تلفنی مخاطبان، بخش نمایشی، آگهی بازرگانی و موسیقی تشکیل می‌شود.

بنا به اظهارات تهیه‌کننده محترم برنامه‌های گروه اجتماعی، برنامه **خانه و خانواده** با هدف آموزشی و تربیتی در پی آن است که خانواده‌ها با مسائل و مشکلات موجود آشنا شوند تا بهتر بتوانند در جهت رفع آن گام بردارند. در ارتباط با این برنامه، سؤال این است که تا چه حد این هدف تحقق یافته است؟ چه مطالبی در برنامه بیان می‌شود؟ کدام یک از معضلات اجتماعی و به چه میزان در برنامه مطرح می‌شوند؟ با نظری کلی ترمی توان این پرسش‌ها را در قالب این سؤال مطرح کرد که برنامه **خانه و خانواده** دارای چه محتوایی است؟ هدف کلی پژوهش مذکور، شناخت محتوای برنامه **خانه و خانواده** بوده است. با توجه به محتوای برنامه و نیز خلاصه مهم‌ترین نتایج پژوهش در این مقاله، هدف یادشده را می‌توان به این شکل بیان کرد:

شناخت بخش‌ها (آیتم‌ها)، اصلی و فرعی، موضوع‌ها و مشکلات، اهداف رسانه‌ای و شهری یا روستایی بودن مطالب عرضه شده در برنامه، مقایسه مشکلات مطرح شده در برنامه با مشکلات اجتماعی موجود از هدف‌های دیگر پژوهش بوده است.

## سوالات تحقیق

- برنامه **خانه و خانواده** از چه بخش‌هایی تشکیل می‌شود؟ مدت زمان هر بخش (آیتم) چقدر است؟

- چه تعداد از تماس‌های تلفنی برنامه از تهران و چه تعداد از شهرستان‌هاست؟

- در برنامه **خانه و خانواده** و نیز هر یک از برنامه‌های **خانه و خانواده** موضوع مطالب عرضه شده چیست و میزان آنها چقدر است؟

- در برنامه **خانه و خانواده** و نیز هر یک از برنامه‌های **خانه و خانواده** چه مشکلات و با چه میزانی مطرح شده است؟ چه میزان از مشکلات اجتماعی موجود در برنامه **خانه و خانواده** مطرح شده است؟

- در برنامه **خانه و خانواده** و نیز هر یک از برنامه‌های **خانه و خانواده** چه نوع مطالبی و با چه میزانی تولید و پخش می‌شود؟

- میزان مطالب اصلی و مطالب فرعی در برنامه **خانه و خانواده** چقدر است؟ در هر یک از برنامه‌های **خانه و خانواده** چه میزان مطالب اصلی و فرعی تولید و پخش شده است؟

- مطالب برنامه **خانه و خانواده** و نیز هر یک از برنامه‌های **خانه و خانواده** با چه اهداف رسانه‌ای و به چه میزانی عرضه شده‌اند؟

- در برنامه **خانه و خانواده** بیشتر به طرح مسائل خانوادگی شهری پرداخته می‌شود یا خانوادگی‌های روستایی؟

## چار چوب نظری

### مشاوره خانوادگی

مشاوره، یکی از ضروریات زندگی در جوامع امروزی است و به واسطه تأثیری که در حل مشکلات و مسائل مختلف زندگی فردی و اجتماعی دارد، از جایگاه مهمی برخوردار است. به غیر از مراجعه مستقیم مددجو به مراکز مشاوره، امروزه این امر از طریق تلفن، ارسال نامه و مهم تر از همه رسانه های جمعی در زمینه های مختلف از جمله مشکلات خانوادگی، ازدواج، مشاغل و... می تواند صورت گیرد. رادیو، به عنوان رسانه ای جمعی، می تواند حلقه اتصالی بین مشاور و مددجو باشد تا از این طریق بتوان به طرح و چاره جویی معضلات اجتماعی پرداخت.

### آموزش جمعیت

افزایش جمعیت، به عنوان مشکلی مزمن در جامعه ما، دیگر مشکلات اجتماعی را وسعت می بخشد و برنامه ریزی برای حل این مشکلات را ناممکن می کند. از این رو آموزش مستمر مسائل جمعیتی در جامعه مضرورت حیاتی دارد. علاوه بر موضوع هایی که بر شمرده ایم، رادیو و تلویزیون در گستره ای وسیع تر از وسایل ارتباط جمعی دیگر می توانند از طریق آموزش خانواده هاب کنترل جمعیت تأثیر گذار باشند. خانم دکتر کاظمی پور، چهار عامل را موجب کاهش زاد و ولد بر شمرده اند که یکی از این عوامل آموزش جمعیت و افزایش آگاهی های اجتماعی است. صور مختلف آموزش جمعیت عبارت از: آموزش های رسمی در مدارس و دانشگاه، آموزش های غیر رسمی در مجامع و محافل علمی و تشکل های مختلف و بالاخره آموزش عمومی از طریق وسایل ارتباط جمعی به منظور افزایش آگاهی های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی احاد جامعه برای تصمیم گیری صحیح نسبت به ابعاد خانواده خود. وسایل ارتباط جمعی به خصوص رادیو و تلویزیون با داشتن سطح پوشش در جامعه می توانند بیشترین میزان آگاهی های اجتماعی را به پیام گیران خود انتقال دهند. جان رای آرلی در این باره می گوید: «رسانه های ارتباطی چه برای این کار برنامه ریزی شده باشند و چه نشده باشند، آموزش دهنده اند؛ زیرا مردم همواره از آنها می آموزند و تأثیر می گیرند. رسانه ها فراهم آورنده دانش و تشکیل دهنده ارزش ها هستند».

همچنین درباره استمرار انتشار پیام ها و آموزش های جمعیت می نویسد:

«آگاهی های اجتماعی در یک جامعه، وقتی به صورت یک فرهنگ عمومی در می آید که به طور مستمر از طریق وسایل ارتباط جمعی و در مجامع مختلف مطرح شود».

### معضلات خانواده ها

در برنامه خانه و خانواده همواره معضلات اجتماعی مطرح می شود و از این رهگذر سعی می شود تا از طریق مشاوره و مباحث کارشناسی به چاره جویی آنها پرداخته شود. با توجه به کمیت و کیفیت معضلات خانواده ها، بدون شک نمی توان در این برنامه

به تمامی آنها پرداخت و بنابراین تنها برخی از این مشکلات، توفیق طرح و بررسی در برنامه را پیدا می کنند. به منظور مقایسه معضلات کنونی خانواده ها در جامعه ما و آنچه که در برنامه خانه و خانواده مطرح می شود، ابتدا لازم است در حد امکان و با توجه به منابع در دسترس، به طرح پاره ای از معضلات اجتماعی که خانواده ها با آن مواجه اند، پرداخته شود.

**سیر نزولی ازدواج:** «روند ازدواج های سالانه ثبت شده در ایران، از سال ۱۳۵۵ تا سال ۱۳۸۰ صعودی بوده و از ۱۶۸ هزار مورد به ۶۴۴ هزار رسیده است...»

**افزایش طلاق:** «روند طلاق های سالانه ثبت شده در ایران، از سال ۱۳۵۵ تا سال ۱۳۸۰ (به جز سال ۱۳۷۵) صعودی بوده است و در این فاصله از ۱۸۰۰۰ مورد به ۶۱۰۱۳ مورد رسیده و در واقع ۳/۴ برابر گشته است».

درباره آمار طلاق توافقی نیز در یکی از روزنامه ها آمده است: «روان شناسان معتقدند که آمار طلاق توافقی، بیش از پیش زیاد شده است و از سال ۱۳۷۰ تا سال ۱۳۷۷ رشدی بالغ بر ۷۷٪ داشته است».

**پرونده های موجود در دادگاه ها:** آمار پرونده های موجود در دادگاه های کشور نشان می دهد که در سال ۱۳۷۶، تعداد ۵۵۳۰۱۵۸ پرونده و در سال ۱۳۸۰، تعداد ۷۶۶۷۷۸۲ پرونده در دادگاه های کشور موجود است که میانگین تعداد پرونده های موجود در طی پنج سال مورد بررسی ۶۴۱۷۵۶۸ پرونده است. همچنین آمارهای مربوط به پرونده های مختومه در دادگاه های عمومی کشور در طی سال های مورد بررسی (از سال ۱۳۷۶ تا سال ۱۳۸۰) نشان از افزایش جرایم در کشور دارد.

**جرایم خانوادگی:** «جرایم خانوادگی از ۲۸۹۳۲۹ پرونده در سال ۱۳۷۶ به ۴۲۲۸۹۷ پرونده در سال ۱۳۸۰ افزایش یافته است؛ یعنی در سال ۱۳۸۰ نسبت به سال ۱۳۷۶، ۴۶٪ رشد مثبت داشته است. شاخص این جرم در سال ۱۳۸۰ به ازای هر ۱۰۰ هزار نفر ۶۵۵ پرونده و به ازای هر ۱۰۰ هزار نفر جمعیت بالای ۱۵ سال ۹۵۰ پرونده است و در هر روز ۱۱۵۹ پرونده در دادگاه های عمومی کشور در خصوص جرایم خانوادگی مختومه شده است».

**آمار خودکشی:** «آمار خودکشی در کشور نیز نشان می دهد که تعداد خودکشی در سال ۱۳۷۶، ۲۹۲۵ مورد بوده که به ۴۱۰۶ مورد در سال ۱۳۸۰ افزایش یافته است. نسبت تغییرات این آسیب اجتماعی در سال ۱۳۸۰ نسبت به سال ۱۳۷۶، ۳۹٪ رشد مثبت داشته است. نرخ خودکشی نیز از ۴/۸۴ در سال ۱۳۷۶ به ۶/۳۶ نفر در سال ۱۳۸۰ افزایش پیدا کرده است. درصد تغییرات خودکشی در سال ۱۳۷۹ نسبت به سال ۱۳۷۸، ۱٪ رشد منفی داشته است، اما این درصد در سال ۱۳۸۰ نسبت به سال ۱۳۷۹، ۲۸/۸٪ رشد مثبت داشته است».

**جرایم اطفال:** «آمار مربوط به جرایم اطفال نیز نشان از رشد این نوع جرایم در کشور دارد که با توجه به جوان بودن نیمی از جمعیت کشور، نگران کننده است. تعداد این پرونده ها در سال ۱۳۷۶، ۸۷۶۵ پرونده و در سال ۱۳۸۰، ۱۴۵۱۸ پرونده است که درصد تغییرات سال ۱۳۸۰ نسبت به سال ۱۳۷۶، ۶۵٪ رشد مثبت داشته است. در سال ۱۳۷۷ این درصد تغییرات نسبت به سال ۱۳۷۶، ۵٪ کاهش داشته

است اما درصد تغییرات سال ۱۳۷۹ نسبت به سال ۱۳۷۸، ۳۷٪ و نسبت به سال ۱۳۸۰، ۲۵٪ بوده است». (موسوی، ۱۳۸۱: ۱۱)

**فراریان از منازل:** «بر پایه گزارش معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران، در طول سال ۱۳۸۰ در مجموع ۴۰۷۳ نفر که از منزل خود فرار کرده بودند، شناسایی و جمع آوری شدند. از میان نوجوانان فراری از منازل ۹۳۴ نفر ساکن تهران و بقیه از سایر استان‌ها بوده‌اند. بر پایه این گزارش ۱۱۲۹ نفر از فراریان، درگیری با خانواده را دلیل اصلی فرار خود بیان کرده‌اند». (حیات نو، ۱۳۸۱: ۳)

## اهداف و وظایف وسایل ارتباط جمعی

برای وسایل ارتباط جمعی و تولیدات آنها در جامعه، اهدافی را بر شمرده‌اند. که معمولاً در منابع موجود با عنوان وظایف، نقش‌ها و کارکردهای رسانه‌ها از آنها نام برده می‌شود. از آنجا که یکی از اهداف این پژوهش، تعیین اهداف بخش‌های برنامه‌خانه و خانواده‌است، در این قسمت با استفاده از منابع موجود، اهداف و نقش‌های وسایل ارتباط جمعی بررسی می‌شود. کوشش‌های زیادی به منظور نظم بخشیدن به کارکردهای اساسی رسانه‌ها به عمل آمده است که با کارهارولد لاسول آغاز شد. وی برای این وسایل سه نقش بیان کرده است.

- نقش خبری

- نقش راهنمایی

- نقش آموزشی.

بر اساس نقش دوم (نقش راهنمایی) راهنمایی افکار عمومی مطرح می‌شود». (معمدنژاد، ۱۳۷۱: ۱۶)

«رایت در سال ۱۹۶۰، به کارکرد سرگرمی به عنوان چهارمین کارکرد اساسی رسانه‌ها اشاره کرد. از نظر رایت، کارکرد سرگرمی، نیاز محیط به تمدد اعصاب، تخفیف اضطراب و نظایر آنها را بر طرف ساخته و با تطبیق بیشتر افراد با شرایط واقعی زندگی مانع از فروپاشی جامعه می‌شود». (مهرداد، ۱۳۸۰: ۷۶)

دکتر معتمدنژاد نیز سه وظیفه اصلی برای وسایل ارتباط جمعی بیان کرده است که عبارتند از:

- وظایف خبری و آموزشی

- وظایف راهنمایی و رهبری

- وظایف تفریحی و تبلیغی.

در کتاب **مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی**، دکتر معتمدنژاد، کارکردهای اصلی رسانه‌های همگانی را به شرح زیر دسته‌بندی کرده است:

**اطلاع دهنده:** رسانه‌ها اطلاعات لازم را درباره رخدادها و شرایط جامعه و جهان فراهم می‌سازند، به روابط قدرت اشاره می‌کنند و تسهیل‌کننده نوآوری، سازگاری و پیشرفت هستند.

**ارتباط دهنده:** توجه‌کننده، تعبیرکننده و توصیه‌کننده درباره معانی رخدادها و اطلاعات هستند. زمینه‌پشتیبانی از اقتدار و ارزش‌های آن را فراهم می‌سازند، جامعه‌پذیرکننده، ایجادکننده هماهنگی بین فعالیت‌های پراکنده، بناکننده وفاق و تعیین‌کننده اولویت‌ها و اعلام‌کننده موقعیت‌ها.

**تداوم دهنده:** بیان‌کننده فرهنگ مسلط و شناساننده زیر مجموعه‌های فرهنگی با اشاره به پیشروی‌های فرهنگ جدید، ادغام و حفظ ارزش‌های مشترک.

**فراهم‌کننده:** منحرف کردن از مشکلات، فراهم‌کننده تفریح و سرگرمی، ابزار تسکین‌دهنده اعصاب و کاهش‌دهنده تنش اجتماعی هستند.

**بسیج‌کننده:** رسانه‌ها، عامل مبارزه برای اهداف اجتماعی در حوزه‌های سیاسی، جنگ، توسعه اقتصادی، کار و بعضی مواقع مسائل مذهبی هستند. (مهرداد، ۱۳۸۰: ۷۶ و ۷۷)

با توجه به مطالب یاد شده وظایف و وسایل ارتباط جمعی و از جمله رادیو را می‌توان به صورت زیر دسته‌بندی کرد:

- وظایف اطلاع‌رسانی و آموزشی

- وظایف ارشادی - تربیتی

- وظایف تفریحی و سرگرمی.

## روش پژوهش

### روش تحقیق

در این پژوهش از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. تحلیل محتوا، فنی تحقیقی به منظور توصیف عینی، نظام‌دار و کمی محتوای بارز ارتباطات است. (اتسلندر، ۱۳۷۱: ۸۳) در این پژوهش، محتوای برنامه **خانه و خانواده** به عنوان پیامی ارتباطی، تجزیه و تحلیل شده است.

**واحد تحلیل:** مطلب به عنوان واحد ثبت و ثانیه به دقیقه به عنوان واحد شمارش در نظر گرفته شده‌اند. شیوه جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات داده‌های خام این پژوهش، از طریق کدگذاری متغیرها در برگه‌های کدگذاری (Coding Sheet) به دست آمده و سپس در رایانه ثبت شد. پس از آن، داده‌های خام از طریق نرم‌افزار آماری SPSS پردازش شد و جدول‌های توصیفی و تقاطعی پژوهش به دست آمد.

**جامعه آماری و حجم نمونه:** جامعه آماری تحقیق، تمامی برنامه‌های **خانه و خانواده** است که در فصل زمستان سال ۱۳۸۱ توسط سه گروه معارف، اجتماعی و اقتصاد تهیه و از صدای جمهوری اسلامی ایران پخش شده‌اند. حجم نمونه پژوهش نیز که با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شده، ۳۱ برنامه بوده است که به دلیل دسترسی نداشتن به سه مورد از برنامه‌ها، حجم نمونه به ۲۸ برنامه تقلیل پیدا کرد. عناوین تعداد و مدت زمان برنامه‌های بررسی شده در جدول شماره ۱ مندرج است.

## یافته‌های پژوهش

### بخش‌ها و نام برنامه

در پژوهش حاضر، میزان بخش‌های مختلف برنامه‌های بررسی شده به دست آمد. یافته‌ها نشان می‌دهد که مصاحبه با کارشناسان به

جدول شماره ۱- توزیع فراوانی و مدت زمان برنامه های مورد بررسی

گروه تهیه کننده	نام برنامه	تعداد	مدت زمان (ساعت، دقیقه و ثانیه)
معارف	معارف و خانواده	۶	۵:۳۳:۳۹
اجتماعی	مسافران خوشبختی	۶	۵:۲۱:۰۳
	سپیدار	۶	۵:۲۱:۱۷
	مدرسه من	۵	۴:۳۳:۴۶
اقتصاد	اقتصاد خانواده	۵	۴:۳۳:۰۵
جمع		۲۸	۲۵:۱۱:۵۰

جدول شماره ۲- توزیع متقاطع برنامه خانه و خانواده بر حسب بخش ها و نام برنامه

نام برنامه	معارف خانواده	مسافران خوشبختی	سپیدار	مدرسه من	اقتصاد خانواده	کل	
						مدت مان (دقیقه و ثانیه)	درصد
مجری	۱۹	۱۹	۲۵	۲۱	۱۸	۳۰۹:۰۲	۲۰
گزارش	۸	۴	۷	۷	۱۴	۱۱۷:۱۸	۸
مصاحبه	۴۴	۴۸	۳۸	۴۶	۳۲	۶۳۰:۲۲	۴۲
تماس تلفنی	۷	۹	۸	۸	۱۰	۱۲۹:۵۷	۹
موسیقی *	۲۱	۱۶	۱۹	۱۶	۲۱	۲۸۰:۱۸	۱۸
سایر **	۱	۴	۳	۲	۵	۴۴:۵۳	۳
جمع	۱۰۰	۳۲۳:۳۹	۳۲۱:۰۳	۳۲۱:۱۷	۲۷۴:۴۶	۱۵۱۱:۵۰	۱۰۰

\* شامل موسیقی، پیام بازرگانی و آرم خاص برنامه است.  
\*\* شامل بخش هایی است که در مقوله های جدول فوق نمی توان آنها را جای داد، مانند صحبت های امام خمینی و قرائت متن توسط فردی غیر از مجری

جدول شماره ۳- توزیع زمان برنامه خانه و خانواده به تفکیک تماس تلفنی

تماس تلفنی	مدت زمان (دقیقه و ثانیه)	درصد
از تهران	۱۹:۵۷	۱۶
از شهرستان *	۲۴:۵۶	۱۹
نا مشخص **	۸۵:۴	۶۵
جمع	۱۲۹:۵۷***	۱۰۰

\* این شهرستان ها عبارتند از: اصفهان، اسدآباد، همدان، جوآرود، کرمانشاه، اندیشک، تبریز، داراب، کولای ساری، کرمان، کلات نادری، خراسان، اردبیل، دزفول، دره سرا، ایلام، لاهیجان، آمل، کاشان و شیراز  
\*\* محل و شهرستانی که از آنجا با برنامه تماس گرفته می شود، ذکر نمی شود.  
\*\*\* مبنای درصد گیری رقم ۷۷۹۷ ثانیه (۱۲۹۵۷ دقیقه) یعنی مدت زمانی است که در برنامه به تماس تلفنی اختصاص یافته است.

میزان ۴۲٪، مجری ۳۰٪، موسیقی ۱۸٪، تماس تلفنی ۹٪ و گزارش ۸٪ بوده است. میزان بخش های مختلف درباره هر یک از برنامه به تفکیک در جدول شماره ۲ مندرج است.

### تماس تلفنی

همان طور که در جدول شماره ۲ ملاحظه شد، بخشی از برنامه خانه و خانواده به تماس های تلفنی مخاطبان اختصاص می یابد. مخاطبان برنامه از این طریق به طرح مشکلات و سوالات و بیان نظرهای خود می پردازند. در این پژوهش میزان تماس ها از تهران و شهرستان ها با برنامه بررسی شد. نتایج به دست آمده نشان می دهد که ۱۹٪ تماس ها از شهرستان ها و ۱۶٪ از تهران بوده است. محل ۶۵٪ از تماس ها نیز ذکر نشده است. (جدول شماره ۳)

### موضوع مطالب و نام برنامه

نتایج به دست آمده در این باره نشان می دهد که موضوع ۱۲٪ از مطالب اصلی برنامه، عوامل توانمندسازی و حل مشکلات زنان سرپرست خانوار، ۱۱٪ معیارهای سعادت در زندگی مشترک، ۱۱٪ اهمیت، ضرورت، چگونگی و توصیه به تربیت فرزندان، ۶٪ شیوه های صحیح تربیت کودکان توسط والدین و ۵٪ نیز افت و ضعف تحصیل و بی انضباطی دانش آموزان بوده است. موضوع های مطالب در مورد هر یک از برنامه ها، به تفکیک در جدول شماره ۴ مندرج است.

### مشکلات خانوادگی و نام برنامه

در پژوهش حاضر نوع و میزان مشکلاتی که در برنامه مطرح می شود، بررسی شد. به طور کلی در ۳۴٪ از مطالب اصلی برنامه ها به طرح مشکلات پرداخته می شود و در ۶۶٪، مشکلات طرح نمی شود. مشکلات اقتصادی و اجتماعی زنان سرپرست خانوار ۷٪، نداشتن تفاهم در زندگی مشترک ۵٪ و مشکل والدین در خصوص افت و ضعف تحصیلی فرزندان ۵٪ بیش از دیگر مشکلات در برنامه مطرح شده است.

مشکلات مطرح شده در هر یک از برنامه ها به تفکیک در جدول شماره ۵ مندرج است.

### نوع مطالب و نام برنامه

جدول شماره ۶ نوع مطالب در هر یک از برنامه ها را نشان می دهد. براساس یافته های پژوهش، ۳۸٪ از مطالب برنامه ها بیان راه حل و پاسخ ها، ۲۹٪ مطالب کلی و مقدماتی، ۹٪ اعلام شماره تماس و گفتارهای ارتباطی، ۹٪ طرح مشکلات و سوالات و ۱۷٪



جدول شماره ۴- توزیع متقاطع برنامه خانه و خانواده بر حسب موضوع مطلب و نام برنامه (درصد)

موضوع مطالب	نام برنامه	معارف و خانواده	مسافران خوشبختی	سپیدار من	مدرسه من	اقتصاد و خانواده	کل	
							مدت زمان (دقیقه و ثانیه)	درصد
تأثیر عمل و اعتقاد به احکام و ارزش های اسلامی (رشد اعتقادی) در سلامت، بهره‌وری و اعتدال خانواده	۳	۳	۱۰	۰	۱	۱	۲۷:۴۵	۳
شیوه‌های صحیح تربیت کودکان توسط والدین و مسئولیت ایشان در این زمینه	۲۹	۲۹	۱	۱	۳	۰	۶۰:۴۳	۶
تفاهم یا عدم تفاهم والدین در تربیت فرزندان و تأثیر آن در سلامت روانی ایشان	۱۵	۱۵	۱	۰	۰	۰	۳۱:۳۶	۳
توصیه به داشتن سعه صدر، صبر، تقوا، گذشت، خوش رفتاری و... در زندگی مشترک	۱	۱	۸	۰	۰	۰	۱۹:۰۴	۱
اهمیت، ضرورت، چگونگی و توصیه به تربیت دینی فرزندان در خانه و مدرسه و الگو گرفتن از انمه مانند: امام حسین (ع) و حضرت سجاده (ع)	۱۸	۱۸	۰	۰	۳۹	۰	۱۰۶:۴۶	۱۱
ابراز احساسات همسران نسبت به یکدیگر (اهمیت و ضرورت، موانع، تبعات، چگونگی)	۰	۰	۶	۰	۰	۰	۱۳:۰۴	۱
معیارهای سعادت در زندگی مشترک (ملاک‌های انتخاب همسر و محیط‌ها و زمینه‌های رشد لازم برای ازدواج)	۱	۱	۴۶	۰	۰	۱	۳۸:۵۷	۱۱
تأثیر تصاویر ذهنی در رفتار و نوع برخورد همسران نسبت به یکدیگر	۰	۰	۴	۰	۰	۰	۸:۲۵	۱
ضرورت آگاهی از نقش‌های انسانی، همسری و والدینی و تأثیر آن در زندگی مشترک	۰	۰	۴	۰	۰	۰	۸:۱۲	۱
مشکلات و اختلافات موجود در زندگی مشترک	۵	۵	۴	۰	۰	۰	۱۵:۴۶	۱
تأثیر بیمه در توسعه اقتصادی کشور و سلامت روحی خانواده‌ها	۰	۰	۰	۰	۴	۰	۸:۲۹	۱
مدیریت مطلوب زنان ایرانی در اقتصاد خانواده	۰	۰	۰	۰	۵	۰	۹:۲۰	۱
توصیه به صرفه‌جویی و استفاده بهینه از مواد غذایی، پوشاک، مسکن، دارو و بهداشت و برگزاری مراسم	۱	۱	۰	۰	۱۲	۰	۲۴:۵۳	۲
متعادل کردن درآمدها و هزینه‌ها (ضرورت‌ها و توصیه‌ها)	۰	۰	۰	۰	۱۰	۰	۱۸:۲۵	۲
مشکلات اقتصادی موجود در ایران	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۱۵:۰۳	۱
افت و ضعف تحصیلی و بی‌انضباطی دانش‌آموزان	۰	۰	۰	۰	۲۶	۰	۴۹:۲۶	۵
شیوه‌های تقویت و راهنمایی تحصیلی دانش‌آموزان	۰	۰	۰	۰	۴	۰	۷:۳۸	۱
وضعیت و مشکلات اقتصادی و اجتماعی زنان سرپرست خانوار	۰	۰	۰	۱۳	۰	۰	۲۵:۰۷	۳
توصیه به دولت در زمینه حل مشکلات زنان سرپرست خانوار	۰	۰	۰	۱۲	۰	۰	۲۵:۰۵	۳
عوامل توانمندسازی و حل مشکلات زنان سرپرست خانوار	۰	۰	۰	۵۴	۰	۰	۱۱۳:۰۱	۱۲
تأثیر آگاهی یا ناآگاهی زنان در توسعه و انحطاط جوامع	۵	۵	۰	۰	۰	۰	۸:۳۱	۱
توصیه‌های اخلاقی و تربیتی به دانش‌آموزان	۰	۰	۰	۰	۵	۰	۹:۲۷	۱
گزارش از همایش رسانه و اقتصاد و وضعیت اقتصادی در منطقه چابهار	۰	۰	۰	۰	۰	۶	۱۱:۵۳	۱
میزان مصرف دارو در ایران و تأثیر آن بر هزینه‌های خانوار و اقتصاد ملی	۰	۰	۰	۰	۱۱	۰	۲۱:۵۲	۲
توصیه به مصرف بهینه و مطلوب دارو	۰	۰	۰	۰	۹	۰	۱۶:۴۴	۲
تأثیر استفاده از توانایی بازنشستگان در اقتصاد خانواده و ملی	۰	۰	۰	۰	۹	۰	۱۷:۳۴	۲
مشکلات اقتصادی و اجتماعی بازنشستگان و روش‌های رفع آن	۰	۰	۰	۰	۱۴	۰	۲۶:۱۶	۳
روش‌های حل اختلاف و دستیابی به آرامش در زندگی مشترک (نمونه‌هایی از تفاهم و رضایت همسران)	۱	۱	۱۴	۰	۰	۰	۳۹:۵۰	۴
آشنایی با سازمان دانش‌آموزی و فعالیت‌های آن	۰	۰	۰	۰	۲۰	۰	۳۹:۳۳	۴
فعالیت اقتصادی زنان شهری و روستایی و نقش آن در اقتصاد خانواده و ملی	۰	۰	۰	۰	۰	۸	۱۴:۴۲	۱
ازدواج دانشجویی (اهمیت و ضرورت، توصیه، تبعات، دلایل)	۰	۰	۰	۰	۳	۰	۶:۰۳	۱
نقش زنان اهل بیت (ع) در حادثه کربلا	۲۰	۲۰	۰	۰	۰	۰	۳۵:۴۲	۴
توصیه به زنان سرپرست خانوار در زمینه حل مشکلات اقتصادی و اجتماعی ایشان	۰	۰	۰	۱۴	۰	۰	۲۹:۱۲	۳
سایر*	۱	۱	۲	۴	۱	۳	۲۳:۰۸	۲
جمع	درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
جمع	فراوانی	۱۷۵:۴۷	۲۱۰:۴۸	۲۱۲:۰۷	۱۸۸:۰۷	۱۹۰:۳۱	۹۷۷:۲۰	۰

\* سایر موارد عبارتند از: آینده درخشان کودکان شلوغ و شیطان، زمان شروع محافظت از زندگی، بساز بودن زنان ایرانی، توصیه به تهیه کننده برنامه برای تهیه برنامه خاص آقایان، ضریب چینی (اصل اقتصادی)، مفاهیم اجتماعی رنگ لباس، توصیه به مسئولان در زمینه طراحی مطلوب فضای سبز، ارزش تحصیل کردن دانش‌آموزان، توصیه به دولت در زمینه رسیدگی بیشتر به مشکلات جوانان، توصیه به صدا و سیما در زمینه اعلام قیمت کالا به هنگام پخش آگهی بازرگانی، ارزش محبت و عشق و دلبستگی به معشوق، توانایی قابلیت‌های بالقوه در زندگی، ضعف اطلاع رسانی در زمینه قوانین و حقوق در ایران، توصیه به متمرکز و پرفایده بودن برای مردم و تجلیل از مقام و ارزش زنان سرپرست خانوار.

جدول شماره ۵- توزیع متقاطع برنامه خانه و خانواده بر حسب مشکلات خانوادگی و نام برنامه (درصد)

نام برنامه	معارف و خانواده	مسافران خوشبختی	سپیدار مدرسه من	اقتصاد و خانواده	کل		
					مدت زمان (دقیقه و ثانیه)	درصد	
بی کاری و تورم	۰	۰	۲	۰	۳۰:۰۱	۳	
ناهماهنگی والدین در تربیت فرزندان	۱۸	۰	۰	۰	۳۱:۲۶	۳	
ناسازگاری فرزندان	۱۱	۰	۱	۰	۲۱:۴۴	۲	
نداشتن تفاهم در زندگی مشترک	۰	۳۰	۰	۰	۵۰:۲۹	۵	
مشکلات اقتصادی و اجتماعی زنان سرپرست خانوار	۰	۰	۳۳	۰	۷۰:۳۶	۷	
مشکل والدین در ارتباط با افت و ضعف تحصیلی و بی انضباطی دانش آموزان	۲	۰	۰	۲۷	۵۳:۳۶	۵	
مصرف زیاد و بی رویه دارو	۰	۰	۰	۱۱	۲۰:۵۴	۲	
دوگانگی تربیت دینی در خانه و مدرسه	۰	۰	۶	۰	۱۱:۲۶	۲	
مشکلات اقتصادی بازنشستگان	۰	۰	۰	۹	۱۷:۵۴	۲	
سایر*	۰	۵	۱	۷	۲۵:۵۶	۳	
مشکل نیست	۶۹	۶۵	۶۶	۶۵	۶۴۳:۱۸	۶۶	
جمع	درصد	۱	۲	۴	۱	۲۳:۰۸	۲
	فراوانی	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

\* سایر شامل اذیت و آزار فرزندان توسط پدر، ازدواج تحمیلی از جانب پدر، بی توجهی سازمان های بیمه به حقوق شهروندان، ارزش شدن ملاک های مادی در ازدواج، چشم و هم چشمی فرزندان در تهیه پوشاک گران قیمت و عدم ثبات شخصیت اعضای خانواده است.

در برنامه مسافران خوشبختی با موضوع نقش و تأثیر رشد اعتقادی بر رفتار و شخصیت انسان در خانواده، ۸۸٪ مطالب اصلی و ۱۲٪ مطالب فرعی مطرح شده است: در همین برنامه، با موضوع اصول و معیارهای انتخاب صحیح در ازدواج ۷۶٪ مطالب اصلی و ۲۴٪ مطالب فرعی پخش شده است. در برنامه معارف و خانواده با موضوع های تفاهم و هماهنگی والدین در ارائه الگوهای تربیتی به فرزندان و الگوی خانواده و تربیت در اسلام و سیره امام حسین (ع) و حضرت سجاد (ع)، حجم مطالب اصلی به ترتیب ۷۵٪ و ۶۳٪ و مطالب فرعی ۲۵٪ و ۳۷٪ بوده است.

#### اهداف رسانه ای مطالب و نام برنامه

برای وسایل ارتباط جمعی چند هدف برشمرده اند:

- اطلاع رسانی
- آموزشی
- ارشادی - تربیتی.

این اهداف در قالب یک متغیر قرار گرفته و به بررسی برنامه پرداخته شده است. نتایج به دست آمده نشان می دهد که ۵۳٪ از مطالب برنامه جنبه ارشادی - تربیتی داشته و ۳۱٪ نیز اطلاع رسانی بوده و ۱۶٪ مطالب اصلی برنامه نیز جنبه آموزشی داشته است. به این ترتیب بیش از نیمی از مطالب برنامه، جنبه ارشادی - تربیتی داشته است.

اهداف رسانه ای مطالب هر یک از برنامه ها به تفکیک در جدول شماره ۹ آورده شده است.

نیز بزرگداشت مناسبت ها بوده است. نوع مطالب هر یک از برنامه ها به تفکیک در همین جدول مندرج است.

#### اصلی یا فرعی بودن مطالب

اصلی یا فرعی بودن مطالب، از متغیرهای دیگر در این پژوهش بوده است. مطالب و در واقع محتوای برنامه، به جز موسیقی، را می توان به دو بخش کلی تقسیم کرد: مطالب اصلی و مطالب فرعی. نتایج به دست آمده نشان می دهد که ۷۹٪ از برنامه مطالب اصلی و ۲۱٪ مطالب فرعی بوده است. میزان مطالب اصلی و فرعی در هر یک از برنامه ها به تفکیک در جدول شماره ۷ ذکر شده است.

#### نام موضوع و اصلی یا فرعی بودن مطالب برنامه

جدول شماره ۸ نام برنامه، موضوع هر برنامه و اصلی و فرعی بودن مطالب را نشان می دهد. در برنامه اقتصاد و خانواده با موضوع های پوشاک اعضای خانواده، هماهنگی هزینه ها با درآمدهای خانواده، بررسی و تحلیل عملکرد افراد مسن و بازنشسته و هزینه های دارو و تأمین درمانی، حجم مطالب اصلی به ترتیب ۸۹،۹۰٪ و بقیه مطالب فرعی بوده است. در برنامه مدرسه من با موضوع ضعف تحصیلی و تفاوت آن با افت تحصیلی ۸۹٪ مطالب اصلی و ۱۱٪ مطالب فرعی ارائه شده است. مطالب اصلی در همین برنامه با موضوع های آشنایی با فعالیت های سازمان دانش آموزی، روش های تربیتی دینی و مذهبی کودکان، نوجوانان و... مدرسه خانه ماست، به ترتیب ۸۵٪ و ۷۰٪ بوده است.

جدول شماره ۶- توزیع متقاطع برنامه خانه و خانواده برحسب نوع مطلب و نام برنامه (درصد)

نام برنامه	معارف و خانواده	مسافران خوشبختی	سپیدار	مدرسه من	اقتصاد و خانواده	کل	نوع مطالب	
							اصلی	فرعی
سلام و احوالپرسی و تشکرها	۳	۵	۳	۲	۴	۳		
اعلام شماره برای تماس، نشانی پستی، وضع هوا و ترافیک سطح شهر، معرفی کارشناسان و گفتارهای ارتباطی	۸	۹	۸	۱۰	۷	۹		
طرح مشکلات و سوالات	۷	۶	۱۲	۱۴	۸	۹		
بیان راه حل و پاسخها	۲۵	۲۶	۴۴	۵۶	۴۰	۳۸		
قطعات ادبی و بخش نمایشی	۱	۱	۱۱	۱	۶	۴		
مطالب کلی و مقدماتی و تشریح موضوع برنامه	۳۵	۴۵	۱۹	۱۱	۳۲	۲۹		
بزرگداشت مناسبها	۲۱	۷	۲	۶	۰	۷		
سایر*	۰	۱	۱	۰	۳	۱		
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد	
	۲۵۷:۳۵	۲۶۹:۴۰	۲۶۰:۰۷	۲۲۹:۰۴	۲۱۵:۰۲	۱۲۳۱:۳۲**	فراوانی	

\* شامل پرسیدن مشخصات مصاحبه شونده و گزارش از وضعیت محل مصاحبه، اعلام اسامی دست اندرکاران برنامه و تشکر از آنها و نامه‌های رسیده است.

\*\* مبنای درصدگیری رقم ۷۳۸۹۲ ثانیه (۳۲:۱۲۳۱ دقیقه) یعنی مدت زمان مطالب اصلی و فرعی بدون در نظر گرفتن موسیقی است

### ارتباط مطالب با خانواده‌های شهری یا روستایی

در این پژوهش، ارتباط مطالب با خانواده‌های شهری یا روستایی بررسی شد. به این مفهوم که مخاطبان با موضوع برنامه، شهرنشینان هستند یا روستاییان و یا عامه مردم. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تقریباً تمامی مطالب اصلی برنامه مرتبط به عامه مردم (یعنی هم شهرنشینان و هم روستاییان) و تنها ۱٪ مرتبط با خانواده‌های روستایی بوده است. (جدول شماره ۱۰)

جمع بندی و بیان مهم ترین این پژوهش می پردازیم.  
- برنامه **خانه و خانواده** از ترکیب بخش های مجری، مصاحبه و گزارش و موسیقی و نیز مطالب و محتوای متنوع شکل می گیرد. ۴۲٪ از مدت زمان برنامه را مصاحبه با کارشناس تشکیل می دهد که این مصاحبه ها هم به صورت حضوری (استودیویی) و هم به صورت تلفنی انجام می گیرد. مصاحبه، کانون مرکزی و بخش اصلی برنامه است که دیگر بخش ها در کنار آن معنا پیدا می کنند و همان طور که نتایج این پژوهش نشان می دهد، بیشترین مدت زمان برنامه به آن اختصاص یافته است.

### جمع بندی و نتیجه گیری

در این پژوهش، برنامه رادیویی **خانه و خانواده** باروش تحلیل محتوا و با هدف شناخت محتوایی این برنامه بررسی شد. جامعه آماری پژوهش تمامی برنامه های فصل زمستان سال ۱۳۸۱ و حجم نمونه آن ۲۸ برنامه از برنامه های یاد شده بوده است. در این قسمت به

همچنین، بخشی از نتایج نشان می دهد که بیش از نیمی (۵۸٪) از مطالبی که در قالب مصاحبه طرح می شود، ارائه راه حل و توصیه ها و پاسخ به سوالات است. در واقع از طریق این برنامه و در قالب مصاحبه کارشناسی، در زمینه های مختلف مسائل و مشکلات خانوادگی مشاوره صورت می گیرد.

جدول شماره ۷- توزیع متقاطع برنامه خانه و خانواده برحسب اصلی و فرعی بودن مطلب و نام برنامه (درصد)

نام برنامه	معارف و خانواده	مسافران خوشبختی	سپیدار	مدرسه من	اقتصاد و خانواده	کل	اصلی یا فرعی بودن مطالب*	
							اصلی	فرعی
مطالب اصلی	۶۸	۷۸	۸۲	۸۲	۸۹	۷۹		
مطالب فرعی	۳۲	۲۲	۱۸	۱۸	۱۱	۲۱		
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد	
	۲۵۷:۳۵	۲۶۹:۴۰	۲۶۰:۰۷	۲۲۹:۰۴	۲۱۵:۰۲	۱۲۳۱:۳۲	فراوانی	

\* مطالبی که کاملاً مرتبط با موضوع برنامه است، به عنوان مطالب اصلی و سایر مطالب، به عنوان مطالب فرعی در نظر گرفته شده اند. برای مثال طرح مشکلات و سوالات و نیز بیان راه حل و پاسخ جزو مطالب اصلی و سلام و احوالپرسی و تشکرها، اعلام شماره تماس و نشانی پستی برنامه، گفتارهای ارتباطی، بزرگداشت مناسبها و غیره جزو مطالب فرعی برنامه در نظر گرفته شده اند.



جدول شماره ۸ توزیع متقاطع برنامه خانه و خانواده بر حسب نام، موضوع برنامه و اصلی یا فرعی بودن مطالب (درصد)

نام برنامه	موضوع برنامه	اصلی یا فرعی بودن مطالب	
		مطالب اصلی	مطالب فرعی
معارف و خانواده	تفاهم و هماهنگی والدین در ارائه الگوهای تربیتی به فرزندان	۷۵	۲۵
	الگوی خانواده و تربیت در اسلام و سیره امام حسین (ع) و حضرت سجاد (ع)	۶۳	۳۷
مسافران خوشبختی	اصول و معیارهای انتخاب صحیح در ازدواج	۷۶	۲۴
	نقش و تأثیر رشد اعتقادی بر رفتار و شخصیت انسان و خانواده	۸۸	۱۲
سپیدار	زنان سرپرست خانوار (کارآفرینی، یاریگیری فامیلی، مسکن و آشنایی با قوانین مربوطه)	۸۲	۱۸
مدرسه من	ضعف تحصیلی و تفاوت آن با افت تحصیلی	۸۹	۱۱
	روش های تربیتی دینی و مذهبی کودکان، نوجوانان و جوانان و نقش والدین در این زمینه	۸۴	۱۶
	آشنایی با فعالیت های سازمان دانش آموزی	۸۵	۱۵
	مدرسه خانه ماست	۷۰	۳۰
اقتصاد و خانواده	هماهنگی هزینه ها با درآمدهای خانواده	۸۹	۱۱
	تأثیر و نقش زنان به ویژه زنان روستایی در اقتصاد خانواده	۸۷	۱۳
	پوشاک اعضای خانواده	۹۰	۱۰
	هزینه دارو و تأمین درمانی	۸۸	۱۲
	بررسی و تحلیل عملکرد افراد مسن و بازنشسته	۸۹	۱۱

موسیقی نیز که بین بخش های مختلف پخش می شود ۱۵٪ و به همراه پیام بازرگانی و آرم خاص برنامه ها ۱۸٪ از مدت زمان برنامه را اشغال می کند. موسیقی اهمیت زیادی در این برنامه دارد و پخش آن در بین بخش های مختلف از خستگی مخاطب جلوگیری می کند. به غیر از بخش های استودیویی، ۱۷٪ از برنامه به بخش های غیراستودیویی اختصاص دارد که ۹٪ تماس تلفنی و ۸٪ آن نیز گزارش است. تماس تلفنی یک سوی دیگر مشاوره و ارتباط با کارشناس برنامه است.

تقاطع بخش ها و نام برنامه هانیز نشان می دهد که بخش مصاحبه در تمامی برنامه ها بیشترین مدت زمان را به خود اختصاص داده است. کمترین میزان مصاحبه در برنامه اقتصاد و خانواده ۳۲٪ و

نتایج نظرخواهی از مردم در مصاحبه و بحث های کارشناسی از بخش های مورد علاقه، نشان می دهد که بیشترین درصد مخاطبان برنامه ۴۱٪ بوده است. (هاشمی نژاد، ۱۳۷۹: ۱۴)

همچنین در یکی از تماس های تلفنی با برنامه، یکی از مخاطبان اظهار کرد که بحث های کارشناسی برنامه را برای دخترش ضبط می کند تا او نیز بتواند پس از فراغت کار، این مباحث را گوش کند. (مباحث آقای دکتر جمشیدیان درباره معیارهای انتخاب همسر در برنامه مسافران خوشبختی)

پس از مصاحبه، مجری با ۲۰٪ بیشترین مدت زمان برنامه را به خود اختصاص می دهد و تقریباً نیمی از مدت زمان برنامه را اشتغال می کند.

جدول شماره ۹ توزیع متقاطع برنامه خانه و خانواده بر حسب اهداف رسانه ای مطالب و نام برنامه (درصد)

نام برنامه	معارف و خانواده	مسافران خوشبختی	سپیدار	مدرسه من	اقتصاد و خانواده	کل	
						فرآوانی (دقیقه و ثانیه)	درصد
اطلاع رسانی	۲۳	۱۸	۴۷	۴۰	۲۹	۳۰۸:۰۰	۳۱
آموزشی	۱۱	۲۷	۷	۱۱	۲۲	۱۵۳:۵۲	۱۶
ارشادی-تربیتی	۶۶	۵۵	۴۶	۴۹	۴۹	۵۱۵:۲۸	۵۳
جمع	درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
	فرآوانی	۱۷۵:۴۷	۲۱۰:۰۷	۲۱۲:۰۷	۱۸۸:۰۷	۱۹۰:۳۱	۹۷۷:۲۰*

\*مبنای درصدگیری رقم ۵۸۶۴۰ ثانیه (۹۷۷:۲۰)؛ یعنی مطالب اصلی بدون در نظر گرفتن مطالب فرعی و موسیقی بوده است

جدول شماره ۱۰ توزیع کوتاه مدت زمان برنامه خانه و خانواده به تفکیک شهری یا روستایی بودن مطالب

درصد	مدت زمان (دقیقه و ثانیه)	ارتباط مطالب با خانواده‌های شهری یا روستایی
۰	۰	خانواده‌های شهری
۱	۱۲:۰۱	خانواده‌های روستایی
۹۹	۹۶۵:۱۹	عام (خانواده‌های شهری و روستایی)
۱۰۰	۹۷۷:۲۰	جمع

بیشترین آن در برنامه مسافران خوشبختی ۴۸٪ است. در برنامه‌های مسافران خوشبختی، سپیدار و مدرسه من، پس از مصاحبه، مجری بیشترین سهم را داشته است، (به ترتیب ۱۹، ۲۵ و ۲۱٪). در حالی که در برنامه‌های معارف و خانواده و اقتصاد و خانواده پس از مصاحبه، موسیقی بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است، (در هر دو برنامه ۲۱٪). به این ترتیب سهم مجری در برنامه‌های سپیدار و مدرسه من و سهم موسیقی در برنامه‌های معارف و خانواده و اقتصاد و خانواده بیش از دیگر بخش‌هاست. سهم تماس تلفنی نیز در برنامه‌های اقتصاد و خانواده و مسافران خوشبختی بیش از دیگر برنامه‌هاست (به ترتیب ۱۰ و ۹٪) و کمترین حجم آن ۷٪ در برنامه معارف و خانواده بوده است.

یافته‌های این پژوهش درباره بخش‌های برنامه، برخی از یافته‌های پژوهشی محتوایی درباره برنامه (گلچین ۱۳۸۰: ۲۷ و ۳۱ و ۳۲) را تأیید و برخی از یافته‌های مذکور را رد می‌کند. درباره سهم مصاحبه و گزارش، نتایج پژوهش‌ها تقریباً یکسان است به ترتیب در هر دو پژوهش تقریباً ۴۲ و ۷٪ ولی درباره سهم مجری، موسیقی و تماس تلفنی یافته‌ها متفاوت است. سهم مجری، موسیقی و تماس تلفنی در پژوهش حاضر به ترتیب ۲۰، ۱۵ و ۹٪ است. در حالی که در پژوهش مذکور، تقریباً ۳۳، ۹ و ۳٪ بوده است. یعنی سهم مجری از ۳۳ به ۲۰٪ کاهش، سهم موسیقی از ۹ به ۱۵٪ افزایش و سهم تماس تلفنی از ۳ به ۹٪ افزایش یافته است. به این ترتیب، وضعیت برنامه در بخش‌های مجری و تماس تلفنی بهبود یافته و در بخش موسیقی، بهبود مشاهده نمی‌شود و حتی تنزل پیدا کرده است.

بیشترین میزان مطالعه در برنامه معارف و خانواده دیده می‌شود (۶۸٪)، به این ترتیب حجم مطالب فرعی در برنامه معارف و خانواده با ۳۲٪ بیش از سایر برنامه‌ها بوده است و در مقایسه با برنامه اقتصاد و خانواده (۲۱٪)، بیشتر مطالب فرعی داشته است. همین نتایج در تقاطع با موضوع برنامه‌ها با تفضیل بیشتری تأیید شده است. برنامه اقتصاد خانواده یا موضوع پوشاک اعضای خانواده در مقایسه با دیگر برنامه‌ها، بیشترین میزان مطالب اصلی (۹۰٪) و کمترین میزان مطالب فرعی را داشته است و در برنامه معارف و خانواده با موضوع الگوی خانواده و تربیت در اسلام در مقایسه با دیگر برنامه‌ها کمترین میزان مطالب اصلی (۶۳٪) و بیشترین میزان مطالب فرعی (۳۷٪) بیان شده است. در همین رابطه مقایسه یافته‌های پژوهش حاضر با دیگر پژوهش‌ها تحلیل محتوا درباره حجم مطالب نشان از بهبود کیفیت برنامه دارد. حجم مطالب اصلی و متفرقه (شامل سلام و احوال‌پرسی و تعارف و شوخی) در پژوهش حاضر به ترتیب ۷۹ و ۱٪ و در پژوهشی که از آن یاد شد، ۶۹ و ۸٪ بوده است که در هر مورد نشان دهنده بهبود کیفیت برنامه است. یعنی حجم مطالب اصلی از ۶۹ به ۷۹٪ افزایش و حجم مطالب متفرقه (سلام و احوال‌پرسی) از ۸ به ۱٪ کاهش یافته است.

به لحاظ اهداف رسانه‌ای، بیش از نیمی از برنامه‌های خانه و خانواده (۵۳٪) با هدف ارشادی تربیتی پخش شده است. ۳۱٪ مطالب نیز با هدف اطلاع‌رسانی و ۱۶٪ با هدف آموزشی پخش شده است. در زمینه ارشادی تربیتی، برنامه کاملاً با اهداف تهیه و اعلام شده همخوانی دارد. البته حجم مطالب اطلاع‌رسانی در مقایسه با مطالب آموزشی بیشتر و حتی دو برابر است در حالی که در چنین برنامه‌ای حجم مطالب آموزشی باید بیشتر باشد؛ گرچه در زمینه خانواده انتشار

بیشترین آن در برنامه مسافران خوشبختی ۴۸٪ است. در برنامه‌های مسافران خوشبختی، سپیدار و مدرسه من، پس از مصاحبه، مجری بیشترین سهم را داشته است، (به ترتیب ۱۹، ۲۵ و ۲۱٪). در حالی که در برنامه‌های معارف و خانواده و اقتصاد و خانواده پس از مصاحبه، موسیقی بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است، (در هر دو برنامه ۲۱٪). به این ترتیب سهم مجری در برنامه‌های سپیدار و مدرسه من و سهم موسیقی در برنامه‌های معارف و خانواده و اقتصاد و خانواده بیش از دیگر بخش‌هاست. سهم تماس تلفنی نیز در برنامه‌های اقتصاد و خانواده و مسافران خوشبختی بیش از دیگر برنامه‌هاست (به ترتیب ۱۰ و ۹٪) و کمترین حجم آن ۷٪ در برنامه معارف و خانواده بوده است.

یافته‌های این پژوهش درباره بخش‌های برنامه، برخی از یافته‌های پژوهشی محتوایی درباره برنامه (گلچین ۱۳۸۰: ۲۷ و ۳۱ و ۳۲) را تأیید و برخی از یافته‌های مذکور را رد می‌کند. درباره سهم مصاحبه و گزارش، نتایج پژوهش‌ها تقریباً یکسان است به ترتیب در هر دو پژوهش تقریباً ۴۲ و ۷٪ ولی درباره سهم مجری، موسیقی و تماس تلفنی یافته‌ها متفاوت است. سهم مجری، موسیقی و تماس تلفنی در پژوهش حاضر به ترتیب ۲۰، ۱۵ و ۹٪ است. در حالی که در پژوهش مذکور، تقریباً ۳۳، ۹ و ۳٪ بوده است. یعنی سهم مجری از ۳۳ به ۲۰٪ کاهش، سهم موسیقی از ۹ به ۱۵٪ افزایش و سهم تماس تلفنی از ۳ به ۹٪ افزایش یافته است. به این ترتیب، وضعیت برنامه در بخش‌های مجری و تماس تلفنی بهبود یافته و در بخش موسیقی، بهبود مشاهده نمی‌شود و حتی تنزل پیدا کرده است.

- به لحاظ نوع مطلب ۳۸٪ از سهم برنامه‌های مورد بررسی (بیشترین میزان) به ارائه راه حل و پاسخ‌ها، ۲۹٪ به مطالب کلی و مقدماتی و تشریح موضوع برنامه، ۹٪ به اعلام شماره تماس و گفتارهای ارتباطی و ۷٪ به بزرگداشت مناسبت‌ها اختصاص یافته است. سهم مطالب در برنامه‌ها نیز به این شرح بوده است:

در برنامه‌های معارف و خانواده و مسافران خوشبختی مطالب کلی و مقدماتی و ارائه راه حل و پاسخ‌ها به ترتیب بیشترین سهم را داشته‌اند. علاوه بر آن در برنامه معارف و خانواده سهم بزرگداشت مناسبت‌ها در صد قابل توجهی را نشان می‌دهد. (۲۱٪) و در مقایسه با دیگر برنامه‌ها، سهم بیشتری را به خود اختصاص داده است. در برنامه‌های سپیدار و اقتصاد خانواده «ارائه راه حل و پاسخ‌ها» و «مطالب کلی و مقدماتی و تشریح موضوع برنامه»، به ترتیب بیشترین سهم را داشته‌اند. در برنامه مدرسه من نیز «ارائه راه حل و پاسخ‌ها» و «طرح مشکلات و سؤالات» به ترتیب بیشترین

مطالب با اهداف مختلف و به هر میزانی، ضرورت دارد. ارتباط بین هدف رسانه‌ای و نام برنامه نیز نشان می‌دهد که در برنامه‌های معارف و خانواده، مسافران خوشبختی، مدرسه من و اقتصاد و خانواده به ترتیب، حجم مطالب ارشادی - تربیتی بیشتر است. تنها در برنامه سپیدار بیشترین حجم مطالب (۴۷٪) به مطالبی با هدف اطلاع‌رسانی اختصاص داشته است.

بخش دیگری از یافته‌های پژوهش این مطلب را تأیید می‌کند. تقاطع بین موضوع و اهداف رسانه‌ای نشان می‌دهد که بیشترین

### راديو، به عنوان رسانه‌ای جمعی، می‌تواند حلقه اتصالی بین مشاور و مددجو باشد تا از این طریق بتوان به طرح و چاره‌جویی معضلات اجتماعی برآمد

حجم مطالبی که جنبه اطلاع‌رسانی داشته مربوط به برنامه‌ای با موضوع زنان سرپرست خانوار است؛ موضوعی که در برنامه سپیدار مورد بحث قرار گرفته است. در ارتباط با حجم قابل توجه مطالب اطلاع‌رسانی، بخش دیگری از یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تقریباً حجم تمامی مطالب یکی از برنامه‌های مدرسه من (۹۳٪) با عنوان آشنایی با فعالیت‌های سازمان دانش‌آموزی، با هدف اطلاع‌رسانی پخش شده است.

- به لحاظ ارتباط مطالب با خانواده‌های روستایی و شهری، تمامی مطالب برنامه هم با خانواده‌های شهری و هم با خانواده‌های روستایی مرتبط بوده است. به عبارت دیگر، مطالب برنامه جنبه عام دارد و در اجرای آن شهرنشینان یا روستاییان تفکیک نمی‌شوند. درست است که بسیاری از معضلات اجتماعی کلان، هم به روستاییان و هم به شهرنشینان مرتبط است و نمی‌توان این دو قشر را از یکدیگر تفکیک کرد، ولی به واسطه تفاوت شیوه زندگی در بسیاری زمینه‌ها، هر کدام معضلات خاص زندگی خود را دارند و بنابراین نمی‌توان به صورت عام مشکلات روستاییان و شهرنشینان را به بحث و بررسی گذاشت. از سوی دیگر براساس آمار رسمی کشور، ۳۴٪ (۲۲ میلیون نفر از ۶۵ میلیون نفر) جمعیت کشور را روستائینشینان تشکیل می‌دهند (جام جم، ۱۳۸۱/۸/۲)؛ با این وصف، از برنامه‌ای سراسری و ملی انتظار می‌رود که به طور خاص به زندگی روستاییان نیز بپردازد. در همین ارتباط، بخش دیگری از یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که موضوع یکی از برنامه‌ها، تأثیر و نقش زنان به ویژه زنان روستایی در اقتصاد خانواده بوده است، در حالی که در این برنامه نیز مطالب ناچیزی به مشکلات و مسائل زندگی روستاییان اختصاص داشته است.

هر یک از برنامه‌های خانه و خانواده دارای یک موضوع است که از ابتدا تا پایان، یک ساعت درباره آن صحبت و بحث می‌شود. حال ممکن است که صحبت و بحث درباره یک موضوع در یک

برنامه خاتمه و یاد در چند برنامه ادامه یابد. نتایج بررسی نشان می‌دهد که موضوع تمامی برنامه‌های سپیدار (شش برنامه) زنان سرپرست خانوار بوده است که ۲۱٪ از مدت زمان برنامه‌های مورد بررسی را تشکیل می‌دهد. موضوع برنامه از شش برنامه مسافران خوشبختی نیز اصول و معیارهای انتخاب صحیح در ازدواج بوده که ۱۸٪ از مدت زمان به این موضوع اختصاص یافته است. موضوع‌های تفاهم و هماهنگی والدین در ارائه الگوهای تربیتی و الگوی خانواده و تربیت در اسلام از برنامه معارف و خانواده پس از موضوع‌های ذکر شده به ترتیب بیشترین حجم برنامه را به خود اختصاص داده‌اند به ترتیب ۱۰٪ و ۸٪، در نظر خواهی از مردم درباره این برنامه (هاشمی نژاد، ۱۳۷۹: ۳۳) نیز مردم خواستار طرح موضوع ازدواج در برنامه بوده‌اند.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که درصد قابل توجهی از حجم برنامه به این موضوع‌ها اختصاص یافته است. به این ترتیب این برنامه توانسته است تا حد زیادی پاسخ‌گوی نیاز مخاطبان باشد.

- علاوه بر موضوع هر برنامه، موضوع‌های مختلفی که طی هر

برنامه مطرح می‌شود، در پژوهش حاضر بررسی شدند. مهم‌ترین موضوع‌هایی که بیشترین حجم برنامه را به خود اختصاص داده‌اند، عبارتند از: «عوامل توانمندسازی و حل مشکلات زنان سرپرست خانوار ۱۲٪، معیارهای سعادت در زندگی مشترک ۱۱٪، اهمیت، ضرورت، چگونگی و توصیه به تربیت دینی فرزندان ۱۱٪، شیوه‌های صحیح تربیت کودکان ۶٪ و افت و ضعف تحصیلی و بی‌انضباطی دانش‌آموزان ۵٪». علاوه بر این موضوعات دیگری در برنامه مورد بحث قرار گرفته که قابل توجه و چشمگیر است. به عنوان مثال می‌توان به موضوع‌های تأثیر بیمه در توسعه اقتصادی کشور، متعادل کردن درآمدها و هزینه‌ها، میزان مصرف دارو در ایران و تأثیر آن بر هزینه‌های خانوار، مشکلات اقتصادی و اجتماعی بازنشستگان و ازدواج‌های دانشجویی اشاره کرد.

در ارتباط با موضوع‌های برنامه به طرح مشکلات اجتماعی و خانوادگی نیز پرداخته می‌شود که جداگانه بررسی شد. این مشکلات عمدتاً در تماس‌های تلفنی توسط مخاطبان و یا توسط کارشناس و مجری طرح در خصوص آنها بحث و بررسی می‌شود. به‌طور کلی در ۳۴٪ از مطالب برنامه به طرح مشکلات مختلف پرداخته شده است. این مشکلات به ترتیب شامل مشکلات اقتصادی و اجتماعی زنان سرپرست خانوار، نداشتن تفاهم در زندگی مشترک، مشکل والدین در ارتباط با افت و ضعف تحصیلی دانش‌آموزان، ناهماهنگی والدین در تربیت فرزندان، بیکاری و تورم، ناسازگاری فرزندان، مصرف زیاد و بی‌رویه دارو، دوگانگی تربیت دینی در خانه و مدرسه و مشکلات اقتصادی بازنشسته‌ها بوده است.

درباره موضوع و مشکلات مطرح شده در برنامه چند نکته قابل ذکر است:

ابتدا اینکه یافته‌های پژوهش درباره موضوع و مشکلات برنامه نشان می‌دهد که تقریباً ۳۰٪ از موضوع‌های برنامه و نیز ۱۲٪ مشکلاتی که از آن بحث شده مرتبط با کودکان و نوجوانان بوده است. امروزه گروه سنی کودک و نوجوان، در معرض آسیب‌های اجتماعی بسیاری قرار دارد و بر اساس اطلاعات موجود، آمار

بزهکاری در میان این گروه سنی روز به روز در حال افزایش است. به عنوان نمونه می توان از کودکان و دختران فراری نام برد.

در چنین وضعیتی، پرورش کودکان و نوجوانان نیازمند آگاهی والدین و به ویژه تربیت صحیح و توأم با تفاهم در خانواده است. بر این اساس، بهره گیری از آموزه های وحی، نقش مهمی دارد. «الگوهای ذهنی و عینی ترسیم شده توسط دین، به عناصری از مضامین و دستورات الهی نظام می بخشد و از آنجایی که چنین مؤلفه هایی در منبع دانایی و سرچشمه توانایی ریشه دارند، فراتر از لغزش های فکری و اشتباهات عملی انسان ها تدوین می یابند و توسل، تمسک و توکل بر خطوط اندیشه ای و کارکردی مدون در این چارچوب ابزارگریز از انحراف را به دست می دهند.» (کیا: ۴۶)

بخش قابل توجهی از موضوع های برنامه به تفاهم والدین در ارائه الگوهای تربیتی و نیز تربیت دینی فرزندان اختصاص یافته است.

مطلب سوم در این ارتباط، مقایسه موضوع ها و مشکلات مطرح شده در برنامه و معضلات اجتماعی موجود است. همان گونه که یافته های پژوهش نشان می دهد، در صد قابل توجهی از مطالب برنامه (۱۸٪) به موضوع ازدواج اختصاص داشته است. در برنامه مسافران خوشبختی کارشناس محترم، به ذکر ملاک های انتخاب همسر و محیط ها و زمینه های رشد لازم برای ازدواج می پردازد؛ مطالبی که با در نظر گرفتن آنها، جوانان می توانند در زندگی مشترک موفق باشند و مانع از بروز طلاق شوند. در بخش چارچوب نظری پژوهش نیز ملاحظه شد که یکی از معضلات کنونی جامعه افزایش میزان طلاق ها و کاهش میزان ازدواج هاست.

به این ترتیب تقریباً در ۱/۵ از مدت زمان برنامه به این معضل عمده اجتماعی پرداخته شده است. با وجود این پاره ای از موضوع ها و مشکلات مهم و مزمن خانوادگی و اجتماعی در این برنامه طرح نشده است. از جمله این مشکلات افزایش جمعیت است. از آنجا که بخش زیادی از جمعیت کشور را جوانان تشکیل می دهند و کاهش نرخ رشد جمعیت به کندی صورت می گیرد، آموزش مداوم مسائل جمعیتی از طریق رسانه ها ضرورت دارد.

مشکل دیگری که جای طرح آن در این جا خالی است، اشتغال زنان یا تعارض نقش زنان است. در جامعه ما زنان رفته رفته، نقش های متعددی در خارج از خانه به عهده می گیرند و این مطلب ممکن است به بروز اختلافات خانوادگی منجر شود و چه بسا برخی از خانواده ها را با خطر تلاشی شدن مواجه کند. از این رو پرداختن به آن از طریق رسانه های جمعی ضرورت دارد.

مطلب دیگر تنوع و مشکلات اجتماعی مطرح شده در برنامه است. همان گونه که یافته های پژوهش نشان می دهد، انواع موضوع ها و مشکلات ریز و درشتی که خانواده ها با آن مواجه اند در برنامه مطرح شده که از جمله آنها می توان به ازدواج، تربیت فرزندان، پوشاک، مسکن، تورم، مصرف بی رویه دارو و بازنشسته ها اشاره کرد. به عبارت دیگر در این برنامه در خصوص وجوه مختلف زندگی مادی و معنوی خانواده ها بحث و بررسی شده است.

مطلب آخر در این باره، موضوع هایی نظیر آشنایی با سازمان دانش آموزی است که به نظر می رسد طرح آنها در این برنامه چندان

ضرورت نداشته است. با توجه به اینکه تقریباً تمامی مطالب آن بعد اطلاع رسانی دارد و نیز در مقایسه با موضوع ها و مشکلات مهم تر خانه و مدرسه، کم اهمیت تر است. همچنین به نظر می رسد که اختصاص تقریباً تمامی بخش های یک برنامه در یک فصل به موضوع زنان سرپرست خانوار ضرورتی نداشته است.

در جمع بندی از برنامه نیز می توان گفت که گذشته از پاره ای نواقص و کاستی ها در بخش ها و محتوا، این برنامه به ویژه در بخش های مصاحبه و مشاوره خانوادگی، با پرداختن به معضلات و مشکلات مختلف اجتماعی، همچون یک مشاوره خانواده توانسته تا حد زیادی پاسخ گوی نیاز مخاطبان باشد و اعتماد آنها را جلب کند.

### پیشنهادها

- مصاحبه و تحلیل های کارشناسی، محور برنامه خانه و خانواده است و بیشتر مخاطبان برنامه نیز خواستار افزایش مدت زمان آن بوده اند. بنابراین پیشنهاد می شود مدت زمان بیشتری از برنامه به این بخش اختصاص داده شود. به سبب اهمیت و نقش تماس های تلفنی در برنامه، افزایش مدت زمان یا تعداد آن ضرورت دارد. در این زمینه می توان از مدت زمان موسیقی کاست و تعداد تماس های تلفنی را افزایش داد.

- در مصاحبه های کارشناسی، علاوه بر اهل فن و دانش، از نظرات مسئولان نهادها و سازمان های دولتی حداقل از طریق تماس تلفنی استفاده شود.

- مدت زمان اختصاص یافته به مجری تعدیل شود. این مدت نباید به اندازه ای باشد که سایر بخش های برنامه به ویژه بخش مصاحبه را پوشش دهد.

- در ارتباط با پیشنهاد قبل، مجری حتی الامکان از پرداختن به تحلیل های کارشناسی خودداری کند.

- پخش آگهی بازرگانی با اهداف برنامه همخوانی ندارد. حتی الامکان از پخش آن در برنامه خودداری شود.

- خانواده ها به مطالب آموزشی و مطالب اطلاع رسانی به یک اندازه نیاز دارند (اگر نگوییم که به مطالب آموزشی نیاز بیشتری دارند) و از این رو بهتر است در ارائه مطالب آموزشی و اطلاع رسانی تعادل برقرار شود.

- همواره بخش هایی از برنامه به طرح بزرگداشت مناسبت های روز اختصاص می یابد. طرح این مطالب نباید به اندازه ای باشد که جای مطالب اصلی برنامه را بگیرد.

- به منظور بهره مندی تعداد بیشتری از مخاطبان اعلام موضوع برنامه هفته های بعد در پایان برنامه یا به صورت زیرنویس در سایر برنامه ها ضرورت دارد.

- در نظر خواهی از مردم و نیز در تماس های تلفنی با برنامه، مخاطبان خواستار افزایش مدت زمان این برنامه بوده اند. با توجه به این درخواست ها و نیز موضوع ها و مشکلات خانوادگی بسیاری که نیاز به بحث و بررسی دارد، پیشنهاد می شود مدت زمان برنامه افزایش یابد یا تهیه برنامه مکملی در ساعتی دیگر در دستور کار تهیه کننده های محترم قرار گیرد.

- با توجه به مشکل افزایش جمعیت در جامعه ما آموزش مسائل جمعیتی از طریق رسانه‌ها ضرورت حیاتی دارد. به‌خصوص از طریق ویژه برنامه‌های خانوادگی و از جمله برنامه خانه و خانواده. پیشنهاد می‌شود که موضوع برنامه در یک روز هفته به آموزش مسائل جمعیتی اختصاص یابد.

- معمولاً اشتغال زنان مشکلاتی را در خانواده‌ها به وجود می‌آورد. بنابراین لازم است بحث و بررسی در این زمینه و آگاهی دادن به خانواده‌ها، در این برنامه گنجانده شود.

## رسانه‌های ارتباطی چه برای این کار برنامه ریزی شده باشند و چه نشده باشند. آموزش دهنده‌اند؛ زیرمردم همواره از آنها می‌آموزند و تأثیر می‌گیرند. رسانه‌ها فراهم آورنده دانش و تشکیل دهنده ارزش‌ها هستند

- هر چند پرداختن به مسئله طلاق در برنامه ممکن است ناخوشایند باشد ولی با توجه به افزایش آمار آن در جامعه ما، لازم است که در این زمینه بحث و بررسی شود.

- با توجه به اهمیت موضوع‌هایی همچون نگهداری از سالمندان، صرفه جویی، مبارزه با اعتیاد، بهداشت خانواده و... پرداختن به آنها در برنامه ضروری به نظر می‌رسد.

- در کنار دعوت خانواده‌ها به صرفه جویی در مصرف کالاهای مختلف (مواد غذایی، پوشاک، آب، برق، سوخت...) راه‌های استفاده بهینه از این مواد و کالاها به ویژه در فضولی که مصرف این کالاها افزایش می‌یابد آموزش داده شود.

- بروز مشکلاتی در مقاطع خاص چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی، باعث نگرانی خانواده‌ها می‌شود. به عنوان نمونه می‌توان از بیماری سارس نام برد. قطع برنامه‌های عادی و پرداختن به این نوع مشکلات و آگاهی دادن به خانواده‌ها، ضرورت دارد.

- درباره ازدواج، برنامه‌های بسیاری از رسانه پخش شده که مضمون و قابل توجه بوده است. ولی در بعضی زمینه‌ها خانواده‌ها همواره نیازمند آگاهی هستند. تعیین مهریه‌های سنگین، تهیه جهیزیه پرهزینه، برگزاری مراسم پرخرج ازدواج و... همچنان گریبانگیر خانواده‌هاست و از پیامدهای منفی آن بالا رفتن سن ازدواج است. آگاهی دادن به خانواده‌ها در این زمینه‌ها همواره باید در دستور کار برنامه باشد.

- مراجعه به رمال‌ها و دعانویس‌ها برای حل مشکلات هنوز در بعضی خانواده‌ها رایج است. در این زمینه می‌توان با تهیه برنامه‌هایی به ویژه در قالب نمایشی، خانواده‌ها را از پیامدهای منفی و ضرر و زیان‌هایی که این مسئله در پی دارد، آگاه کرد.

- ممکن است جو حاکم بر خانواده به دنبال رد شدن از کنکور و راه نیافتن به دانشگاه، فشار روحی - روانی شدیدی را متوجه جوانان کند. در این زمینه می‌توان با کمک گرفتن از مشاوران متخصص، شیوه برخورد صحیح را به خانواده‌ها آموزش داد.

- با اینکه موضوع یکی از برنامه‌ها، تأثیر و نقش زنان، به ویژه زنان روستایی در اقتصاد خانواده است، ولی در این برنامه و سایر برنامه‌ها، مسائل و مشکلات زندگی روستاییان به طور اخص مورد بحث قرار نگرفته است. با توجه به تفاوت زندگی روستاییان

با شهرنشینان در بسیاری زمینه‌ها و نیز نسبت روستایی به شهری، بهتر است بخشی از برنامه‌ها به بررسی مشکلات خاص زندگی روستاییان اختصاص یابد و یاد هر برنامه به تفکیک درباره مشکلات زندگی خانواده‌های روستایی صحبت شود.

- ذکر آیات قرآن و احادیث و نیز نقل قول از بزرگان علم و ادب بر اعتبار و سندیت مطالب برنامه می‌افزاید. بنابراین بهتر است حتی الامکان در تمامی برنامه‌ها، چه برنامه‌های معارف و دینی و چه سایر برنامه‌ها به اقتضای موضوع مورد بحث به منابع استناد شود.

### منابع:

- آصفی، آصفه. **زندگی در خانواده** تهران: انجمن ملی اولیا و مربیان.
- اتسلندر، پیتر. (۱۳۷۱). **روش‌های تجربی تحقیق در علوم اجتماعی** (ترجمه کاظم زاده) آستان قدس.
- باد، ریچارد دبلیو. (۱۳۶۸). **تحلیل محتوا در رسانه‌های گروهی** تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- برجعلی، احمد. (۱۳۷۹). **۳۰۰ خرداد** خانواده متعادل، تعریف و ویژگی‌ها **دوران امروز**.
- جمعیت ایران از مرز ۶۵/۵ میلیون نفر گذشت (۱۳۸۱، ۲۰ آبان). **جام جم**.
- خزعلی، مریم. (۱۳۷۶). **آبان**. خانواده و فرهنگ عمومی پیوند انجمن اولیا و مربیان.
- صالحی، جواد. (مترجم) **مشاوره**، نیاز جامعه امروز **اصلاح و تربیت ۹۵**.
- فراریان از منازل (۱۳۸۱). **فروردین**. **حیات نو**.
- کاظمی پور، شهلا. (۱۳۷۵). **نقش رسانه‌ها در آموزش مسائل جمعیت. پژوهش و سنجش**.
- کبیا، علی اصغر. (۱۳۷۸) **نقش و کارکرد رادیو در نظام اجتماعی** (گزارش پژوهشی). تهران: اداره کل تحقیق و توسعه صدا.
- گزارش اجمالی خودکشی زنان. (۱۳۷۹، آذر). معاونت امور اجتماعی و توسعه مشارکت‌ها مدیریت مرکز امور مشارکت زنان ریاست جمهوری آمار اجتماعی.
- گلچین، مسعود. (مهر ۱۳۸۰). **تحلیل محتوای برنامه خانه و خانواده مجله رادیو**.
- محمدی فرود، حمید. **مشاوره و خصوصیات و صلاحیت‌های مشاوره. نشریه اصطلاح و تربیت**.
- معتمدنژاد، کاظم. (بهار، ۱۳۷۱) **مطالعات انتقادی در وسایل ارتباط جمعی. رسانه ۹**.
- معتمدنژاد، کاظم. **وسایل ارتباط جمعی**. تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.
- موسوی چلک، حسن. (۱۳۸۱). **توسعه، جرایم و آسیب‌های اجتماعی** (مجموعه مقالات همایش چالش‌ها و چشم‌اندازهای توسعه ایران). تهران: سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور.
- نوروزی، لادن. (۱۳۸۱). **روند تحولات وضع زناشویی در کشور**. (مجموعه مقالات همایش چالش‌ها و چشم‌اندازهای توسعه ایران) تهران: سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور.
- هاشمی نژاد، شهلا. (۱۳۷۹). **نظرخواهی از مردم تهران در مورد برنامه خانه و خانواده**. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.

