

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پژوهشکده مطالعات فرهنگی و ارتباطات

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته دین و رسانه

**بازشناسی الگوی بومی آموزش تربیت جنسی در رسانه
با توجه به ویژگی‌های فرهنگی و آموزه‌های دینی**

استاد راهنما:

دکتر سیده زهرا اجاق

استاد مشاور:

دکتر بشیر معتمدی

پژوهشگر:

فرزانه فولادبند

دی ماه ۱۳۹۹



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
مدیریت تحصیلات تکمیلی

باسمه تعالی

هیأت داوران در جلسه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۸

پایان نامه تحصیلی خانم فرزانه فولادبند دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد

رشته دین و رسانه

تحت عنوان :

بازشناسی الگوی بومی آموزش تربیت جنسی در رسانه با توجه به ویژگی های فرهنگی و ملاحظات دینی را بررسی کردند و با نمره ۲۰ و درجه عالی به تصویب نهایی رسید.

امضا
امضا
امضا
امضا
امضا

۱. استاد راهنمای پایان نامه، سرکار خانم دکتر سیده زهرا اجاق
۲. استاد مشاور پایان نامه، جناب آقای دکتر بشیر معتمدی
۳. استاد داور پایان نامه، سرکار خانم دکتر زهره کشاورز
۴. رییس پژوهشکده، سرکار خانم دکتر سیده زهرا اجاق
۵. مدیر تحصیلات تکمیلی، جناب آقای دکتر روح الله کریمی

❖ با سپاس از همه آموزگارانم، بابت آنچه از آنان آموخته‌ام.

❖ با سپاس فراوان از سرکار خانم دکتر سیده زهرا اجاق، استاد راهنما و جناب آقای دکتر بشیر معتمدی، استاد مشاور این پایان‌نامه که در انجام پژوهش از راهنمایی و دانش‌شان بهره برده‌ام.

❖ با سپاس از پدر و مادرم، بابت تمام زحماتی که کشیده‌اند.

❖ با سپاس فراوان از همسر عزیزم بابت مهر، صبوری و حمایت بی‌دریغش.

❖ تقدیم به فرزندانم و همه فرزندان ایران زمین ...

چکیده

تربیت جنسی یکی از موضوعات مهم تربیتی است. والدین تلاش می‌کنند فرزندی تربیت کنند که رفتارهای جنسی سالم داشته باشند و این توانمندی را داشته باشند که در مواقع خطر انتخاب‌های درست داشته باشند و از خودشان در برابر آسیب‌های جنسی محافظت کنند؛ به همین خاطر نیازمند دریافت اطلاعات صحیح، موثق و متناسب با ملاحظات فرهنگی و اعتقادی جامعه درباره تربیت جنسی هستند. از طرفی با توجه به نقش موثر رسانه در آموزش و در دسترس بودن و استفاده وسیع از آن توسط والدین می‌توان از این ظرفیت رسانه در آموزش تربیت جنسی به والدین بهره برد. هدف این پژوهش دستیابی به الگوی بومی تربیت جنسی از طریق رسانه برای آموزش، آگاه‌سازی و توانمندسازی والدین است.

این پژوهش به روش کیفی و با استفاده از نظریه زمینه‌ای انجام شد. نمونه‌گیری نظری از صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران آموزش تربیت جنسی در رسانه انجام شد و ۱۳ نفر جهت مصاحبه انتخاب شدند. داده‌های پژوهش از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با این افراد جمع‌آوری و به روش تحلیل خرد شامل کدگذاری باز و محوری تحلیل شد. با تجزیه متن مصاحبه‌ها ۶۴۶ برچسب مفهومی و کدباز استخراج شد. در مرحله بعد این کدها بر اساس پرسش‌ها و اهداف پژوهش طبقه‌بندی و در مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها جای‌گذاری شدند. جهت نظم دادن به مقوله‌ها از چارچوب مفهومی نظریه زمینه‌ای شامل شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر، پدیده محوری، راهبردها و پیامدها استفاده شد و الگوی بومی آموزش تربیت جنسی در رسانه ترسیم شد.

جهت سنجش پایایی کدگذاری تعداد ۱۰ درصد از کدها به طور تصادفی انتخاب و توسط هر دو کدگذار (دانشجو و استاد راهنما) کدگذاری شدند. با در نظر گرفتن موارد اختلاف ضریب کاپای کوهن محاسبه شد که نتیجه نشان دهنده پایایی قابل قبول داده‌ها بود.

نتایج نشان داد وضعیت آموزش تربیت جنسی در رسانه‌های داخلی نیازمند توجه است. استفاده از قالب‌های رسانه‌ای مختلف با ارجحیت تلویزیون و پیام‌رسان‌های موبایلی، آموزش غیرمستقیم و متناسب‌سازی فرم ارائه اطلاعات با گروه‌های مختلف مخاطبان به‌عنوان ویژگی‌های فرمی در تربیت جنسی از طریق رسانه شناسایی شدند. به لحاظ محتوایی، متناسب بودن با فرهنگ و عرف جامعه، اتخاذ نگاه علمی به موضوع، لزوم آموزش خودمراقبتی و بدن‌آگاهی، پرهیز از افراط و تفریط و آموزش تدریجی واجد اهمیت معرفی شدند. همچنین نتایج نشان داد که برای توانمندسازی کودکان آموزش بهنگام، آموزش نقش‌های جنسیتی و ارائه الگوهای مناسب لازم هستند. در پایان براساس تحلیل داده‌ها «الگوی ارتباطی برنامه‌های آموزش تربیت جنسی در رسانه» ترسیم شد.

واژگان کلیدی: تربیت جنسی، آموزش جنسی، پیام‌های رسانه‌ای، والدین، کودک

فهرست مطالب

فصل اول، کلیات و بیان مسأله تحقیق.....	۱
مقدمه.....	۲
بیان مسأله.....	۲
اهمیت و ضرورت پژوهش.....	۶
اهداف پژوهش.....	۹
پرسش‌های پژوهش.....	۹
تعاریف و مفاهیم.....	۱۰
ساختار پایان‌نامه.....	۱۳
نتیجه‌گیری.....	۱۴
فصل دوم، پیشینه موضوع و مبانی نظری پژوهش.....	۱۵
مقدمه.....	۱۶
سابقه تربیت جنسی در جهان.....	۱۶
پیشینه داخلی پژوهش.....	۱۸
پیشینه خارجی پژوهش.....	۲۶
مبانی مفهومی.....	۳۱
نتیجه‌گیری.....	۳۵
فصل سوم، روش‌شناسی پژوهش.....	۳۶
مقدمه.....	۳۷
فنون و ابزارهای گردآوری اطلاعات.....	۳۸
نمونه‌گیری نظری.....	۳۸
پرسش‌های مصاحبه.....	۴۱
فرایند تحلیل محتوا.....	۴۳
اعتبارسنجی.....	۴۶
نتیجه‌گیری.....	۴۷
فصل چهارم، یافته‌ها.....	۴۸
مقدمه.....	۴۹

۴۹	یافته‌های حاصل از مصاحبه
۵۱	جداول تحلیل محتوا
۱۳۱	نتیجه‌گیری
۱۳۲	فصل پنجم، نتیجه‌گیری
۱۳۳	مقدمه
۱۳۳	نتایج توصیفی
۱۵۲	نتایج تحلیلی
۱۵۲	پاسخ به پرسش‌های فرعی پژوهش
۱۶۰	پاسخ به پرسش اصلی پژوهش
۱۷۵	محدودیت‌ها
۱۷۵	پیشنهادهای
۱۷۷	فهرست منابع

فصل اول

کلیات و بیان مسأله تحقیق

مقدمه

در این فصل ابتدا به بیان مسأله تحقیق می‌پردازیم و پس از تشریح اهمیت و ضرورت وجود برنامه‌های بومی آموزش تربیت جنسی در رسانه، اهداف و پرسش‌های اصلی و فرعی پژوهش را تبیین می‌کنیم. در ادامه به تشریح تعاریف و مفاهیم مورد استفاده در پژوهش می‌پردازیم و تعریف مشخصی برای این مفاهیم ارائه می‌کنیم. در پایان به‌طور فهرست‌وار به ساختار پایان‌نامه و اینکه چه بخش‌هایی دارد و در هر بخش به چه مواردی پرداخته می‌شود اشاره خواهیم کرد.

بیان مسأله

در فرهنگ ما صحبت درباره مسائل جنسی و اطلاع‌رسانی در این‌باره کار دشواری است. موضوع تربیت جنسی و به‌طور کلی ورود به مباحث مرتبط با تربیت و آموزش جنسی در غالب نظام‌های فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، آموزشی، دینی و اخلاقی چالشی عمیق، مهم، دقیق، در برخی ابعاد بسیار وسیع و در عین حال مملو از تابوهاست (معماری، ۱۳۹۷). با این وجود تربیت جنسی موضوعی مهم و حیاتی در پیشگیری از آسیب‌ها و ناهنجاری‌های جنسی است و نمی‌توان آن را نادیده گرفت.

افزایش آمار آسیب‌های جنسی کودکان، رفتارهای جنسی نامناسب در مدارس و حوادث گوناگون در زمینه آزار و تجاوزهای جنسی که با فواصل زمانی کوتاه از طریق رسانه‌ها منتشر و سبب نگرانی والدین می‌شود در کنار نتایج پژوهش‌هایی مبنی بر ناتوانی خانواده‌ها در زمینه تربیت جنسی فرزندان (امینی، تمنایی‌فر و پاشایی، ۱۳۹۰) لزوم توجه به آموزش تربیت جنسی در کشور و ارائه اطلاعات درست در این زمینه را نشان می‌دهد. افزایش آگاهی در زمینه مسائل جنسی سبب کاهش رفتارهای پرخطر می‌شود. در واقع آموزش به موقع همراه با تبیین ارزش‌ها نقش حفاظتی دارد (گرانسیت و همکاران، ۱۹۹۷ به نقل از معماری ۱۳۹۷). برنامه‌های آموزشی موجب روشن شدن ارزش‌ها و تقویت نگرش مثبت، بهبود مهارت‌های ارتباطی و کمک به تصمیم‌گیری در مورد مسائل جنسی می‌شود (صندوق جمعیت سازمان ملل متحد، ۲۰۱۵). رسانه‌ها می‌توانند در آموزش این قبیل موضوعات، مفید باشند.

رسانه‌های جمعی نقش مهم و موثری در انتقال اطلاعات و آموزش افراد جامعه دارند. کارکردهای مختلفی برای رسانه‌ها بر شمرده‌اند که انتقال میراث فرهنگی، آموزش، اطلاع‌دهی و جامعه‌پذیری، فرهنگ‌سازی و حفظ ارزش‌ها از جمله آنهاست (حبیب‌زاده ملکی، ۱۳۹۴). رسانه‌های ارتباطی خواه به‌طور برنامه‌ریزی‌شده یا نشده، آموزش‌دهنده هستند؛ زیرا مردم همواره از آنها تاثیر می‌پذیرند و

می‌آموزند. رسانه‌ها فراهم‌آورنده دانش و شکل‌دهنده ارزش‌ها هستند و اگر مستقیماً به کار گرفته شوند، می‌توانند نگرش‌ها یا مهارت‌های خاصی را توسعه دهند (دادگران، ۱۳۹۱). رسانه‌های جمعی این قدرت را دارند که تاثیر مثبتی بر رفتارها داشته و ارتباطات جنسیتی را ارتقاء دهند (استراسبرگر و همکاران، ۲۰۱۴). متون رسانه‌ای اغلب چندین زبان یا گونه‌های ارتباطی مانند تصاویر بصری (ثابت یا متحرک)، صوت (صدا، موسیقی یا کلام) و زبان نوشتار را با هم ترکیب می‌کنند (باکینگهام، ۱۳۸۹)؛ به همین سبب در آموزش و اطلاع‌رسانی کاربرد موثر دارند و می‌توانند بخشی از وظیفه اطلاع‌رسانی در زمینه تربیت جنسی را به عهده بگیرند؛ ولی به نظر می‌رسد که ملاحظات و محدودیت‌هایی که با ویژگی‌های فرهنگی و هنجارها و ارزش‌های اجتماعی کشور ما ارتباط دارند، سبب شده به درستی به این موضوع پرداخته نشود. مسأله این پژوهش این است که در کشور اسلامی ایران با ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی و ملاحظات و محدودیت‌های خاص، موضوع حساسیت‌آمیز آموزش تربیت جنسی از طریق رسانه باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد.

همانطور که الگوی استفاده و خشنودی نشان داده است، مخاطب از میان مجاری ارتباطی و محتواهایی که به وی عرضه می‌شود، محتوایی را که نیازها و علائقش را برآورده سازد، انتخاب می‌کند (کاتز، ۱۹۵۹). مشاهدات و تجربه زیسته پژوهشگران این پایان‌نامه نشان می‌دهد که نبود پیام‌های رسانه‌ای بومی در زمینه تربیت جنسی سبب شده است تا خانواده‌ها از تولیدات رسانه‌ای سایر کشورها (که بعضی از آنها صرفاً ترجمه شده است) استفاده کنند؛ در حالیکه چنین پیام‌هایی ممکن است با معیارهای اسلامی و وضعیت فرهنگ ایران تناسب نداشته باشد. با توجه به تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی ایران با کشورهای غربی، آموزش جنسی در ایران نیازمند ساختاری مبتنی بر ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی است. بیشتر خانواده‌های ایرانی در سبک تربیت و آموزش جنسی فرزندان خود با مشکلاتی مواجه هستند که از جمله مهم‌ترین آنها نگرش‌های محافظه‌کارانه نسبت به موضوعات جنسی، دانش ناکافی درباره تربیت جنسی کودکان، عدم آمادگی در شناسایی، رویارویی و مدیریت رفتارهای جنسی فرزندان است (مراقاتی خویی و همکاران، ۲۰۱۴). این در حالی است که در متون دینی اسلام به تربیت جنسی به عنوان یک موضوع مهم پرداخته شده و توصیه‌های کاربردی در این زمینه ارائه شده است؛ با توجه به ویژگی اسلامی فرهنگ ایرانی، متون دینی منبع ارزشمندی هستند که بازخوانی و استفاده از آنها در پیام‌های رسانه‌ای آموزش جنسی می‌تواند مفید و موثر باشد؛ اما هنوز نه از این منبع و نه سایر منابع برای دستیابی به الگوی بومی آموزش تربیت جنسی از طریق رسانه در ایران استفاده نشده است. آموزش تربیت جنسی برای افزایش سطح سلامت جنسی افراد و جامعه ضروری است.

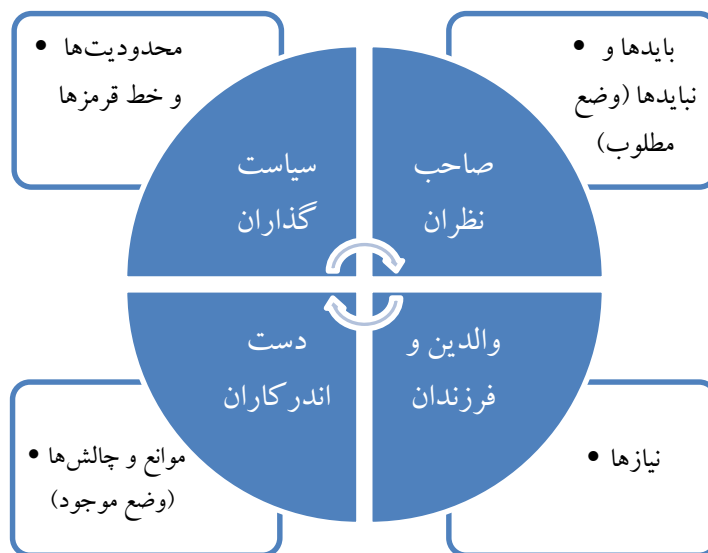
طبق تعریف سازمان بهداشت جهانی، سلامت جنسی تنها نبود بیماری، اختلال عملکرد و ضعف نیست بلکه قرار داشتن در وضعیت مطلوب فیزیکی، احساسی، روانی و رفاه اجتماعی در ارتباط با جنسیت است. سلامت جنسی نیازمند یک رویکرد مثبت و محترمانه نسبت به جنسیت و رابطه جنسی و امکان تجربه لذت بخش بدون اجبار، تبعیض و خشونت است (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۰۲). انتظار می رود الگوی بومی تربیت جنسی در ایران نیز به شیوه ای تنظیم شود که ضمن انطباق با هنجارها و ارزش های فرهنگی خاص جامعه ایران بتواند انتظارات سازمان بهداشت جهانی را نیز برآورده سازد.

یکی از ملاحظات مهم برای دستیابی به این منظور، فهم این موضوع است که آموزش تربیت جنسی به کودکان باید واجد چه ویژگی هایی باشد تا آثار سوء ناخواسته ای را پدید نیاورد. یکی از پیشنهادها استفاده از واسطه یا تسهیلگر برای آموزش های جنسی است. با توجه به رابطه نزدیک و در بیشتر مواقع صمیمانه والدین با فرزندان و اهمیت روزافزون این موضوع برای خانواده ها به نظر می رسد که بهتر است در ایران این آموزش از طریق والدین صورت گیرد. والدین برای ارائه آموزش های جنسی باید از مهارت ها و دانش کافی برخوردار باشند، تا بتوان آینده سالم جنسی در بزرگسالی را برای کودکان پیش بینی کرد (مرقاتی خویی، ۱۳۹۷). هرچقدر والدین دانایتر و آگاه تر باشند در فرایند تربیت جنسی فرزندان با مشکلات کمتری مواجه خواهند شد. از سوی دیگر خانواده هایی که نسبت به نقش ها، وظایف و مسئولیت ها بیشتر آگاهی دارند بهتر می توانند با فرزندانشان ارتباط برقرار کنند و آنها را به طریق مطلوب هدایت کنند (به پژوه، ۱۳۹۱). فراگیری مهارت های ارتباطی برای تسهیل گفت و گوی والدین و کودک و چگونگی رفع موانع ارتباطی یکی از موارد مهم در تربیت جنسی است و طبیعتاً آموزش این مهارت ها به والدین لازم و ضروری است. همچنین اهمیت تربیت جنسی به عنوان بخش مهم حقوق کودکان بر کسی پوشیده نیست. تربیت جنسی فرآیندی پویاست که از بدو تولد در داخل خانواده تا زمانی که کودک تحت مراقبت خانواده است ضرورت دارد (مرقاتی خویی، ۱۳۹۷). بنابراین آموزش تربیت جنسی یکی از نیازهای مهم خانواده های ایرانی است. والدین باید در زمینه تربیت جنسی فرزندان آموزش ببینند و به نظر می رسد رسانه ابزار مناسبی برای این نوع آموزش است. این پایان نامه تلاش می کند تا به الگویی دست یابد که از طریق رسانه به والدین درباره چگونگی آموزش جنسی به فرزندان و تربیت جنسی آنها دانش و مهارت بدهد.

با توجه به حضور همه مکانی و همه زمانی رسانه ها و احساس راحتی مخاطبان برای مواجه شدن با پیام مرتبط با تربیت جنسی که با استفاده از محتوا در مواقع تنهایی و بدون فشار حضور دیگران پدید

می‌آورد و همچنین با توجه به اینکه احتمالاً والدین در صورت مناسب دانستن محتوا از آن برای تربیت جنسی کودکان و نوجوانان استفاده خواهند کرد، این پایان‌نامه قصد دارد مشخص کند که «پیام رسانه‌ای مناسب» برای ترویج الگوی بومی آموزش تربیت جنسی باید واجد چه ویژگی‌هایی باشد.

برای دستیابی به این الگو باید درباره نیازها، امکانات، محدودیت‌ها، باید و نبایدها و موانع و چالش‌ها به شناخت کافی رسید. از این‌رو، قصد داشتیم از طریق مصاحبه نیمه‌ساختار یافته با والدین (نیازها)، سیاست‌گذاران (امکانات و محدودیت‌ها)، متخصصان و صاحب‌نظران (بایدها و نبایدها) و دست‌اندرکاران (موانع و چالش‌ها) به جمع‌آوری داده‌ها بپردازیم که با توجه به محدودیت زمانی و وجود پژوهش‌های داخلی درباره نیازسنجی والدین در زمینه تربیت جنسی از این گروه صرف‌نظر شد. همچنین به دلیل محدودیت‌های موجود پژوهشگر با وجود تلاش و پیگیری‌های مستمر موفق به دریافت اطلاعات از گروه سیاست‌گذاران نشد. بنابراین در این تحقیق داده‌ها از طریق مصاحبه با دو گروه صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران جمع‌آوری و با استفاده از روش نظریه زمینه‌ای تلاش شد الگویی مناسب برای آموزش تربیت جنسی از طریق رسانه متناسب با شرایط فرهنگی و آموزه‌های دینی در ایران ترسیم شود.



نمودار ۱-۱

طرح اولیه گروه‌های مورد مطالعه در تربیت جنسی در رسانه

اهمیت و ضرورت پژوهش

اهمیت و ضرورت این پژوهش را می‌توان در ۴ دسته بیان کرد:

الف) گسترش رفتارهای پرخطر

آمارها نشان می‌دهد در کشور ما رفتارهای جنسی نوجوانان نسبت به گذشته تغییرات چشمگیری داشته است و درصد قابل توجهی از نوجوانان رابطه غیرمجاز با جنس مخالف را در سن پایین تجربه کرده‌اند. طبق اطلاعات منتشر شده از سوی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی ایران (۱۳۸۸) پژوهشی که توسط محمود گلزاری، عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی انجام شده نشان داده است، ۸۰ درصد دختران مورد پرسش در چند دبیرستان دخترانه تهران اعلام کرده‌اند که رابطه با جنس مخالف را تجربه کرده‌اند. به گفته این پژوهشگر ۴۰ درصد دانش‌آموزان رابطه با جنس مخالف را از ۱۴ سالگی شروع کرده‌اند و ارتباط پیش از دانشگاه دختران و پسران نسبت به ۳۰ سال پیش، ۳ برابر شده و زمان شروع رابطه جنسی نیز به دوره راهنمایی رسیده است. (منظور برقراری ارتباط و قرارهای دوستانه با جنس مخالف است که پیش‌تر به این شکل در فرهنگ ما مرسوم نبوده است).

نتایج پژوهش دیگری که روی دانش‌آموزان نوجوان شهر تهران انجام شده است نیز نشان داده است بیش از ۸۱ درصد پسران و بیش از ۷۹ درصد دختران نوجوان دوست غیرهمجنس داشته‌اند. (رهنما، ۱۳۸۴)

افزایش آمار موارد آسیب جنسی کودکان، رفتارهای جنسی نامناسب در مدارس و آزار، تجاوز و ناهنجاری‌های جنسی نیز لزوم وجود برنامه آموزشی مناسب در این زمینه را نشان می‌دهد.

ب) ناآگاهی والدین در زمینه تربیت جنسی فرزندان

والدین اولین، موثرترین و مورد اعتمادترین منبع آموزش و کسب اطلاعات در زمینه آموزش تربیت جنسی هستند اما متأسفانه بیشتر آنها به دلیل نداشتن دانش کافی برای انجام این وظیفه احساس ضعف می‌کنند، در مورد آموزش مسایل جنسی به فرزندانشان دچار تردید و سردرگمی هستند، اطلاعات کافی در این زمینه ندارند و نمی‌دانند این کار را چگونه و چه وقت انجام دهند. پژوهش‌ها نشان‌دهنده یک چالش جهانی در برقراری ارتباط بین والدین و فرزندان برای آموزش‌های جنسی است و والدین با وجود تلاش برای برقراری ارتباط از دانش کافی در این باره برخوردار نیستند لذا آموزش و حمایت

والدین در این زمینه یک ضرورت جدی بوده و والدین نوجوانان هر جنس و سنی از وجود یک راهنما برای آغاز گفت‌وگو با نوجوان سود خواهند برد (جرمن کنستانتین، ۲۰۱۰).

پژوهش‌ها موید این هستند که با وجود اینکه والدین اولین منبع اطلاعات جنسی برای کودکان هستند و کودکان ترجیح می‌دهند اطلاعات جنسی را از والدین‌شان دریافت کنند اما نوجوانان اعلام می‌کنند در مورد موضوعات جنسی توسط والدین‌شان تحت آموزش قرار نگرفته‌اند (گوردون ۱۹۷۹). اطلاعات جنسی که والدین به فرزندانشان می‌دهند کاملاً محدود است (تورنبرگ، ۱۹۷۸). گاهی نیز والدین به دلیل شرم و حیا و تابو بودن موضوع جنسی از ارائه اطلاعات در این زمینه به فرزندانشان چشم‌پوشی می‌کنند. با وجود اینکه والدین و فرزندان هر دو ترجیح می‌دهند مسایل جنسی در خانه مورد بحث قرار بگیرد اما والدین برای انجام این کار احساس ناراحتی می‌کنند (آلتر، ۱۹۸۲).

پژوهش‌های داخلی هم نشان داده‌اند تنها ۱۱٫۵ درصد نوجوانان اطلاعات جنسی خود را از طریق والدین کسب می‌کنند و بیش از ۸۸٫۵ درصد آنها از منابعی غیر از والدین این اطلاعات را دریافت می‌کنند (رهنما، ۱۳۸۴). بنابراین والدین نیازمند آموزش صحیح در زمینه تربیت جنسی هستند تا آگاهی و مهارت لازم را فراگیرند.

ج) گسترش رسانه‌ها و افزایش فرصت استفاده از ظرفیت آنها

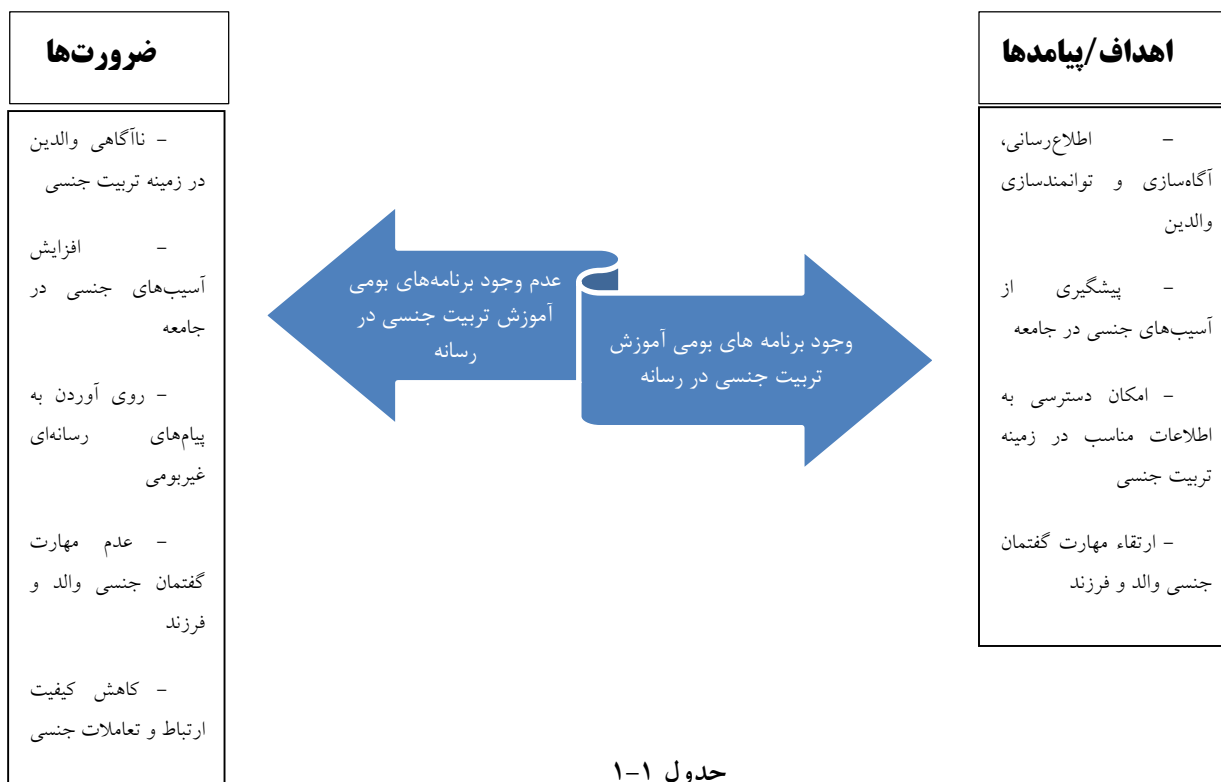
باورها و رفتارهای ما از زمینه تاریخی، اجتماعی و فرهنگی ما تاثیر می‌گیرد. رسانه نقش مهمی در انتقال فرهنگ دارد. لاسول در کتاب ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه (۱۹۴۸) معتقد است حراست از محیط، ایجاد همبستگی اجتماعی، انتقال میراث فرهنگی از نسلی به نسل دیگر از نقش‌های وسایل ارتباط جمعی در جامعه است.

با توجه به نقش، اهمیت و قدرت و نفوذ رسانه‌های جمعی در جامعه به نظر می‌رسد لازم است از این ظرفیت در آموزش تربیت جنسی استفاده شود. استفاده از رسانه در زمینه آموزش تربیت جنسی با آگاه‌سازی والدین و توانمندسازی فرزندان می‌تواند به انتخاب‌های سالم‌تر، کاهش رفتارهای پرخطر جنسی و کاهش آسیب‌های اجتماعی در این زمینه و ارتقای سطح سلامت جنسی در جامعه منجر شود.

د) وظیفه اجتماعی و دینی

فرزندان ما برای اینکه انتخاب‌های سالم داشته باشند نیاز به اطلاعات درست، مهارت‌ها و دسترسی به خدمات بهداشتی و حمایت اجتماعی دارند. ما از نظر شرعی مسئول تربیت جنسی نسل جوانیم تا به دام انحرافات اخلاقی و جنسی نیفتند (مرفاتی‌خویی، ۹۶).

نیاز جنسی یکی از نیازهای اصلی و غرایز قدرتمند انسان است که اگر در راه درست هدایت نشود می‌تواند برای فرد و جامعه آسیب‌هایی در پی داشته باشد. نقش دین در سرپرستی و هدایت انسان به سوی کمال حقیقی بدیهی و غیرقابل تردید است. موضوع تربیت جنسی نیز در دین مورد توجه قرار گرفته است و بازخوانی آموزه‌های دینی مطابق با تغییرات جوامع امروزی و استفاده و به کارگیری آن امری ضروری است. بنابراین این نیاز در جامعه وجود دارد که والدین در این زمینه آموزش ببینند و اطلاعات، آگاهی و مهارت لازم را دریافت کنند و اصول کاربردی تربیت جنسی بر اساس متون دینی را به کار ببرند. در این پژوهش به ارائه الگوی پیام رسانه‌ای که بتواند به این نیاز پاسخ دهد پرداخته می‌شود.



نتایج وجود و عدم وجود برنامه‌های بومی آموزش تربیت جنسی در رسانه

اهداف پژوهش

هدف اصلی

دستیابی به الگوی بومی تربیت جنسی از طریق رسانه برای آموزش، آگاه‌سازی و توانمندسازی والدین

اهداف فرعی

- تبیین ویژگی‌های فرمی پیام‌های رسانه‌ای جهت افزایش سطح آگاهی‌ها و مهارت‌های تربیت جنسی والدین از دیدگاه متخصصان و دست‌اندرکاران
- تبیین ویژگی‌های محتوایی پیام‌های رسانه‌ای از دیدگاه متخصصان و دست‌اندرکاران برای آگاه‌سازی والدین و آموزش مهارت فرزندپروری و تربیت جنسی به آنها
- دستیابی به مختصات پیام‌های رسانه‌ای جهت توانمندی فرزندان در زمینه تربیت جنسی طوری که بتوانند با کنترل درونی رفتارهای جنسی مناسب را انتخاب کنند.

پرسش‌های پژوهش

سوال اصلی

ابعاد و ویژگی‌های الگوی بومی تربیت جنسی از طریق رسانه برای والدین جهت آموزش، آگاه‌سازی و توانمند کردن آنها چیست؟

سوالات فرعی

- پیام‌های رسانه‌ای باید واجد چه ویژگی‌های فرمی باشند تا در افزایش سطح آگاهی‌های مفید والدین برای تربیت جنسی موثر باشند؟
- پیام‌های رسانه‌ای برای آگاه‌سازی والدین و آموزش مهارت فرزندپروری و تربیت جنسی به آنها باید چه ویژگی‌های محتوایی داشته باشد؟
- پیام‌های رسانه‌ای باید واجد چه مختصاتی باشند تا موجب توانمندی کودکان و نوجوانان در زمینه تربیت جنسی شوند؟ (طوری که بتوانند با کنترل درونی رفتارهای جنسی مناسب را انتخاب کنند.)

تعاریف و مفاهیم

در این بخش به تعریف مفاهیم مورد استفاده در پژوهش می‌پردازیم و ضمن بیان تعاریف مختلف از مفاهیم، تعریف مورد نظر در پژوهش را مشخص می‌کنیم.

تربیت

تربیت، عبارت است از پرورش دادن؛ یعنی استعدادهای درونی‌ای را که بالقوه در یک شی موجود است، به فعلیت درآوردن و پروردن؛ و بنابراین تربیت فقط در مورد جاندارها یعنی گیاه و حیوان و انسان صادق است و اگر این کلمه را در مورد غیرجاندار به کار ببریم، مجازاً به کار برده‌ایم؛ نه این که به مفهوم واقعی، آن شیء را پرورش داده‌ایم (مطهری، ۱۳۵۷).

طبق تعریف یونسکو، تمام کنش‌ها و اثرات، راه‌ها و روش‌هایی را که برای رشد و تکامل توانایی‌های مغزی و معرفتی و همچنین مهارت‌ها، نگرش‌ها و رفتار انسان به کار می‌روند البته به طریقی که شخصیت انسان را تا ممکن‌ترین حد آن تعالی بخشند، تعلیم و تربیت یا آموزش و پرورش گویند (دادگران، ۱۳۹۱). در این پژوهش مفهوم تربیت به این تعریف نزدیک‌تر است.

تربیت جنسی

تربیت جنسی مفهوم وسیع‌تری از آموزش جنسی دارد و نه تنها احساس جنسی را در بردارد بلکه دارای خصوصیات رشد شخصیت اجتماعی، اخلاقی و فرهنگی است (فرمینی فراهانی، ۱۳۹۱).

مقصود از تربیت جنسی، این است که کودک را به گونه‌ای پرورانیم که هنگامی که به سن بلوغ رسید، حلال و حرام را در مسائل جنسی تشخیص دهد و به وظایف زناشویی و همسری آگاه باشد و از لایبالیگری بپرهیزد و راه و رسم عفت اسلامی، خلق و خوی او باشد و در وادی شهوت، سرگردان نشود (بهشتی، ۱۳۹۲).

تربیت جنسی، این است که زمینه‌ها و عواملی که مربوط به مسائل جنسی است، طوری فراهم شود که استعدادهای شخصی در جهت کمال اختیاری فرد، شکوفا شود و او را برای رسیدن به کمال مطلوب، یاری نماید (ثابت، ۱۳۵۵).

در تعریف دیگری تربیت جنسی به این معنی است که، فرد در دوره‌های رشد کودکی، نوجوانی و جوانی، به گونه‌ای پرورده شود و آموزش ببیند که با جنسیت خود آشنا گردد و آن را بپذیرد؛ قدردان وجود خویش باشد و به آن افتخار کند؛ نقش مذکر یا مؤنث بودن از لحاظ اجتماعی را یاد بگیرد؛ احکام و آداب دینی در ارتباط با مسائل جنسی مربوط به خود و روابط با همجنس و جنس مخالف را فرا گیرد؛ آمادگی روانی برای ازدواج و تشکیل خانواده را پیدا کند؛ با مسائل مربوط به زندگی خانوادگی و روابط با همسر آشنا گردد و در سایه آن، به آرامش برسد؛ به گونه‌ای که عواطف و فعالیت‌های جنسی خویش را در جهت قرب الی الله و جلب و خشنودی خداوند به کار گیرد (فقیهی، ۱۳۵۱).

در این پژوهش تعریف تربیت جنسی نزدیک به تعریف اول است یعنی تنها به آموزش جنسی محدود نمی‌شود و ویژگی‌های رشد شخصیت اجتماعی، اخلاقی و فرهنگی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد.

رسانه

واژه رسانه در فرهنگ عمید «هر وسیله‌ای که مطالب یا خبری را به اطلاع مردم برساند، مانند رادیو، تلویزیون و روزنامه» تعریف شده است. رسانه وسیله یا ابزاری برای اطلاع‌رسانی است (حبیب زاده ملکی، ۹۴). امروزه رسانه از مفهوم اولیه خود یعنی اطلاع‌رسانی، بسیار فراتر رفته و از اطلاع‌رسانی صرف بیرون آمده، به مرحله تاثیرگذاری و تغییر و تحول در فرهنگ‌ها و آداب و رسوم رسیده و حتی پا را فراتر گذاشته و جهان را از حالت قطعه‌قطعه در آورده و به دهکده‌ای تبدیل کرده است که همه انسان‌ها هر لحظه که بخواهند در کمترین زمان ممکن و در حد چند دقیقه یا ثانیه از رویدادهای همه نقاط آن آگاهی پیدا می‌کنند و تاثیر می‌گذارند یا تاثیر می‌پذیرند (همان).

رسانه جمعی به آن دسته از ابزار ارتباطی مانند رادیو، تلویزیون، سینما، مطبوعات، نشریات ادواری، کتاب، کاست‌ها و نوارهای صوتی و تصویری، اینترنت و ماهواره و چند رسانه‌ها و مانند اینها اشاره دارد که در تمدن‌های جدید به وجود آمده و ویژگی‌های اساسی آنها قدرت و توانایی زیاد و شعاع عمل وسیع است (کازنو، ۱۳۸۴).

وسایل ارتباطی یا رسانه‌های جمعی ابزاری هستند که نه تنها امکان ارتباط با جمعیتی زیاد را فراهم می‌آورند (راجرز و شومیکر، ۱۳۶۹) بلکه کارهایی را انجام می‌دهند که به لحاظ کمی و کیفی از یک فرد ساخته نیست. می‌توان گفت یکی از شروط اصلی رسانه‌ها آن است که باید بخش قابل ملاحظه‌ای

از مردم را تحت پوشش خود قرار دهند (کازنو، ۱۳۸۴). مارشال مک لوهان بر این باور است که رسانه به فرم‌های فناوری شده یا همان پیام گفته می‌شود. به عقیده او رسانه‌ها امتداد انسان و به تعبیر دیگر ابزار یا امتداد ارتباطات انسانی هستند. آنتونی گیدنز در کتاب جامعه شناسی خود رسانه‌ها را ابزاری می‌داند که نگرش‌ها و بینش‌های مردم را عمیقاً تحت‌تاثیر قرار می‌دهد (حبیب زاده ملکی، ۱۳۹۴).

در این پژوهش منظور از رسانه، رسانه‌های جمعی مانند رادیو، تلویزیون، سینما، مطبوعات، نشریات ادواری، کتاب، کاست‌ها و نوارهای ویدئویی، اینترنت و پیام رسانی‌های موبایلی است که والدین در ایران به آنها دسترسی دارند.

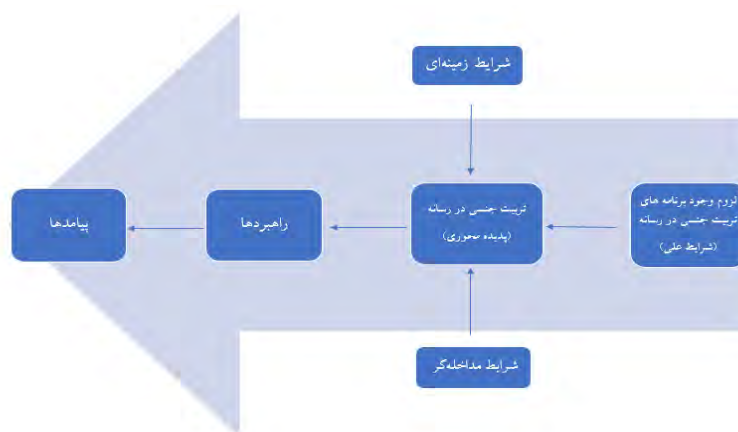
در این پژوهش فرم و محتوای پیام‌های رسانه‌ای مورد توجه قرار گرفته است. منظور از فرم یا قالب، نحوه و چگونگی رساندن محتوا به مخاطب است. مجموع ابزارها، روش‌ها، فناوری‌های جدید و کانال‌های ارتباطی رسانه‌های نوین که برای قرار دادن محتوا به صورت متن، تصویر، صدا و یا ترکیب آنها در اختیار مخاطب استفاده می‌شود، به فرم اشاره دارد. هر آنچه که از طریق فرم به مخاطب ارائه می‌شود محتوا تلقی می‌شود. محتوا، مفهومی است که در قالب‌های رسانه‌ای و به صورت اندیشیده و برنامه‌ریزی شده تولید و به مخاطب عرضه می‌شود.

کودک

تعریف‌های مختلفی از کودک وجود دارد. طبق تعریف یونسکو افراد زیر ۱۸ سال کودک محسوب می‌شوند. از نظر فقهی و حقوقی افرادی که به بلوغ شرعی نرسیده‌اند کودک به حساب می‌آیند. در پژوهش‌های علمی کودکان نیز دوره کودکی به گروه‌های سنی مختلف تقسیم می‌شود. پژوهش حاضر بر کودکان در رده سنی ۷ تا ۱۱ سال تمرکز دارد؛ زیرا کودکان در این رده سنی به بلوغ نزدیک می‌شوند و لازم است اطلاعات و آگاهی لازم را در این زمینه دریافت کنند و پیش از مواجهه با تغییرات جسمی و روانی بلوغ درباره نحوه برخورد و مدیریت آنها آموزش صحیح ببینند. بسیاری از مشکلات جنسی که برای کودکان و نوجوانان پیش می‌آید، در نتیجه بی‌اطلاعی از موضوعات جنسی است (فروزی عزیززاد و محمدعلیزاد، ۱۳۸۶)؛ لذا این پژوهش بر تربیت جنسی کودکان ۷ تا ۱۱ سال متمرکز است و به ویژگی‌های پیام رسانه‌ای تربیت جنسی برای آموزش والدینی که فرزند در این محدوده سنی دارند می‌پردازد.

الگوی بومی

منظور از الگو یا مدل، چارچوب مفهومی برای تحلیل داده‌هاست که اجزای پدیده را تشریح می‌کند و نشان می‌دهد چه چیزی در جریان است. چنین طرحی به ما در درک بهتر پدیده‌ها کمک می‌کند. در اینجا برای ترسیم الگو از پارادایم گراند تئوری کمک گرفته شده است. پارادایم در واقع چیزی بیش از چشم‌اندازی نیست که برای نگریستن به داده‌ها اتخاذ کرده‌ایم. پارادایم یک موضع تحلیلی است که در گردآوری و نظم دادن به داده‌ها به ما کمک می‌کند به نحوی که آن ساختار و فرایند با هم در پیوستگی بمانند. ساختار بستر یا زمینه‌ای است که مقوله در آن قرار دارد. فرایند توالی‌های عمل/تعامل مرتبط با یک پدیده است که در طول زمان شکل می‌گیرند و بسط می‌یابند (استراوس و کوربین، ۱۹۹۶). این الگو شامل شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر، پدیده اصلی، راهبردها و پیامدهاست. هر کدام از اجزاء مدل با استفاده از داده‌های پژوهش که از مصاحبه با افرادی که در حوزه تربیت جنسی در رسانه‌های ایران کار می‌کنند و صاحب‌نظر هستند تکمیل شده و در نهایت طرح کلی که مختص شرایط اجتماعی و فرهنگی ایران است ترسیم می‌شود که همان الگوی بومی است.



شکل ۱-۱

چارچوب مفهومی جهت نظم دادن به داده‌های پژوهش و ترسیم الگو

ساختار پایان‌نامه

این پایان‌نامه در ۵ فصل و به شرح زیر تدوین شده است:

فصل اول، کلیات و بیان مسأله تحقیق

فصل دوم، پیشینه موضوع و مبانی نظری پژوهش

فصل سوم، روش پژوهش

فصل چهارم، یافته‌ها

فصل پنجم، نتیجه‌گیری

نتیجه‌گیری

با توجه به اهمیت تربیت جنسی برای کودکان این پایان‌نامه قصد دارد تا الگوی بومی برای تربیت جنسی کودکان با واسطه‌گری رسانه‌ها ارائه کند و در این راستا ویژگی‌های مناسب شکلی و محتوایی پیام‌ها را مورد مطالعه قرار دهد. این پایان‌نامه فصل پنج خواهد داشت که در فصل بعد به پیشینه موضوع و مبانی نظری پژوهش اختصاص دارد.