

مطالعه تطبیقی ارائه الگوهای فرهنگی سنتی و مدرن در شبکه های ماهواره ای و داخلی

دکتر محمدرضا رسولی*

حوریه حقیقی نیا**

چکیده

دنیای ما با انتقال نظام های گوناگون رسانه ای و عرضه و فروش برنامه های تولیدی به کشورهای مختلف به راحتی در حال تبدیل به یک دهکده ی جهانی است. انسان های کنونی، با حضور این نهادهای رسانه ای به دنیا می آیند و اندیشه و کنش خویش را ناخودآگاه با آنها همگام می کنند. این مقاله براساس پژوهشی با هدف، مطالعه تطبیقی الگوها و ارزش های ارائه شده در سریال های افسانه افسونگر از شبکه ماهواره ای فارسی ۱ و جراحی از شبکه ۳ سیما در ابعاد و مولفه های فرهنگی، تنظیم شده است. جهت نیل به این هدف، از روش تحلیل محتوا و از تکنیک پرسشنامه معکوس استفاده شد. همچنین، از میان قسمت های سریال افسانه ی افسونگر به روش نمونه گیری نظام مند یا سیستماتیک نمونه ای مناسب و قابل تعمیم انتخاب گردید. لازم به ذکر است که تمامی قسمت های سریال جراحی به طور کامل مورد بررسی قرار گرفت. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که در مجموع، سریال های مورد مطالعه، در حوزه های مختلف فرهنگی الگوها و ارزش های متفاوتی را ارائه نموده اند و به ارائه الگوها و ارزش های مدرن بیش از الگوها و ارزش های سنتی پرداخته اند اما در برخی از حوزه ها نیز به طور سنتی عمل کرده اند.

واژه های کلیدی: تلویزیون، شبکه ماهواره ای، سریال ها، الگوها و ارزش های فرهنگی (سنتی/مدرن).

Email: Rasouli57@yahoo.com

*استادیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

Email: Haghghinia_H@yahoo.com ** کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی - تحقیق در ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی



مقدمه

"همه رسانه ها در کار زیر و رو کردن محتویات اندیشه های ما هستند و حضورشان در زندگی ما از لحاظ شخصی، سیاسی، اقتصادی، زیباشناختی، روانشناسی، اخلاقی و اجتماعی آن چنان نافذ و گسترده است که ما به هیچ رو از تماس، تأثیر پذیری و تغییری که در ما پدید می آورند، در امان نخواهیم ماند" (کمالی پور، ۱۳۷۱: ۶۳).

امروزه، تکنولوژی هایی از قبیل ماهواره، تلفن، کامپیوتر، رادیو و تلویزیون این امکان را برای ما فراهم آورده است که با وجود جدایی های جمعی و جغرافیایی، با هموعانمان در سراسر جهان به واسطه ی الکترونیک در ارتباط قرار گیریم (کمالی پور، ۱۳۷۱: ۶۶). "در میان این وسایل، تلویزیون بخشی از واقعیت زندگی روزمره ی ماست و عالم صغیر دنیای اجتماعی ما را درنوردیده است. تلویزیون در تنظیم و سازمان دهی این جهان نیز دخالت دارد. در برنامه ریزی امور روزمره و تعامل اعضای خانواده تأثیر می گذارد و چارچوب هایی را برای ادراک جمعی^۱ عرضه می دارد. این رسانه دنیای روزمره را به نظام های جامع تر و بنیادین حیات اجتماعی و سیاسی پیوند می دهد. ما دارای یک فرهنگ تلویزیونی هستیم؛ جرج گربرنر^۲ در جایی تلویزیون را بازوی فرهنگی نظم صنعتی خوانده است" (دالگرن، ۱۳۸۵: ۷۰).

ژان کازنو در کتاب قدرت تلویزیون می گوید: "بین انواع مختلف رسانه های گروهی، تلویزیون بیش از همه توانایی دارد که در تبدیل واقعیت به نمایش نقش داشته باشد؛ زیرا تلویزیون با تمام منابع تصویری و صوتی خود، چنان واقعیت و خیال را در هم می آمیزد که کل موقعیت انسانی، با تمام شکل های خود به نمایش تبدیل می شود" (کازنو، ۱۳۶۴: ۱۲۶).

این نکته به ثبوت رسیده است که "اگر تلویزیون وجود نداشت بسیاری از مسائل بزرگ فرهنگ و شناخت بشری برای بسیاری از افراد ناشناخته می ماند" (ملون مارتینز، ۱۳۵۰: ۲۱۱). همچنین "دنیای ما با انتقال نظام های گوناگون رسانه ای و عرضه و فروش برنامه های تولیدی به کشورهای مختلف به راستی در حال تبدیل به یک دهکده ی جهانی^۳ است" (کروز اوبراین، ۱۳۷۴: ۱). انسان های کنونی، با حضور این نهادهای رسانه ای به دنیا می آیند و اندیشه و کنش خویش را ناخودآگاه با آنها همگام می کنند. در حقیقت، این نهادها، هنجارها و ارزش های عصر جدید را می سازند و به دیگر سخن، فرهنگ نو پدید می آورند (دستور نیکو، ۱۳۸۱: ۱۷۳) و "در ایجاد فرهنگی همگانی و جهان شمول که بخشی از نظام جامعه ی جهانی محسوب می شود، نقشی تعیین کننده دارند. هر چند در کل، فرهنگ، امری معنوی است که ریشه در تاریخ، آداب و سنن و حتی جغرافیای یک دسته، ملت و قوم دارد و شناخت آن نیازمند بررسی و مطالعه ی تاریخی اجزای سازنده ی فرهنگ است، ولی امروزه با وجود وسایل ارتباطی پیشرفته و فناوری های نوین، نه تنها موقعیت های جدید فرهنگی، بلکه گسترش جهانی فرهنگ را پیش رو داریم" (همان: ۱۴۰).

مردم سراسر جهان به نحو فزاینده ای در زندگی روزمره ی خود، با فرهنگ های دیگر رویارو می شوند و

^۱ collective perception

^۲ George Gerbner

^۳ global vilage

ارزش‌هایی از نوع دیگر و نگرش‌هایی متفاوت را کشف می‌کنند و به این وسیله با چهره‌های بسیاری در جوامع بشری آشنا می‌شوند. با پخش مستقیم برنامه‌های تلویزیونی از ماهواره، جهان و روابط حاکم بر آن، به ظاهر به صورت پهنه‌ای کاملاً باز نمایش داده می‌شود و این امر تأثیر فزاینده‌ای بر زندگی ملت‌ها و روابط جهانی می‌گذارد (دستور نیکو، ۱۳۸۱: ۱۳۸).

"بیان این نکته حائز اهمیت است که نقش اصلی تلویزیون در زندگی مردم سرگرمی^۱ است. برای مخاطبان، نقش تلویزیون به عنوان یک معلم، منبع اطلاع‌رسانی و محرک ذهنی، اهمیتی ثانویه دارد" (باروایز و ارنبرگ، ۱۳۷۸: ۲۸). از طرفی، کارکرد نمایشی یا سرگرمی تلویزیون، ضمن انتقال فرهنگ باعث تخفیف و کاهش فشاری که در زندگی واقعی به وجود می‌آید، شده و از سقوط ناگهانی جامعه ممانعت می‌کند (محسنیان راد، ۱۳۸۲: ۲۴). به طور کلی وسایل ارتباط جمعی، نه تنها یکی از عناصر مهم و اساسی زندگی گروهی انسان به شمار می‌رود، بلکه سنگ بنای جامعه و هسته اصلی تشکیل‌دهنده اجتماع است. از این رو در نظام‌های اجتماعی کوچک و بزرگ، در انتقال دانش‌ها، مهارت‌ها، نگرش‌ها، باورها و ارزش‌ها نقش برجسته‌ای داشته و به شکل‌گیری و تغییر شناخت‌ها، عقاید، ارزش‌ها و رفتار انسان منجر می‌گردد. "رسانه‌ها در حکم انتقال‌دهنده فرهنگ برای انتقال اطلاعات، ارزش‌ها و هنجارها از یک نسل به نسل دیگر و از افراد جامعه به تازه‌واردها، کاربرد دارند. آنها در این راه با گسترش بنیان تجربه مشترک، انسجام اجتماعی را افزایش می‌دهند" (سورین و تانکاراد، ۱۳۸۱: ۴۵۲).

اما یکی از مسائل مهمی که کشورهای جهان سوم، از جمله ایران با آن دست به‌گریبان است، تقابل میان زیرساخت‌های جامعه با فناوری‌های نوین است (دستور نیکو، ۱۳۸۱: ۱۶۷) و مهم‌ترین چالشی که این رسانه‌ها در جامعه ایران به وجود آورده‌اند، ناشی از تقابل آشکار بین ارزش‌های سنتی - مذهبی و جهت‌گیری‌های مدرن این رسانه‌ها با این ارزش‌ها است. "ارزش‌های اجتماعی یکی از عناصر کلیدی در نظام فرهنگی هر جامعه‌ای هستند و شناخت آن‌ها نقش بسیار مهمی در شناخت نظام فرهنگی دارند. از این رو، دانشمندان علوم اجتماعی سعی وافر کرده‌اند که روش‌هایی برای سنجش نظام ارزشی جوامع ابداع کنند. اهمیت ارزش‌های اجتماعی از آن روست که ترجیحات و سوگیری‌های ارزشی یکی از مهم‌ترین تعیین‌کننده‌های جهت‌های رفتاری اعضای یک جامعه هستند. ارزش‌ها ریشه در باورها، عقاید یک جامعه دارند و براساس این باورهاست که اعضای جامعه چیزی را خوب یا بد، زشت یا زیبا، اخلاقی یا غیر اخلاقی می‌دانند. نظام‌های بزرگ عقیدتی و به بیان دیگر ادیان جهانی برای تغییر نظام ارزشی و در نتیجه‌ی آن نظام اجتماعی ابتدا کوشیدند که باورهای پیروان خود را دگرگون سازند. بنابراین تغییرات اجتماعی ریشه در تغییر باورها و ارزش‌های یک جامعه دارند. به تعبیر رسای قرآن وضع هیچ قومی دگرگون نمی‌شود مگر آن که ابتدا خود را تغییر دهند. به دیگر سخن، تا باورها و ارزش‌های اجتماعی یک جامعه تغییر نکنند آن جامعه تغییر نخواهد کرد" (کوثری، ۱۳۷۸: ۲).

هر چند ممکن است مردمی که در نقاط مختلف جهان زندگی می‌کنند و از نظر فرهنگی با هم تفاوت فراوان دارند، شیفته‌ی سریال‌های پر طرفدار باشند، ولی به واقع هیچگونه مطالعه‌ی تطبیقی در اختیار نیست تا راهنمای ما

^۱ چارلز رایت محقق آمریکایی در سال ۱۹۶۰، کارکرد نمایشی یا سرگرمی را به عنوان کارکرد چهارم وسایل ارتباط جمعی به طرح لاسول (نظارت بر محیط، همبستگی اجتماعی و انتقال میراث اجتماعی از یک نسل به نسل دیگر) اضافه کرد.

در شناسایی چنین برنامه‌ها و ارزش‌هایی باشد که مردم فرهنگ‌های گوناگون و دارندگان پیشینه‌های اجتماعی مختلف در هر فرهنگ را تحت الشعاع قرار می‌دهد. بنابراین، بدون چنین مطالعاتی نمی‌توانیم در مورد انتقال ارزش‌ها به گروه‌های مختلف مردم به قضاوت بنشینیم (کروز اوبراین، ۱۳۷۴: ۲).

در حال حاضر، با توجه به دسترسی و بهره‌مندی شمار زیادی از افراد جامعه به برنامه‌هایی که از طریق شبکه‌های پخش مستقیم ماهواره‌ای^۱ و به طبع جاذبه‌هایی که این برنامه‌ها برای قشر جوان جامعه و همچنین خانواده‌ها داشته‌است، ضرورت نگاهی دقیق به محتوای این برنامه‌ها بیش از پیش احساس می‌شود.

لازم به ذکر است که سریال‌های تلویزیونی یکی از پربیننده‌ترین قالب‌های برنامه‌های تلویزیونی است. گزارش نظرسنجی انجام شده توسط مرکز تحقیقات صدا و سیما حاکی از آن است که ساختار مورد علاقه‌ی ۸۸ درصد پاسخگویان، مجموعه‌های تلویزیونی می‌باشد.^۲

در میان شبکه‌های ماهواره‌ای قابل دریافت، شبکه‌ای به نام فارسی ۱ بیش از ۲ سال است که با پخش سریال‌های خانوادگی و طنز کشورهای هم‌چون آمریکای جنوبی و آسیای جنوب شرقی (کره) به زبان فارسی، سهم زیادی از مخاطبان به خصوص جوانان و خانواده‌ها را در داخل کشور به خود اختصاص داده‌است. آمارها نشان می‌دهد که حجم زیادی از مخاطبان داخل از کیفیت پایین محتوای برنامه‌های تولیدی سیما^۳ و به روز نبودن محتوای آن شکایت داشته و دلیل گرایش خود را به این شبکه همین امر ذکر کرده‌اند. از طرفی، نیازها و خواسته‌ها در این حوزه آن‌چنان وسیع هستند که تنها با دگرگونی اساسی در نحوه‌ی تأمین و تدارک برنامه‌ها می‌توان خلاء‌های موجود را به شیوه‌ی بنیادی و همخوان با فرهنگ بومی پر کرد. همچنین تدارک برنامه‌های مختلف در جهت تأمین خواسته‌های مخاطبان، نیازمند بررسی‌های عمیق و بر طرف ساختن کاستی‌های موجود در تولیدات داخلی است که بررسی‌هایی از این دست (پژوهش حاضر) را می‌طلبد. در این پژوهش به بررسی الگوها و ارزش‌های (سستی/ مدرن) ارائه شده، در ابعاد و مولفه‌های فرهنگی می‌پردازیم. دلیل انتخاب سریال افسانه‌سوزگر و جراحی^۴ برای این پژوهش، هم زمان بودن دوره پخش این دو سریال، ساعت پخش یکسان این دو سریال در ساعت پر بیننده و همچنین خانوادگی بودن آنها است. سریال جراحی یکی از این سریال‌های ماه رمضان سال ۱۳۸۹ بوده که از اول ماه رمضان تا تاریخ ۱۳۸۹/۶/۱۸ پخش گردید. این سریال شامل ۲۷ قسمت ۳۵ دقیقه‌ای و ساعت پخش آن ۲۰:۱۵ بود. تحقیقات پیرامون موضوع این پژوهش در قالب تدوین مقالات و پایان‌نامه‌های دانشگاهی نیز حائز اهمیت می‌باشد که به بررسی آن در دو بخش زیر خواهیم پرداخت:

^۱ مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما.

^۲ نوشین جمشیدی، ۱۳۸۲، پیامگیران سیما، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما.

^۳ بر اساس تحقیقی که از سوی واحد افکار عمومی مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما در تاریخ ۱۳۷۹/۱۰/۷ در سطح مناطق بیست گانه‌ی شهر تهران صورت گرفته‌است.

^۴ طبق نظر سنجی مرکز تحقیقات سازمان صدا و سیما، سریال جراحی به کارگردانی محمد مهدی عسگریور در میان مجموعه‌های ماه رمضان سال ۱۳۸۹، با ۷۴ درصد در رتبه اول قرار گرفت و به عنوان پر بیننده‌ترین سریال ماه رمضان انتخاب گردید.

تحقیقات در زمینه‌ی سریال‌های تلویزیونی داخلی

از جمله این تحقیقات، تحقیق نادره اعرابی (انتقال ارزش از طریق برنامه‌های تلویزیونی ایران: ۱۳۷۱) می‌باشد. این پژوهش چگونگی انتقال ارزش‌ها توسط رسانه‌ها را مورد بررسی قرار داده و میزان انتقال ارزش‌های مذهبی توسط برنامه‌های داستانی تلویزیونی در سه مقطع زمانی قبل از انقلاب، دوران جنگ ایران و عراق و دوره‌ی پس از آن را مورد مطالعه قرار داده است. همچنین، تحقیق محبوبه سادات هدی (مطالعه‌ی محتوای ارزشی-هنجاری برنامه‌های سیمای جمهوری اسلامی ایران از نظر میزان انطباق با ارزش‌ها و هنجارهای اسلامی: ۱۳۸۳) که با هدف مطالعه‌ی محتوای ارزشی-هنجاری برنامه‌های سیمای جمهوری اسلامی ایران و بررسی میزان انطباق محتوای این ارزش‌ها با دیدگاه اسلام تدوین شده است. در تحقیق دیگری که توسط آریتا رصافی (نقش سریال‌های تلویزیونی در معرفی فرهنگ ایرانی و اسلامی از منظر موضوع، شخصیت و تم، با نگاهی به کیف انگلیسی: ۱۳۸۶) انجام شده است محقق درصد بررسی تأثیر سریال‌های تلویزیونی به عنوان پر بیننده‌ترین برنامه‌ی تلویزیونی بر افزایش آگاهی مخاطبان در موضوعات ملی و مذهبی و از منظر موضوع، شخصیت و تم به عنوان عناصر اصلی فیلمنامه است. همچنین، تحقیق زهرا کروب‌ی (فرآیند جهانی شدن و تأثیر آن بر نقش رسانه‌ها در حوزه فرهنگی ایران: مطالعه موردی تلویزیون: ۱۳۸۸) که با هدف بررسی وضع موجود (چگونگی عملکرد) تلویزیون ایران در حوزه‌های مختلف فرهنگ با توجه به جهانی شدن صورت گرفته است.

تحقیقات در زمینه‌ی شبکه‌های ماهواره‌ای

بررسی‌های انجام شده در خصوص ماهواره‌ها و شبکه‌های ماهواره‌ای که ضرورت اشاره به همه‌ی آنها احساس نشد، گویای آن بود که اکثر پژوهش‌های انجام شده در این حوزه بیشتر به بررسی موضوعاتی چون "بررسی آماری آنتن‌های مستقر در منازل، بررسی علل استقبال و استفاده‌ی مردم از کانال‌های ماهواره‌ای، نظر سنجی از طبقات مختلف مردم درباره‌ی استفاده از ماهواره در سال‌های مختلف، بررسی پایگاه اجتماعی و اقتصادی مخاطبان ماهواره، بررسی تعداد کانال‌های ماهواره‌ای قابل استفاده در منازل" می‌باشد. همچنین، تحقیق پرستو یونچی (بررسی برنامه‌های ماهواره‌های دیجیتال؛ تحلیل محتوای ۵ شبکه و بررسی نسبت ارائه پدیده‌های نوآورانه و بکارگیری تصاویر مستهجن در این برنامه‌ها: ۱۳۸۲) می‌باشد. هدف پژوهشگر در این تحقیق، تحلیل محتوای برنامه‌های پخش مستقیم ماهواره‌ای از جنبه‌ی مد همراه با تصاویر پرنوا است.

در این بخش، به طرح و بیان نظریات صاحب‌نظران و اندیشمندان در حوزه‌ی کارکرد وسایل ارتباط جمعی پرداخته می‌شود. هدف از طرح و بیان نظریات ذکر شده، صرفاً آگاهی از تئوری‌های موجود است؛ چرا که هر یک از این نظریات نیازمند بررسی‌های مستقل می‌باشد که در حیطه‌ی موضوع این تحقیق نمی‌باشد. بخش مذکور با مخاطب و تأثیر وسایل ارتباط جمعی سروکار دارد و نیازمند مطالعه‌ای بر روی مخاطب و از طریق روش دیگری است. اما از آنجایی که از خصوصیات مهم رویکرد کارکردی-ساختی انتقال ارزش‌ها و میراث فرهنگی از نسلی به نسل دیگر و به طور کلی به افراد جامعه می‌باشد این رویکرد مبنای تحقیق قرار می‌گیرد.

بررسی تئوری های مطرح شده در ارتباط با کارکرد وسایل ارتباط جمعی

دیدگاه کارکرد گرایی ساختی: نظریه ی کارکرد گرایی می کوشد تا شئون مختلف جامعه را بر اساس پیامدهای سودمندی که برای جامعه در بر دارد، تبیین نماید. لذا از خصوصیات مهم این نظریه انتقال ارزش ها و میراث فرهنگی از نسلی به نسل دیگر و به طور کلی به افراد جامعه می باشد. بدین سبب این نظریه، مبنای این تحقیق قرار می گیرد. به طور کلی وسایل ارتباط جمعی، نه تنها یکی از عناصر مهم و اساسی زندگی گروهی انسان به شمار می رود، بلکه سنگ بنای جامعه و هسته اصلی تشکیل ساختمان اجتماعی است. از این رو در نظام های اجتماعی کوچک و بزرگ، در انتقال دانش ها، مهارت ها، نگرش ها، باورها و ارزش ها نقش برجسته ای داشته و به شکل گیری و تغییر شناخت ها، عقاید، ارزش ها و رفتار انسان منجر می گردد.

"رویکرد ساختاری - کارکردی، به این امر تمایل دارد که همه ی رخدادهای و فعالیت های نهادینه شده را براساس نیاز های جامعه توجیه نماید. لذا این رویکرد فعالیت های رسانه های همگانی در جامعه را رفع نیازهایی چون تداوم، نظم، یکپارچگی، انگیزه، هدایت و سازگاری می داند. از این دیدگاه جامعه از عناصر مختلفی که بر یکدیگر متکی هستند تشکیل شده که به صورت یک نظام در محیط خود فعالیت می کنند. رسانه های همگانی یکی از عناصر این مجموعه محسوب می شوند. هر یک از این عناصر در کل نظام، کارکرد ویژه ای دارد و به نحوی به رفع نیازهای آن می پردازد. زندگی اجتماعی سازمان یافته نیاز به همکاری مداوم و مستمر بین بخش های مختلف آن در محیط اجتماعی آن دارد. رسانه های همگانی براساس این رویکرد، بخش های مختلف نظام را به یکدیگر مرتبط می سازد و از این طریق نظم و یکپارچگی درونی نظام را تضمین می کند. با وجود ضعف هایی که نظریه کارکردی داراست، عده ای نیز به دلایلی این رویکرد را مفید می دانند:

- اول اینکه این رویکرد چارچوبی را برای تحلیل رابطه ی بین رسانه های همگانی و جامعه ارائه می دهد.

- دوم اینکه این رویکرد حداقل در تشریح و توصیف فعالیت های عمده ی رسانه های همگانی و رابطه ی آن با سایر جنبه های ساختار اجتماعی و فرآیند آن به ما کمک می رساند" (نویسندگان، ۱۳۸۸: ۹۰).

۱- نظریه ی ساختاری - کارکردی و موضوع یکپارچگی: نظریه ی ساختاری - کارکردی، یکپارچگی بین عناصر مختلف یک نظام اجتماعی را شرط لازم برای حرکت و تداوم کار آن نظام در نظر می گیرد. چه بدون یکپارچگی، هیچگاه بر سر اهداف و وسایل رسیدن به چنین اهدافی و ایجاد هماهنگی فعالیت های مختلف، نظام توافقی حاصل نخواهد شد. بدین ترتیب هم یکپارچگی کارکردی و هم یکپارچگی در نظام ارزشی جامعه، برای تداوم و بقای حیات یک نظام شرط اساسی محسوب می شود. باید توجه داشت که "در جوامع مدرن، برای رسیدن به وفاق اجتماعی راه های مختلفی وجود دارد که کارکرد رسانه های همگانی یکی از آن هاست" (نویسندگان، ۱۳۸۸: ۹۱).

"مک کورمک، استدلال می کند که کارکرد رسانه ها در کشورهای امروزی وحدت بخشیدن و اجتماعی کردن است. به نظر مک کورمک کارکرد خاص رسانه های جمعی ارائه یک جمع بندی یا سنتز از تجربیات و نوعی آگاهی به کل صنایع و جامعه است که به جنبه های خاص واقعیت توجه داشته باشد" (بختیاری، ۱۳۸۹: ۴۱).

۲- رسانه های همگانی و تغییرات اجتماعی: سوال اساسی این است که آیا رسانه ها علت تغییرات اجتماعی به شمار می روند یا معلول آن؟ نظریه پردازان معمولاً سه عامل اساسی را به طرق مختلف به یکدیگر ارتباط می دهند:

- تکنولوژی ارتباطات،

- شکل و محتوای رسانه ها،

- تغییرات اجتماعی (ساختار اجتماعی، ترتیبات نهادی، توزیع نظرات، عقاید، ارزش ها و رفتارها).

۱-۲- نظریه ی رابطه ی متقابل: تحت این عنوان رابطه ی رسانه ها با تغییرات اجتماعی در تعامل و متکی بر یکدیگر در نظر گرفته می شود ولی به تأثیر عمده و مشخصی اشاره نمی شود. گابریل تارد جامعه شناس فرانسوی در اواخر قرن هجدهم معتقد بود اثرات در هم آمیخته و مداوم، دو عامل ساختار اجتماعی و تکنولوژی را به یکدیگر مربوط می سازد. بدین معنی که تکنولوژی، ظهور مطبوعات را ممکن ساخت، روزنامه ها نیز به نوبه ی خود به تشکیل همگان های گسترده تر کمک کردند. این همگان ها نیز با وسعت بخشیدن به وفاداری های اعضای خویش به ایجاد شبکه گسترده ای از گروه های هم جوار و بی ثبات کمک نموده اند.

براساس این دسته از نظریات، این دو تأثیر چنان در هم آمیخته اند که هیچکدام از رسانه یا جامعه را نمی توان بدون در نظر گرفتن دیگری تصور کرد و هر یک از این دو، شرط لازم برای حضور دیگری محسوب می شود ولی شرط کافی نیست. در نهایت می توان گفت در این نظریه، رسانه ها هم شکل دهنده و هم آئینه ی تغییرات اجتماعی محسوب می شوند و هم دنباله روی چنین تغییراتی می باشند.

نظریه ی ایده آلیستی:

- تغییر در ارزش های فردی: نکته ی اساسی در این مجموعه نظریات این است که "رسانه های همگانی به انتشار ارزش هایی در جامعه می پردازند که در فرد سبب نوآوری، تحرک اجتماعی، روانی و ذهنی نموده، وجدان کاری را تقویت کرده و موجب افزایش در مصرف می شوند" (نویسندگان، ۱۳۸۸: ۹۳-۹۲).

در زمینه ی نقش رسانه ها در دگرگونی ارزش های فردی و اجتماعی جوامع، می توان به یکی از پارادایم های مسلط در حوزه ارتباطات و توسعه در دهه های ۶۰ تا ۷۰ میلادی اشاره کرد که به رسانه ها به عنوان موتور دگرگونی و تغییر ارزش های جوامع سنتی و ورود به جامعه مدرن تأکید می شود. بر اساس این نظریه، رسانه به انتشار یا اشاعه ی نظام ارزشی کمک می کند که خواهان نوآوری، تحرک، موفقیت و مصرف است. دانیل لرنر^۱ جامعه شناس امریکایی و از پیروان این رویکرد به نقش رسانه ها در تغییر ارزش های سنتی در جوامع و جایگزین شدن ارزش های مدرن اشاره کرده است. "وی در کتاب "گذر از جامعه سنتی؛ نوسازی خاورمیانه"، معتقد است که رسانه می تواند به فروپاشی سنت گرایی، - که معضلی برای نوسازی محسوب می شود - کمک کند. این کار با بالا رفتن انتظارات و توقعات، باز شدن افق ها، توانا شدن مردم به تخیل ورزیدن و خواهان جایگزینی شرایط زندگی بهتر برای خود و خانواده عملی می شود" (مک کوئیل، ۱۳۸۲: ۱۴۴).

رسانه ها موجب ایجاد پدیده ای تحت عنوان "تحرک روانی"^۲ می گردند یا موجب ایجاد پدیده ی دیگری تحت عنوان "بیگانگی عاطفی"^۳ می شوند که "لرنر" آن را به مثابه امتیازی روانی در نوسازی مؤثر می داند. "بیگانگی عاطفی، در نظر وی به معنای قدرت تطابق با محیط پر از دگرگونی، در وضعیت های مختلف و متغیر است. بنابراین

¹ Lerner

² mobilite Psychique

³ iempathie

وسایل ارتباط جمعی، اولاً باعث آموزش درک وضعیت‌های مختلف شده، با برانگیختن تخیل، افراد را به جای کسانی که کارگردان قضایا هستند، قرار می‌دهد. این وسایل همچنین موجب به وجود آوردن تجارب جدید و مختلفی می‌شوند، که لرنر آنها را عوامل افزایش تحرک روانی می‌داند" (روشه، ۱۳۶۶: ۲۳).

اگر چه این نظریه کاربرد عمومی دارد اما در اصل برای کشورهای در حال توسعه طرح شده‌اند. برای مثال لرنر این نظریه را مطرح ساخت که رسانه‌ها با افزایش سطح توقعات و انتظارات در پیام‌گیران به تضعیف سنت‌ها و ارزش‌هایی که بر سر راه مدرنیسم ایجاد مانع می‌کنند، کمک می‌نماید. به عقیده‌ی وی رسانه‌ها با وسعت بخشیدن به افق دید پیام‌گیران، آنان را قادر می‌سازند که با تحرک ذهنی ایجاد شده، نوع زندگی بهتری را برای خود و خانواده‌شان طلب نمایند. این نظریه با دیدگاه‌های "هیگن و مک کلند" که توسعه را نتیجه‌ی تغییرات روانشناختی - جامعه‌شناختی در افراد می‌دانند هماهنگی دارد.

- نظریه‌ی رسانه‌ها به عنوان موتور تغییر: براساس اینگونه نظریات، از رسانه‌های همگانی می‌توان برای پروژه‌های عظیم توسعه، که قبلاً طراحی و برنامه‌ریزی شده‌اند، به منظور ایجاد تغییرات مطلوب استفاده کرد. برای نمونه، رسانه‌ها می‌توانند در توسعه‌ی آموزش عمومی، ترویج نوآوری در کشاورزی، توسعه‌ی نظام بهداشت، کنترل جمعیت و بسیاری از مسائل اقتصادی و اجتماعی نقش موثری بازی کنند. اورت راجرز^۱ یکی از پیشگامان این نظریه محسوب می‌شود که در این زمینه کارهای فراوانی، چه از نظر تئوریک و چه از نظر عملی و تجربی، انجام داده است. "البته" راجرز^۲ در تحقیقات بعدی خود، کمتر بر تأثیر مستقیم رسانه‌ها در تغییرات اجتماعی تأکید ورزید و معتقد بود، چنانچه رسانه‌ها به طور غیر مستقیم و از طریق همکاری با سایر کانال‌های اجتماعی و در هماهنگی با آن‌ها باشد، تأثیر بیشتری بر تغییرات اجتماعی خواهند نهاد" (نویسندگان، ۱۳۸۸: ۹۳).

۳- نظریه‌ی کاشت^۳: این نظریه که حاصل کار جرج گربنر^۴ و همکارانش می‌باشد، استدلال می‌کند که تلویزیون به صورت بازوی فرهنگی اصلی جامعه‌ی آمریکا درآمده است و عضو اصلی خانواده‌ها شده است. وی با مقایسه‌ی تماشاگرانی که زیاد تلویزیون نگاه می‌کنند (تماشاگران پر مصرف)^۵ و آنان که کمتر تلویزیون تماشا می‌کنند، به این نتیجه رسید که تماشاگران پر مصرف و کم مصرف تلویزیون، نوعاً پاسخ متفاوتی می‌دهند. گذشته از این، تماشاگران پر مصرف تلویزیون اغلب پاسخ‌هایی می‌دهند که به نحوه‌ی تصویر دنیا در تلویزیون نزدیکتر است (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۳۹۰). همچنین وی به این نتیجه می‌رسد که "تلویزیون عامل هماهنگ‌کننده و همگون‌ساز در فرهنگ است. این نظریه بیان می‌کند که تلویزیون بر کل فرهنگ، تأثیری عمومی و نهایی دارد؛ زیرا از طریق تلویزیون فرهنگ عمومی هم نواخت می‌شود" (لیتل جان، ۱۳۸۴: ۷۵۳). وی ادعا می‌کند که تلویزیون ریشه‌های سنتی اجتماعی شدن مانند خانواده، کلیسا و مدرسه را پس زده است و تصورات یک جامعه را پرورش می‌دهد. شرکت‌های ارتباطاتی مسلط، پیام‌هایی را تولید می‌کنند که الگوهای تسلط را توسعه می‌دهند. آن‌ها موضوعات عمومی زندگی، تقدم‌ها، ارزش‌ها و روابط را شکل می‌دهند. رسانه‌های گروهی، رسانه‌های چاپی، فیلم، رادیو و

¹ Everett Rogers

² calculative theory

³ George Gerbner

⁴ heavy viewers

⁵ light viewers

تلویزیون، دنیایی مدرن را آنگونه که ما می‌شناسیم، هدایت می‌کنند. "رسانه‌های گروهی تولید و توزیع دانش را تغییر داده‌اند" (همان: ۲۰۵). به اعتقاد گرینر، گراس^۱، مورگان^۲ و سیجنو ریلی^۳ (۱۹۸۶)، تلویزیون به منبع عمومی اولیه در مورد اجتماعی شدن و اطلاعات روزمره تبدیل شده است (عموماً در شکل سرگرمی).

(Jeffery.k.lyons, 2005:377). مک لوهان یکی از لطیفه‌های معروف خود یعنی پیام و ماساژ^۴ را عنوان یکی از کتاب‌های خویش قرار داده و جمله‌ی مورد علاقه‌اش را به این صورت در آورده است. رسانه، نوعی پیام است. این بدان معنی است که رسانه‌ی ارتباطی (محو، نوشته، رادیو، تلویزیون و ...) بر شکل‌های جامعه‌پذیری^۵ که تونیس^۶ به اهمیت آن در ساخت نهادها و کلیه‌ی آثار تمدن پی برده بود، تأثیر می‌گذارد. مک لوهان معتقد است: "رسانه‌ها شیوه‌ی فعالیت و روابط انسان‌ها را شکل می‌دهند و درجات آن را تعیین می‌کنند" (کازنو، ۱۳۶۴: ۳۷ - ۳۵).

۴- تئوری وابستگی^۷: نظریه‌ی وابستگی به وسیله‌ی سندرا بال - روکیچ^۸ و ملوین دی فلور در سال ۱۹۶۷ مطرح شد. محور اصلی این نظریه این است که مخاطبان به منظور رفع نیازها و رسیدن به اهداف، به اطلاعات رسانه‌ها وابسته هستند (لیتل جان، ۱۳۸۴: ۷۶۷). این نظریه برای رسانه‌ها بیش از حد حق تقدم قائل می‌شود و از نقش‌های دیگر نهادهای اجتماعی مثل خانواده، آموزش، مذهب و ... چشم‌پوشی می‌کند و تأثیر آن‌ها را بر مخاطب نادیده می‌گیرد (سولیوان و دیگران، ۱۳۸۵: ۱۳۰). وابستگی به رسانه‌ها دارای دو بُعد اجتماعی و فردی است. در سطح اجتماع، رسانه‌ها جزء جدایی‌ناپذیر نهادهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، آموزشی و ... هستند و در سطح فردی مخاطبان به طرز وسیعی از اطلاعات وسایل ارتباط جمعی در زندگی روزمره‌ی خود سود می‌برند. "در جهان امروز مردم مناطق صنعتی به طور گسترده به رسانه‌ها وابسته شده‌اند و دلیل اصلی آن هم این است که روابط بین فردی در جوامع صنعتی به عمق و وسعت روابط بین فردی جوامع ما قبل صنعتی نیست و افراد برای گرفتن اطلاعات مورد نیاز خود به سایر منابع مثل رسانه‌ها روی می‌آورند" (دنیس و دی فلور، ۱۳۸۳: ۲۹).

بال روکیچ و دی فلور (۱۹۷۶) استدلال می‌کنند که "هر چه قدر وابستگی رسانه‌ای در ارتباط با یک پیام ویژه بیشتر باشد، این احتمال که پیام، شناخت‌ها، احساسات و رفتارهای مخاطب را تغییر دهد بیشتر است" (سورین و تانکار، ۱۳۸۱: ۴۱۴).

برخی نویسندگان ادعاهای شدیدی در باب وابستگی مردم به رسانه‌ها مطرح کرده‌اند. اشتاینر (۱۹۶۳) گزارش می‌دهد که "بسیاری از مردم بدون تلویزیون کاملاً احساس سردرگمی می‌کنند. گرچه بدون تلویزیون احساس محرومیت می‌کنند ولی در شدت وابستگی به آن در مواقع عادی تردید وجود دارد و به اوضاع و شرایط بستگی دارد، مثل شرایطی چون درآمد کم یا محدود شدن در خانه که به شدت وابستگی می‌افزاید" (مک کوئیل، ۱۳۸۲: ۳۲۰). در ضمن باید گفت این وابستگی یک طرفه نیست. رسانه‌ها هم به نوعی برای پاسخ‌گویی به مخاطب به او

¹ Gross

² Morgan

³ Signo rielli

⁴ Message et Massage

⁵ sociabilite

⁶ Tonnies

⁷ dependency theory

⁸ Sandra Bell - Rokeach & Melwin Defleur

وابسته اند و اگر به مخاطب توجه نکنند از آن رسانه روی گردان می شود و به رسانه های دیگر گرایش می یابد. "نظریه ی وابستگی از این نظر که بر روابط سه گانه ی جامعه، رسانه ها و مخاطبان به عنوان عوامل تعیین کننده در وابستگی های رسانه ای تأکید دارد، با رویکرد استفاده و خشنودی متفاوت است؛ چرا که رویکرد استفاده و خشنودی به طور دقیق تر به نیازهای روان شناختی فرد توجه می کند" (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۱۴).

۵- نظریه ی استفاده و خشنودی: رویکرد استفاده و خشنودی نخستین بار در مقاله ای از الهیو کاتز (۱۹۵۹) توصیف شد. کاتز، بلامر و گورویچ (۱۹۷۴) چند سال بعد، در مقاله ای از دو پژوهشگر سوئدی یاد می کنند که در سال ۱۹۶۸ نوعی "مدل استفاده و خشنودی" را پیشنهاد کرده اند. این مدل در بر گیرنده ی این مطلب است که "در فرآیند ارتباط جمعی، مخاطب در امر مرتبط ساختن ارضای نیاز و انتخاب رسانه ای ابتکار عمل زیادی دارد و بخش مهمی از استفاده مخاطب از رسانه ها معطوف به هدف فرض می شود" (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۲۳).

یک جنبه ی رویکرد استفاده و خشنودی به خوبی با نظریه ی آزادی گرا^۱ و برداشت های جان استوارت میل از عقلانیت انسانی تطبیق پیدا می کند. هر دوی این نظریه ها بر توانایی فرد برای تحقق^۲ خود تأکید می کنند. همچنین این نظریه، اهمیت انگیزه را در مخاطب، خاطر نشان می کند. بر طبق این نظریه، "انگیزه از نیاز نشأت می گیرد. هر قدر افراد بیشتر حس کنند که ارتباط، به طور مستقیم یا غیر مستقیم، موجب رفع نیاز می شود، تمایل بیشتری به استفاده از آن خواهند داشت و مخاطبان به دنبال محتوایی هستند که بیشترین خشنودی را برایشان فراهم کند" (جمعی از نویسندگان، ۱۳۸۸: ۳۴).

۶- مدل درگیر شدن اندک: این نظریه بر این نکته اشاره دارد که مردم عمدتاً به منظور آرامش و سرگرمی تلویزیون تماشا می کنند. تلویزیون به این دلیل آرامش بخش است که فکر ما را از چیزهای دیگر منحرف می سازد، بدون آنکه چیز زیادی برای به فکر انداختن ما جایگزین آن کند. ما ممکن است یک روز بعد از تماشای برنامه ای در مورد آن صحبت و اظهار نظر کنیم، اما به ندرت پیش می آید که کماکان به آنچه دیده ایم اهمیت بدهیم یا اینکه پس از یک هفته یا بیشتر در مورد آن صحبت کنیم. "انتخاب یک برنامه ی تلویزیونی برای تماشا تعمیم عمده ای مثل انتخاب اتومبیل، خانه یا همسر نیست که مدت ها با عواقب آن کنار بیاییم" (باروایز و ارنبرگ، ۱۳۷۸: ۱۵۶).

۷- نظریه ی تأثیر بلند گویی^۳: بلاچ و لمیش^۴ (۲۰۰۳)، فرضیه ی جدیدی را تحت عنوان اثر بلند گویی بنیان نهادند، با این موضوع که متون فرهنگی که در داخل فرهنگ عامه در ایالات متحده پذیرفته شده اند، از طریق رسانه های بین المللی، قابل تبدیل به یک پدیده ی فرهنگ جهانی هستند. این نظریه یک فرآیند دو مرحله ای را ارائه می دهد. ابتدا، متون فرهنگی از اقیانوس آتلانتیک یا آرام عبور می کنند و وارد فرهنگ ایالات متحده می شوند، مرحله ی دوم وقتی اتفاق می افتد که این متون به عنوان درخواست بین المللی وسیع تری ملاحظه شده و سپس به بازار جهانی توزیع می شوند. "این مطالعه، برنامه های تلویزیونی، شبکه های خبری، فرهنگ کودکان و موسیقی پاپ را تجزیه و تحلیل کرده است و عقیده دارد، پذیرش متون فرهنگی محلی در داخل جریان مسیر فرهنگ آمریکا، فرصت بزرگتری

¹ libertarian theory

² self - realization

³ megaphone effect theory

⁴ Bloch & Lemish

را برای اینکه صدایشان در یک مقیاس جهانی شنیده شود، فراهم می کند. این نظریه در ادبیات جهانی کاملاً جدید است و مقالات کمی در مورد آن منتشر شده است" (Jeffery.k.lyons,2005: 375).

پاولیک و مک تاش^۱ (۲۰۰۵) اشاره کرده اند، مدل های سنتی ارتباطات گروهی آنالوگ، مخاطبان را یک جمعیت بزرگ بی نام و نشان دیده اند که در استفاده از رسانه ها، مطیع و انفعالی هستند. در مقابل، پارادایم جدید، رسانه های گروهی دیجیتال به مخاطب با یک اسلوب کاملاً جدید نگاه می کند. مخاطب اکنون جدا شده، شناخته شده و دارای عنوان است. این مخاطب جدید در مشارکت درگیر و فعال است. به طور فعالانه محتوای رسانه ای و گروه های جدیدی از مبادله ی محتوا ایجاد می کند. باید یک نظریه ی ارتباطی ایجاد شود که حادثه پدیدار شده را دربر گیرد (همان: ۳۹۰).

۸- نظریه ی دهکده ی جهانی مک لوهان: مک لوهان (۱۹۶۴) جامعه شناس و استاد دانشگاه تورنتو، سه مرحله ی کاملاً متمایز در تحول جامعه ی بشری را مورد توجه قرار می دهد. "اولین مرحله، مرحله ی ارتباط طبیعی، شفاهی و حرکتی است که متوجه ی تمام حواس است. این مرحله مشخص کننده ی جوامعی است که جوامع سنتی و نظام قبیله ای خوانده شده اند. مرحله ی دوم، از طریق اختراع خط الفبایی مشخص می گردد و بعد از آن با اختراع چاپ توسط گوتنبرگ امکان تکثیر متحدالشکل پیام های واحد را فراهم می آورد. مرحله ی سوم، اختراع وسایل الکترونیکی رادیو، سینما و تلویزیون است و در واقع فرهنگ کتابی را دگرگون کرده و هوشیاری شکل گرفته از طریق روش انتشار الکترونیکی دنیای ما را به سوی قبیله گرایی جدیدی در مقیاس جهانی خواهد کشاند و از جهان یک دهکده ی جهانی خواهد ساخت" (کازنو، ۱۳۷۳: ۲۱۶).

مک لوهان معتقد است وسایل ارتباط جمعی عامل انتقال فرهنگ هستند. به نظر وی مهم ترین اثر رسانه ها این است که بر عادات و تفکر ما اثر می گذارند. وی بیان می کند، "تلویزیون ما را مجدداً به صورت قبیله ای در خواهد آورد و از دولت - ملت های مجزا دور می شویم و یک دهکده ی جهانی خواهیم داشت" (سورین و تانکار، ۱۳۸۱: ۳۹۴).

براساس دیدگاه صاحب نظران کارکردی - ساختی در تأکید بر نقش خاص رسانه ها و بالاخص تلویزیون در انتقال ارزش ها و ایجاد تغییرات فرهنگی، پس از بررسی مبانی تئوریک در حوزه های یاد شده، الگوی این پژوهش با فرض تفاوت الگوهای فرهنگی ارائه شده در سریال های شبکه ی ماهواره ای فارسی ۱ و شبکه ی ۳ سیما، دو رویکرد "سنتی" و "مدرن" ارائه شده در سریال های این شبکه ها را مورد مقایسه قرار می دهد. با پذیرش این رویکردها در حوزه ی ادبیات نظری موضوع، به بررسی ابعاد مختلف الگوها و ارزش های فرهنگی سریال های مورد نظر که از طریق (شبکه ۳ سیما) و (شبکه ی فارسی ۱) ارائه می شود، می پردازیم.

"اکنون در جهانی به سر می بریم که با حجم روز افزون اطلاعات، ناگزیر از انتخاب در مورد تمام موضوعات هستیم. زندگی در محیط اشباع شده ی اطلاعات و به پرسش گرفته شدن شیوه های زندگی مبتنی بر سنت و معیارهای طبیعی، موجب شده زندگی ما هم در سطح فردی و زندگی روزمره و هم در سطح کلان دگرگون شود" (گیدنز، ۱۳۸۰: ۵۰).

¹ Pavlic & Malctosh

ژان کازنو جامعه‌شناس معاصر می‌گوید: "توسعه دستگاه‌های انتشار و گسترش مداوم شبکه‌ی جهانی، فضاهای اجتماعی را به طور محسوس دگرگون می‌سازند. یکی از مهم‌ترین نتایج این دگرگونی‌ها، تحولاتی است که در عقاید گروه‌های اجتماعی نسبت به یکدیگر رخ می‌نماید. به این معنا که بر اثر وسایل ارتباط جمعی، هنجارها، ارزش‌ها و الگوهای اجتماعی، بیش از پیش به درون خانواده راه می‌یابند (کازنو، ۱۳۷۳: ۲۶۷). "رسانه‌ها به طور اعم و تلویزیون به شکل خاص، یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی هستند که نقش اساسی در انتقال میراث فرهنگی، اجتماعی و ارزش‌های جوامع دارند. در دوره‌ی کنونی که عصر اطلاعات و تکنولوژی‌های نوین نام گرفته است، این رسانه‌ها هستند که با کارکردهای خود و بکارگیری شیوه‌های جدید اطلاع‌رسانی، الگوهای نوین فرهنگی و اجتماعی را به جوامع وارد می‌کنند که جایگزین ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی سنتی می‌شوند و به عنوان عاملان تغییر و تحول در ارزش‌ها، هنجارها و الگوهای فرهنگی جوامع عمل می‌کنند" (ساروخانی و کروی، ۱۳۸۹: ۶۵).

در واقع، با پیدایش ارسال ماهواره‌ای، تلویزیون نیز به رسانه‌ی قدرتمند برای تشویق تغییرات ریشه‌ای اجتماعی، اخلاقی و سیاسی در فرهنگ‌های مختلف سراسر دنیا تبدیل شده است و همان‌گونه که مک لوهان اغلب اظهار می‌داشت، بدون شک تلویزیون دنیا را تا حد دهکده‌ای جهانی، کوچک کرده است. در عین حال، "بسیاری از برنامه‌های تلویزیونی در ایجاد تغییر در ذهنیت اجتماعی نسبت به موضوعات معین نقش بنیادین داشته‌اند" (دانسی، ۱۳۸۷: ۲۵۱).

"در این میان، جامعه و فرهنگ ایرانی و به تبع آن انسان ایرانی مانند دیگر جوامع، فرهنگ‌ها و انسان‌ها تحت تأثیر ظهور تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید در حال دیجیتالی یا الکترونیکی شدن است" (فاضلی، ۱۳۸۷: ۲۶۰). اما، بیان این نکته حائز اهمیت است که "در دوره‌ی جدید، بنیان‌های مدرنیته ایرانی قوام بیشتری یافته است و مردم نسبت به گذشته، آمادگی بیشتری برای سازگاری و قبول محصولات مدرن را دارند" (همان: ۲۹۱).

"همچنین، رسانه‌ها از اشکال عمده فرهنگ در جهان و عامل انتقال فرهنگ هستند و هنجارها و ارزش‌های انتقال یافته از طریق رسانه‌ها در الگوی ظاهری فرهنگ متجلی می‌شوند" (ساروخانی و کروی، ۱۳۸۹: ۶۵).

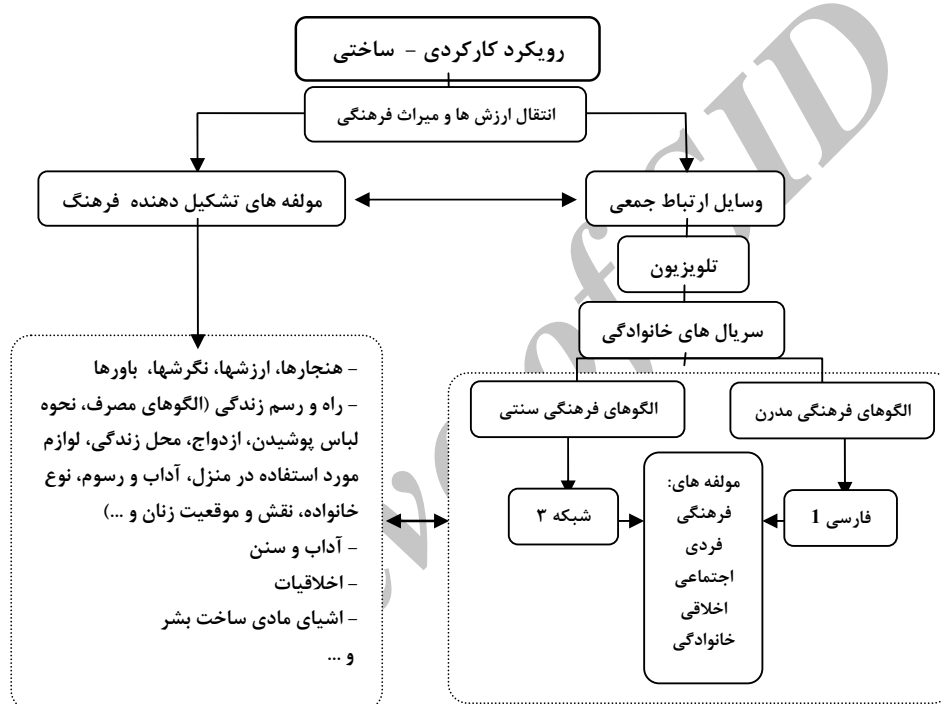
فرهنگ به مجموعه شیوه زندگی اعضای یک جامعه اطلاق می‌شود؛ چگونگی لباس پوشیدن آنها، رسم‌های ازدواج و زندگی خانوادگی، الگوهای کارشان، مراسم مذهبی و سرگرمی‌های اوقات فراغت، همه را در بر می‌گیرد (گیدنز، ۱۳۷۹: ۵۶) "همچنین به معنای کردارها و رویه‌های اجتماعی که در جامعه بوجود می‌آیند و انتقال می‌یابند" (همان: ۹۹).

عمل و نقش فرهنگ به طور کلی آنست که ارضاء احتیاجات مختلف مردم یعنی ارزش‌ها را تحت نظم و قاعده در آورد. وسیله تأمین این ارزش‌ها، نهادها و تأسیسات مختلف است که فرهنگ را به وجود می‌آورند.

"همچنین فرهنگ دارای ارزش‌هایی است که متعلق به یک جامعه‌ی بخصوص می‌باشد. فرهنگ، این ارزش‌ها را به هم می‌آمیزد و به طریقی کمابیش منظم، تعبیر و تفسیر می‌کند. به این ترتیب از طریق فرهنگ است که افراد معنی و مقصود حیات اجتماعی و فردی را درک می‌کنند" (صانعی، ۱۳۵۴: ۱۳۵ - ۱۳۴).

فرهنگ هر اجتماعی ارزش‌های عمومی اکثریت مردم را مشخص و جوامع مختلف را از یکدیگر متمایز می‌سازد

و بالاخره نهادهای اجتماعی وسیله می شود که تأمین ارزش ها به شکل و روشی مشخص صورت گیرد (همان: ۲۴۳). در این پژوهش، بررسی تفاوت ها و شباهت های الگوها و ارزش های فرهنگی که از طریق سریال های تلویزیونی شبکه ماهواره ای فارسی زبان (فارسی ۱) و شبکه داخلی (شبکه ۳ سیما) به نمایش در می آیند، حائز اهمیت می باشد و ضمن تأکید بر این نکته که رسانه های جمعی از جمله تلویزیون، از عوامل اصلی انتقال ارزش ها و میراث فرهنگی می باشند، با روش تحلیل محتوا به بررسی ابعاد و مولفه های مختلف انتقال یافته از طریق سریال های افسانه افسونگر و جراحی از شبکه های تلویزیونی (فارسی ۱ و شبکه ۳) پرداخته ایم. مدل این تحقیق به شرح ذیل می باشد^۱:



با توجه به چارچوب نظری، فرضیه های پژوهش به شرح زیر می باشند:

- ✓ فرضیه اصلی: بین ارائه ی الگوهای فرهنگی (سنتی/ مدرن) در سریال های ایرانی (جراحی) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.
- ✓ بین ارائه سبک و سیاق روابط خانوادگی (سنتی/ مدرن) در سریال ایرانی (جراحی) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.
- ✓ بین تعداد فرزندان خانواده (سنتی/ مدرن) در سریال ایرانی (جراحی) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.
- ✗ بین نحوه گذران زندگی روزمره (سنتی و مدرن) بازیگران زن و مرد در سریال ایرانی (جراحی) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.

^۱رسولی، حقیقی نیا، ۱۳۹۰.

- ✓ بین سبک زندگی فردی (سنتی / مدرن) در سریال ایرانی (جراحت) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.
- ✓ بین ارزش های زندگی فردی (معنوی / مادی) در سریال ایرانی (جراحت) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.
- ✓ بین سبک معماری ساختمان (سنتی / مدرن) در سریال ایرانی (جراحت) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.
- ✓ بین نوع محله ها (سنتی / مدرن) در سریال ایرانی (جراحت) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.
- ✓ بین دکوراسیون و تزئینات منزل (سنتی / مدرن) در سریال ایرانی (جراحت) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.
- ✓ بین نوع پوشش بازیگران زن و مرد (سنتی / مدرن) در سریال ایرانی (جراحت) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.

روش

در این پژوهش، برای جمع آوری اطلاعات، بررسی واقعیت ها، نتیجه گیری و رسیدن به راه حل ها از روش های اسنادی^۱ و تحلیل محتوا^۲ استفاده گردید.

در روش اسنادی و مراجعه به سوابق موضوع مورد پژوهش اولین قدم در راه به انجام رسانیدن یک پژوهش علمی است و نقش مهمی در شکل دادن به چارچوب پژوهش دارد.

در این پژوهش، ابتدا با استفاده از روش اسنادی، مراجعه به کتاب ها، مقالات، پایان نامه ها و وب گاه های اینترنتی به زبان انگلیسی و فارسی در زمینه ی رسانه، تلویزیون، ماهواره و ارزش ها، به جمع آوری اطلاعات موجود در این زمینه پرداخته شد.

همچنین، پژوهش حاضر با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا انجام گرفته است. "محقق در تحقیق توصیفی تحلیل محتوا به دنبال تجزیه، تحلیل و توصیف مطالب است" (حافظ نیا، ۱۳۸۷: ۶۵). "به عقیده برلسون^۳ تحلیل محتوا نوعی تکنیک پژوهشی است که برای توصیف عینی، منظم و تا آنجا که ممکن است کمی محتوای ارتباطات با هدف تفسیر داده ها به کار می رود" (ساروخانی، ۱۳۸۲: ۲۸۰). به عبارت دیگر، تحلیل محتوا روش تحقیق مفیدی است که در آن اقلام یا موارد مهم در محتوای پیام همه ی رسانه های همگانی، شناسایی و شمارش می شوند، با اقلام و موارد دیگر مقایسه و سرانجام نیز با سایر آمار و ارقام مشابه گردآوری شده از کل جامعه، مقایسه می شوند (گیل و آدامز، ۱۳۸۴: ۸۹).

¹documentary

²content analysis

³Berlson

در این پژوهش از پرسشنامه ی معکوس^۱ و تکنیک مقوله ای برای انجام تحلیل محتوا استفاده گردیده است. "این پرسشنامه را به این دلیل معکوس می خوانند که در تحقیق از نوع تحلیل محتوا، برخلاف پژوهش های دیگر، کل داده ها آماده است و صرفاً باید تحلیل شوند" (ساروخانی، ۱۳۸۶: ۲۹۹). بنابراین، ابزار مورد استفاده در روش تحلیل محتوا شامل مقوله ها و زیر مقوله های مربوط، در پرسشنامه ی معکوس منعکس می گردند. "موفقیت روش تحلیل محتوا، به داشتن مقولات درست و واحدهاست. مقوله ها با فرضیه در ارتباطند و در مواردی می توان گفت همان فرضیه ها هستند که در قالب معرف ها یا شاخص ها ترجمه شده اند" (دلاور، ۱۳۷۴: ۲۷۵). در واقع، مسأله سازترین بخش تحلیل محتوا، بخش مقوله بندی است، یعنی "چگونه واحدهایی را که باید محاسبه شوند انتخاب و مقوله بندی کنیم" (سولیوان، ۱۳۸۵: ۱۰۵).

با توجه به موضوع تحقیق، مبنای انتخاب محقق، هم زمان بودن ساعت و دوره ی پخش این دو سریال و نیز خانوادگی بودن آنها بوده است. لازم به ذکر است که ۲۷ قسمت سریال جراحی به طور کامل مورد بررسی قرار گرفت. از آنجا که در این پژوهش امکان بررسی تمامی قسمت های سریال افسانه ی افسونگر به لحاظ زمان و تلاش لازم وجود نداشت، از میان ۱۵۰ قسمت سریال افسانه ی افسونگر به روش نمونه گیری نظام مند یا سیستماتیک^۲، ۲۷ قسمت از این سریال انتخاب گردید. "نمونه های نظامند به فراوانی، در پژوهش های رسانه های جمعی به کار می روند. این نمونه ها، اغلب سبب صرفه جویی در وقت، منابع و مقدار تلاش لازم، می شوند" (ویمر و دومینگ، ۱۳۸۴: ۱۲۹).

در این پژوهش، برای تحلیل محتوای قسمت های سریال ها از واحد تحلیل "صحنه" استفاده شده است. "صحنه"^۳، کوچکترین واحد کامل سریال و به معنای سلسله ای از معناها یا گاهی یک نما^۴ است که در یک محل می گذرد و یک واقعه را تشکیل می دهد" (سیف، ۱۳۷۳: ۵۲). صحنه از مجموع اعمال و گفتاری که در یک مکان و یک زمان جریان می یابد و معمولاً نیز به نحوی طبیعی به یک موضوع می پردازد به وجود می آید. یعنی "برای صحنه، داشتن وحدت مکان، پیوستگی زمان و همبستگی موضوع امری ضروری است" (مکی، ۱۳۷۶: ۱۶). در این پژوهش، صحنه عبارت است از قسمتی از یک فیلم که در آن وحدت زمان، مکان و شخصیت وجود دارد.

در این پژوهش "خصوصیات و ویژگی هایی مطرح" در هر صحنه از فیلم بر حسب مقوله های مورد نظر به عنوان واحد ثبت محسوب می شود. همچنین "دفعات تکرار" مقوله ها و زیرمقوله ها بر حسب وجود یا عدم آن در صحنه های مورد بررسی به عنوان واحد شمارش محاسبه می گردد.

پرسشنامه ی مورد استفاده، برای استخراج و ثبت اطلاعات مربوط به موضوع مورد پژوهش، بر حسب سوالات و ابعاد مسأله مورد بررسی طراحی گردیده است. شاخص های فرهنگی مطرح شده در پرسشنامه معکوس در دو گروه اصلی شامل الگوهای فرهنگی سنتی و مدرن تقسیم گردید. همچنین زیر مقوله های تحقیق با توجه به دو نوع ارزش ها تعریف شده اند.

^۱inverse questionnaire

^۲systematic random sampling

^۳sence

^۴shot

این پرسشنامه به گونه ای طراحی شده است تا پاسخگوی اهداف، سوالات اساسی و فرضیه های مطرح شده در تحقیق باشد. برای تعیین شاخص های الگوها و ارزش های فرهنگی ۹ مولفه، خانواده (نوع خانواده، تعداد فرزندان)، نحوه ی گذران زندگی روزمره (سستی/ مدرن) بازیگران زن و مرد، سبک زندگی فردی (سستی/ مدرن)، ارزش های زندگی فردی (معنوی/ مادی)، سبک و معماری محل زندگی (ساختمان، نوع محله ها، دکوراسیون و تزئینات منزل)، نوع پوشش (سستی/ مدرن) بازیگران زن و مرد، در نظر گرفته شد. هر یک از این مولفه ها در برگرفته مولفه های متعدد دیگری و در حکم شاخص های جزئی برای شاخص های کلی ارزش ها می باشند و به تعیین شاخص های اصلی ارائه شده در قسمت های سریال ها می پردازند.

شیوه ی اجرای پرسشنامه بدین صورت بود که پس از مشاهده ی هر یک از صحنه ها به منظور دقت و صحت بیشتر اطلاعات، داده ها در رایانه (جدول استخراج داده ها در محیط word) ذخیره گردید و سپس به برنامه spss انتقال داده شد. لازم به ذکر است که ۵۴ قسمت سریال ها شامل ۲۶۱۶ صحنه بوده و برای هر یک صحنه های مورد بررسی، یک پرسش نامه تکمیل گردید. در برخی از صحنه ها به دلیل همپوشانی دو گزینه با هم (به طور مثال ویژگی رفتاری یک زن، منطقی و زنی دیگر خودخواه) به تفکیک پلان های هر صحنه پرداخته شد و گزینه ای در نظر گرفته شد که پلان های بیشتری را به خود اختصاص داده بود.

روایی^۱ ابزار تحقیق (اعتبار پرسشنامه ی معکوس)

ابزار سنجش باید از روایی و پایایی لازم برخوردار باشد تا محقق بتواند داده های متناسب با تحقیق را گردآوری نماید و از طریق این داده ها و تجزیه و تحلیل آنها، فرضیه های مورد نظر را بیازماید و به سؤال تحقیق پاسخ دهد (حافظ نیا؛ ۱۳۸۷ : ۱۵۵ - ۱۵۴). "اعتبار" به بررسی ابزارهای پژوهشی و امکان کارایی آن برای مقاصد اعلام شده می پردازد (برون نیس، ۱۳۸۳: ۲۸). در واقع منظور از روایی اینست که مقیاس و محتوای ابزار یا سوالات مندرج در ابزار، دقیقاً متغیرها و موضوع مورد مطالعه را بسنجد (حافظ نیا؛ ۱۳۸۷ : ۱۵۵).

در این پژوهش، تعیین شاخص ها و مقوله ها مبتنی بر متن مورد مطالعه یعنی محتوای سریال ها، بوده و در تعریف آنها از منابع متعدد (در راستای ارائه ی تعریف هایی مورد قبول و معتبر) استفاده شده است.

به منظور اعتبار یابی پرسشنامه ی مورد استفاده و حصول اطمینان از دقت سنجش مقوله ها و پاسخ به این سوال که آیا مقوله های مورد نظر موضوع اصلی را اندازه گیری می کنند یا خیر؟ به تعیین اعتبار صوری سوالات، مقوله ها و شاخص های تحقیق اقدام شد. همچنین، چند قسمت از سریال به صورت تصادفی انتخاب و مرحله پیش آزمون انجام گرفت. "به کار بردن هر نوع مقیاسی بدون آزمون مورد قبلی آن به یک پژوهش ضعیف می انجامد. دست کم باید یک مطالعه امتحانی^۲ برای هر مقیاس جدید انجام گیرد تا از پایایی و روایی آن اطمینان حاصل شود برای اینکه یک روش اندازه گیری سودمند باشد باید این دو کیفیت مربوط به هم در آن موجود باشد" (ویمر و دومینیک؛ ۱۳۸۴: ۱۰۴). اصلاحات انجام شده در پرسشنامه شامل اصلاح جمع بندی ها، ترتیب سوالات و حذف یا اضافه

^۱validity

^۲pilot study

کردن پاره ای از سوالات و شاخص ها بود.

پایایی^۱ اندازه گیری تحقیق (ضریب اعتماد)

پایایی اندازه گیری که از آن به "اعتبار، دقت و اعتماد پذیری" نیز تعبیر می شود عبارتست از اینکه اگر یک وسیله ی اندازه گیری که برای سنجش متغیر و صفتی ساخته شده در شرایط مشابه در زمان یا مکان دیگر مورد استفاده قرار گیرد، نتایج مشابهی از آن حاصل شود؛ به عبارت دیگر ابزار پایا یا معتبر ابزاری است که از خاصیت تکرار پذیری و سنجش نتایج یکسان برخوردار باشد (حافظ نیا؛ ۱۳۸۷: ۱۵۵). در واقع، "پایایی" به یکدستی توصیف ها و تفسیرها در طول زمان می پردازد که به صورت آزمایش های تکراری انجام می شود (برون نیس، ۱۳۸۳: ۲۸).

در این پژوهش، برای تعیین ضریب پایایی از فرمول ویلیام اسکات^۲ استفاده گردید. یک استاندارد قابل قبول و مورد توافق، پایایی بالای ۷۰٪ است. نتایج حاصله حاکی از آن است که کلیه شاخص های بررسی شده در این مطالعه، نمره بسیار مناسبی در هر یک از گدگذاری های مجدد و محاسبه ضریب پایایی (۸۵٪) بدست آورده است که نشانگر انتخاب صحیح مقوله ها و گدگذاری اولیه پژوهشگر بوده و از پایایی لازم برخوردار می باشد.

یافته های استنباطی و آزمون فرضیه ها

فرضیه اصلی: بین ارائه ی الگوهای فرهنگی (سنتی / مدرن) در سریال های ایرانی (جراحت) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۱. مقایسه "الگوهای فرهنگی سنتی" و "الگوهای فرهنگی مدرن" در سریال های افسانه افسونگر و جراحت

نام سریال	الگوهای فرهنگی سنتی		الگوهای فرهنگی مدرن	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
افسانه افسونگر	۱۲۵۹	۱۵,۹	۶۶۶۶	۸۴,۱
جراحت	۲۱۲۸	۴۷,۲	۲۳۸۵	۵۲,۸
جمع	۳۳۸۷	۲۷,۵	۸۹۵۱	۷۲,۸

درجه آزادی = ۱ سطح معناداری = ۰,۰۰۰ شدت = ۰,۳۳۸ نتیجه آزمون = تأیید

نتایج حاصل از آزمون آماری انجام شده در خصوص فرضیه اصلی در حوزه "الگوهای فرهنگی (سنتی / مدرن)"

¹ reliability

²William R. Scott's formul

نشان می دهد:

✓ بین نمایش الگوهای سنتی و الگوهای مدرن در سطح معناداری ۰,۰۰۰ رابطه وجود دارد. نتیجه آزمون از ۰/۰۱ کوچکتر بوده بنابراین، در نمایش الگوهای فرهنگ سنتی و فرهنگ مدرن اختلاف معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، سریال های مورد بررسی الگوهای مدرن را بیش از الگوهای سنتی نمایش داده اند. به عبارت دیگر، در سریال های مورد بررسی، در مجموع حوزه های فرهنگی (نوع خانواده، تعداد فرزندان خانواده، نقش و فعالیت زنان - مردان، سبک زندگی فردی، ارزش های زندگی فردی، سبک معماری ساختمان، سبک محله، تزئینات و دکوراسیون منزل، نوع پوشش زنان - مردان) الگوهای مدرن بیش از الگوهای سنتی نمایش داده شده است. به عبارت دیگر، در سریال افسانه افسونگر الگوهای فرهنگی مدرن بیش از الگوهای فرهنگی سنتی نمایش داده شده است اما در سریال جراحی ترکیبی از الگوهای فرهنگی سنتی و مدرن به نمایش گذاشته شده است.

فرضیه اول: بین ارائه سبک و سیاق روابط خانوادگی (سنتی / مدرن) در سریال ایرانی (جراحی) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۲. مقایسه "نوع خانواده (سنتی / مدرن)" در سریال های افسانه افسونگر و جراحی

نوع خانواده				
مدرن		سنتی		نام سریال
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۵۵,۰	۴۴۹	۴۵,۰	۳۶۸	افسانه افسونگر
۶,۱	۲۵	۹۳,۹	۳۸۶	جراحی
۳۸,۶	۴۷۴	۶۱,۴	۷۵۴	جمع
نتیجه آزمون = تأیید		شدت = ۰,۴۷۴	سطح معناداری = ۰,۰۰۰	درجه آزادی = ۱

نتایج حاصل از یافته ها در حوزه "نوع خانواده" نشان می دهد، نتیجه آزمون از ۰/۰۱ کوچکتر بوده و در نمایش الگوی نوع خانواده سنتی و خانواده مدرن اختلاف معناداری وجود دارد. در سریال افسانه افسونگر، الگوی نوع خانواده مدرن (خانواده هسته ای، خانواده ناقص و زندگی مجردی) بیش از الگوی خانواده سنتی (خانواده گسترده) ارائه شده است. اما در سریال جراحی الگوی نوع خانواده سنتی (خانواده گسترده: خانواده ای که اعضای آن از نسل های متعدد شامل پدر بزرگ، مادر بزرگ، اولاد و نوه ها تشکیل شده باشد) با درصد بالایی بیش از الگوی نوع خانواده مدرن (خانواده هسته ای: اجتماع زن و شوهر و فرزندان در صورت وجود آنها) ارائه شده است. این امر نشان می دهد که الگوی ارائه شده در این زمینه، الگوی سنتی جامعه ایرانی بوده و سریال جراحی سعی دارد الگوی سنتی خانواده ایرانی را ترویج نماید.

فرضیه دوم: بین ارائه تعداد فرزندان خانواده (سنتی / مدرن) در سریال ایرانی (جراحت) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۳. مقایسه "تعداد فرزندان خانواده (سنتی / مدرن)" در سریال های افسانه افسونگر و جراحت

تعداد فرزندان خانواده				
نام سریال	سنتی		مدرن	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
افسانه افسونگر	۰	۰,۰	۱۰۶۹	۱۰۰
جراحت	۱۴۳	۳۷,۵	۲۳۸	۶۲,۵
جمع	۱۴۳	۹,۹	۱۳۰۷	۹۰,۱

درجه آزادی = ۱ سطح معناداری = ۰,۰۰۰ شدت = ۰,۵۵۴ نتیجه آزمون = تأیید

نتایج حاصل از اجرای آزمون های آماری در حوزه "تعداد فرزندان خانواده" نشان می دهد: ✓ نتیجه آزمون از ۰/۰۱ کوچکتر بوده و بین نمایش الگوهای فرهنگی تعداد فرزندان، در سریال ها اختلاف معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، سریال های مورد بررسی به ارائه الگوی مدرن (تک فرزندی و دو فرزندی) بیش از ارائه الگوی سنتی (بیش از دو فرزند) پرداخته اند. در سریال افسانه افسونگر فقط به ارائه الگوی مدرن تعداد فرزندان (تک فرزندی و دو فرزندی) پرداخته شده اما در سریال جراحت به ترکیبی از الگوی مدرن (تک فرزندی و دو فرزندی) و سنتی (بیش از دو فرزند) پرداخته است.

فرضیه سوم: بین نحوه گذران زندگی روزمره (سنتی / مدرن) بازیگران زن و مرد در سریال ایرانی (جراحت) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۴. مقایسه "گذران زندگی روزمره" نقش و فعالیت (زنان - مردان) در سریال های افسانه افسونگر و جراحت

"نقش و فعالیت زنان"				
نام سریال	سنتی		مدرن	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
افسانه افسونگر	۷۷	۱۳,۱	۵۰۹	۸۶,۹
جراحت	۴۵	۲۲,۶	۱۵۴	۷۷,۴
جمع	۱۲۲	۱۵,۵	۶۶۳	۸۴,۵

درجه آزادی = ۱ سطح معناداری = ۰,۰۰۱ شدت = ۰,۱۱۴ نتیجه آزمون = تأیید

"نقش و فعالیت مردان"				
نام سریال	سنتی		مدرن	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
افسانه افسونگر	۱۱۸	۳۴,۰	۲۲۹	۶۶,۰
جراحت	۱۲۳	۳۸,۹	۱۹۳	۶۱,۱
جمع	۲۴۱	۳۶,۳	۴۲۲	۶۳,۷

درجه آزادی = ۱ سطح معناداری = ۰,۱۸۹ نتیجه آزمون = رد

نتایج حاصل از یافته‌ها در حوزه "گذران زندگی روزمره"، نشان می‌دهد:

✓ در زمینه "نقش و فعالیت زنان" نتیجه آزمون از ۰/۰۱ کوچکتر بوده بنابراین بین ارائه الگوهای سنتی و مدرن اختلاف معناداری وجود دارد. در سریال افسانه افسونگر الگوی زن مدرن بیش از الگوی زن سنتی ارائه شده است. در سریال جراحت نیز به ارائه الگوی مدرن از زنان بیش از الگوی سنتی پرداخته شده است.

✗ در زمینه "نقش و فعالیت مردان" نتیجه آزمون از ۰/۰۵ بزرگتر بوده بنابراین بین ارائه الگوهای سنتی و مدرن اختلاف معناداری وجود ندارد. به عبارت دیگر، سریال‌های مورد بررسی در حوزه گذران زندگی روزمره، این الگوها را تقریباً به صورت یکسان نمایش داده‌اند. در سریال افسانه افسونگر ترکیبی از الگوی مرد مدرن و الگوی مرد سنتی ارائه شده است.

در مجموع، در سریال افسانه افسونگر الگوی زن مدرن بیش از الگوی زن سنتی ارائه شده است. در الگوی ارائه شده، به ارائه تصویری مدرن از زنان همچون (پرداختن به امور شغلی و قراردادهای کاری، رانندگی کردن، مطالعه، ورزش کردن، توجه به آراستگی و زیبایی، گشتن یا خرید کردن در مرکز خرید، بوتیک و ...، در حال تفریح یا سرگرمی، در امور منزل خدمتکار در کارهای منزل به آنها کمک می‌کند، صحبت درباره مسائل و مشکلات خانواده و ...) پرداخته شده است. همچنین تصویر سنتی زنان در اموری همچون (انجام کارهای منزل یا بچه داری، در حال صحبت درباره دیگران، پشت سرگویی یا تجسس در زندگی دیگران) نیز ارائه شده است.

در سریال جراحت نیز به ارائه الگوی مدرن از زنان (پرداختن به امور شغلی، رانندگی کردن، تصمیم‌گیری در مسائل و مشکلات خانواده و بیش از الگوی سنتی (اموری همچون انجام کارهای منزل یا بچه داری، پشت سرگویی، دور هم جمع شدن اعضای فامیل و ...) پرداخته شده است.

در مجموع در حوزه گذران زندگی روزمره، زنان در سریال افسانه افسونگر از نقش و فعالیت متنوع‌تری (مانند مطالعه، ورزش کردن، توجه به آراستگی و زیبایی، گشتن یا خرید کردن، تفریح یا سرگرمی) نسبت به زنان در سریال جراحت (مانند انجام کارهای منزل یا بچه داری، صحبت درباره مسائل و مشکلات خانواده) برخوردار هستند.

در زمینه "نقش و فعالیت مردان" بین ارائه الگوهای سنتی و مدرن اختلاف معناداری وجود ندارد. به عبارت دیگر، سریال‌های مورد بررسی در حوزه گذران زندگی روزمره، این الگوها را تقریباً به صورت یکسان نمایش داده‌اند.

در سریال افسانه افسونگر ترکیبی از الگوی مرد مدرن و الگوی مرد سنتی ارائه شده است. در الگوی مدرن ارائه شده، مردان در اموری چون (کمک در انجام کارهای منزل، پرداختن به امور شغلی و قراردادهای کاری، رانندگی کردن، مطالعه، ورزش کردن، توجه به آراستگی و زیبایی، گشتن یا خرید کردن در مرکز خرید، در حال تفریح یا سرگرمی و ...) و در الگوی سنتی در اموری همچون (تصمیم گیری در مسائل و مشکلات خانواده) نشان داده شده اند.

در سریال جراحی به تصویر مدرن مردان در اموری چون (کمک در انجام کارهای منزل، پرداختن به امور شغلی و قراردادهای کاری، رانندگی کردن) و تصویر سنتی در اموری چون (تصمیم گیری در مسائل و مشکلات خانواده، دور هم جمع شدن اعضای فامیل و ...) پرداخته شده است. در واقع در زمینه نقش و فعالیت مردان، ارائه الگوی مدرن و سنتی تا حدودی به طور یکسان نمایش داده شده است.

فرضیه چهارم: بین سبک زندگی فردی (سنتی / مدرن) در سریال ایرانی (جراحی) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۵. مقایسه "سبک زندگی فردی (سنتی / مدرن)" در سریال های افسانه افسونگر و جراحی

نام سریال	سنتی		مدرن	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
افسانه افسونگر	۱۸۱	۳۵,۱	۳۳۵	۶۴,۹
جراحی	۴۱۷	۷۷,۴	۱۲۲	۲۲,۶
جمع	۵۹۸	۵۶,۷	۴۵۷	۴۳,۳

درجه آزادی = ۱ سطح معناداری = ۰,۰۰۰ شدت = ۰,۴۲۷ نتیجه آزمون = تأیید

نتایج حاصل از یافته ها در حوزه "سبک زندگی فردی" نشان می دهد:

✓ نتیجه آزمون از ۰/۰۱ کوچکتر بوده بنابراین بین ارائه الگوهای سنتی و مدرن اختلاف معناداری وجود دارد.

در سریال افسانه افسونگر سبک زندگی مدرن بیش از سبک زندگی سنتی ارائه شده است. اما در سریال جراحی سبک زندگی سنتی بیش از سبک زندگی مدرن ارائه شده است.

در سریال افسانه افسونگر الگوهای مدرن همچون (مراسم ازدواج غیر سنتی، روابط افراد، استفاده از تکنولوژی های مدرن، علائق و گرایشات مدرن) بیش از الگوهای سنتی همچون (استفاده از ضرب المثل، کلمات و اصطلاحات قدیمی، رعایت آداب و رسوم ازدواج سنتی، هنجارهای زندگی سنتی) نمایش داده شده است. همچنین در زمینه آداب و رسوم ازدواج نکاتی همچون (پوشیدن لباس سنتی و رفتن به خانه ی بزرگترها برای ادای احترام، خریدن غذای سنتی خاص {غذای سنتی لیباجی} برای خانواده شوهر، پوشیدن لباس سنتی توسط عروس تا مدت ها پس از عروسی) به چشم می خورد که نشان می دهد این سریال در ارائه و حفظ سنت های ازدواج تأکید زیادی دارد و سعی دارد نکات منفی ازدواج همچون

(انجام کارهای منزل و پخت و پز غذا توسط عروس برای خانواده شوهر و ...) مورد سرزنش قرار دهد. در زمینه هنجارهای زندگی سنتی نکاتی همچون (استفاده از ظروف و قاشق سنتی کره ای، استفاده از طب سنتی، استفاده از داروهای گیاهی سنتی، تأکید بر مصرف غذاهای گیاهی، نشستن روی صندلی مخصوص کُره ای روی زمین و ...) و نکات منفی همچون (مهم دانستن نظر و حرف مردم، فضولی و تجسس در زندگی دیگران، تأکید بر مهم بودن خواب و تعبیر آن، اعتقاد به (چشم زخم، نفرین، جادو، پیش گوئی و طالع بینی) و ...) به چشم می خورد.

در حالی که در سریال جراحات الگوهای سنتی زندگی مانند (استفاده از ضرب المثل، کلمات و اصطلاحات قدیمی، رعایت آداب و رسوم ازدواج سنتی، هنجارهای زندگی سنتی) بیش از الگوهای مدرن مانند (استفاده از تکنولوژی های مدرن شامل استفاده از تلفن همراه، رایانه یا لب تاب، دستگاه خودپرداز بانک، دستگاه کارت خوان مترو و ...) نمایش داده شده است. لازم به ذکر است در سریال جراحات در ارائه هنجارهای زندگی سنتی (باورها و نوع رفتاری که در زندگی سنتی دیده می شود) برخی نکات منفی همچون (دخالته کردن عابران در دعوی دیگران در خیابان، سرک کشیدن همسایه ها از پنجره، خرافاتی بودن و...) و نکات مثبتی همچون (پذیرایی از مهمان و مهمان نوازی، تأکید بر حفظ حرمت عذا دار، تهیه لباس سفید برای عذا دار و...) به چشم می خورد.

هر دو سریال در زمینه هنجارهای زندگی سنتی مواردی مشابهی همچون (تأکید خانواده یا دوستان بر ازدواج فرزندان و بچه دار شدن آنها، انجام کارهای شخصی مرد توسط همسر، پذیرایی از مهمان و مهمان نوازی، فضولی و تجسس در زندگی دیگران، اعتقاد به قسمت و تقدیر، تأکید بر مهم بودن خواب و تعبیر آن، اعتقاد به چشم زخم و نفرین، مهم دانستن نظر و حرف مردم).

در زمینه استفاده از ضرب المثل، کلمات و اصطلاحات قدیمی کاربرد زیاد این اصطلاحات در متن سریال از نکات منفی سریال جراحات است که به جای تأثیر مثبت و نشان داده فرهنگ کهن ایرانی، نوعی دلزدگی در بیننده ایجاد کرده و از نکات حائز اهمیت در ساخت سریال های تلویزیونی است که بهتر است در برنامه سازی های آتی به آن توجه شود.

فرضیه پنجم: بین ارزش های زندگی فردی (معنوی / مادی) در سریال ایرانی (جراحات) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۶. مقایسه "ارزش های زندگی فردی (معنوی / مادی)" در سریال های افسانه افسونگر و جراحات

ارزش های زندگی فردی				
نام سریال	معنوی	مادی	فرایوانی	فرایوانی
	درصد	درصد	درصد	درصد
افسانه افسونگر	۱۶۹	۵۷,۷	۱۲۴	۴۲,۳
جراحات	۳۰۲	۸۴,۱	۵۷	۱۵,۹
جمع	۴۷۱	۷۲,۲	۱۸۱	۲۷,۸
درجه آزادی = ۱	سطح معناداری = ۰,۰۰۰	شدت = ۰,۲۹۴	نتیجه آزمون =	تأیید

نتایج حاصل از یافته ها در حوزه "ارزش های زندگی فردی" نشان می دهد:
 ✓ نتیجه آزمون از ۰/۰۱ کوچکتر بوده بنابراین بین ارائه ارزش های معنوی و مادی اختلاف معناداری وجود دارد.

در سریال افسانه افسونگر ترکیبی از ارزش های معنوی و ارزش های مادی ارائه شده است اما در سریال جراحی ارزش های معنوی بیش از ارزش های مادی ارائه شده است.

در سریال افسانه افسونگر ارزش های معنوی همچون (استفاده از کلمات و عبارات مذهبی، نشان دادن اعمال دینی، داشتن اعتقادات دینی و مذهبی) بیش از الگوهای مادی همچون (مهم بودن مادیات و ثروت در زندگی، مهم بودن شهرت، پایگاه و اعتبار اجتماعی) نمایش داده شده است.

در سریال جراحی نیز ارزش های معنوی زندگی (استفاده از کلمات و عبارات مذهبی، نشان دادن اعمال و فرایض دینی، داشتن اعتقادات دینی و مذهبی) بیش از ارزش های مادی (مهم بودن مادیات و ثروت در زندگی مانند داشتن ماشین مدل بالا) نمایش داده شده است.

فرضیه ششم: بین سبک معماری ساختمان (سنتی / مدرن) در سریال ایرانی (جراحی) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۷. مقایسه "سبک و معماری ساختمان (سنتی / مدرن)" در سریال های افسانه افسونگر و جراحی

سبک معماری ساختمان				
نام سریال	سنتی		مدرن	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
افسانه افسونگر	۰	۰,۰	۸۷۱	۱۰۰,۰
جراحی	۱۴۸	۳۲,۵	۳۰۷	۶۷,۵
جمع	۱۴۸	۱۱,۲	۱۱۷۸	۸۸,۸

درجه آزادی = ۱ سطح معناداری = ۰,۰۰۰ شدت = ۰,۴۹۰ نتیجه آزمون = تأیید

نتایج حاصل از یافته ها در حوزه "سبک معماری ساختمان" نشان می دهد:
 ✓ نتیجه آزمون از ۰/۰۱ کوچکتر بوده بنابراین بین ارائه الگوهای سنتی و مدرن اختلاف معناداری وجود دارد. به

بیان دیگر، سریال های مورد بررسی در این حوزه، به ارائه الگوهای مدرن بیش از الگوهای سنتی پرداخته اند. در سریال افسانه افسونگر الگو و سبک معماری مدرن (آپارتمان ساده و معمولی، آپارتمان شیک و مدرن، خانه ویلایی شیک و مدرن) نمایش داده شده است و سبک معماری سنتی ساختمان یعنی خانه های سنتی کُره ای که از سبکی سنتی برخوردار بوده اند به چشم نمی خورد. در این سریال ساختمان های ویلایی نیز از معماری مدرن و شیک برخوردار هستند. این نکته نشان می دهد که سریال افسانه افسونگر در حوزه سبک معماری ساختمان کاملاً

مدرن عمل کرده است.

در سریال جراحی سبک معماری مدرن (آپارتمان {ساده و معمولی، شیک و مدرن}، خانه ویلایی شیک و مدرن) ساختمان بیش از سبک سنتی (خانه ویلایی قدیمی) نمایش داده شده است. بنابراین الگوهای ارائه شده در این زمینه بیشتر به ارائه تصویر مدرن در این حوزه پرداخته و در حال فاصله گرفتن از الگوی سنتی جامعه ایرانی است.

فرضیه هفتم: بین نوع محله ها (سنتی / مدرن) در سریال ایرانی (جراحی) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۸. مقایسه "سبک محله ها (سنتی / مدرن)" در سریال های افسانه افسونگر و جراحی

سبک محله ها				
نام سریال	سنتی		مدرن	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
افسانه افسونگر	۱۷۸	۱۸,۹	۷۶۵	۸۱,۱
جراحی	۱۱	۲,۳	۴۷۰	۹۷,۷
جمع	۱۸۹	۱۳,۳	۱۲۳۵	۸۶,۷
درجه آزادی = ۱	سطح معناداری = ۰,۰۰۰	شدت = ۰,۲۳۱	نتیجه آزمون = تأیید	

نتایج حاصل از یافته ها در حوزه "سبک محله ها" نشان می دهد:

✓ نتیجه آزمون از ۰/۰۱ کوچکتر بوده بنابراین بین ارائه الگوهای سنتی و مدرن اختلاف معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، در سریال های مورد بررسی، الگوها و سبک مدرن بیش از الگوها و سبک سنتی نمایش داده شده است. این امر نشان می دهد که در هر دو سریال بافت و سبک محله در حال فاصله گرفتن از سبک سنتی می باشد.

فرضیه هشتم: بین دکوراسیون و تزئینات منزل (سنتی / مدرن) در سریال ایرانی (جراحی) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۹. مقایسه "دکوراسیون و تزئینات منزل (سنتی / مدرن)" در سریال های افسانه افسونگر و جراحی

دکوراسیون و تزئینات منزل				
نام سریال	سنتی		مدرن	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
افسانه افسونگر	۱۴۳	۲۶,۳	۴۰۱	۷۳,۷
جراحی	۰	۰	۱۶۸	۱۰۰
جمع	۱۴۳	۲۰,۱	۵۶۹	۷۹,۹
درجه آزادی = ۱	سطح معناداری = ۰,۰۰۰	شدت = ۰,۲۷۹	نتیجه آزمون = تأیید	

نتایج حاصل از یافته‌ها در حوزه "دکوراسیون و تزئینات منزل" نشان می‌دهد: ✓ نتیجه آزمون از ۰/۰۱ کوچکتر بوده بنابراین بین ارائه الگوهای سنتی و مدرن اختلاف معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، سریال‌های مورد بررسی، به نمایش الگوهای مدرن بیش از الگوهای سنتی پرداخته‌اند. در سریال افسانه افسونگر الگوها و سبک مدرن (استفاده از وسایلی که طراحی و سبک مدرن دارند مانند یخچال ساید بای ساید، فریزر مدرن، تلویزیون LCD یا پلاسما، ماشین ظرف شویی، مایکرو ویو و ...) بیش از الگوها و سبک سنتی (استفاده از وسایلی که طراحی و سبک آنها سنتی است مانند کمد، میز آرایش، گلدان، قاب عکس، تزئینات و ... که طرح سنتی‌گره‌ای دارند) نمایش داده شده است. در سریال جراحی تنها وسایلی که سبکی مدرن داشته‌اند نمایش داده شده است و سهم لوازم سنتی صفر می‌باشد. لازم به ذکر است که در این بررسی لوازمی که از سبکی ساده و معمولی برخوردار بودند به عنوان لوازم سنتی در نظر گرفته نشده و مورد محاسبه قرار نگرفته است. **فرضیه نهم:** بین نوع پوشش بازیگران زن و مرد (سنتی / مدرن) در سریال ایرانی (جراحی) و سریال خارجی (افسانه افسونگر) تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۱۰. مقایسه "نوع پوشش بازیگران (زنان - مردان)" در سریال‌های افسانه افسونگر و جراحی

"پوشش زنان"						
نام سریال	سنتی		مدرن		سنتی - مدرن	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
افسانه افسونگر	۱۹	۱,۶	۱۱۸۱	۹۶,۴	۲۵	۲,۰
جراحی	۱۵۳	۲۳,۳	۴۰۲	۶۱,۲	۱۰۲	۱۵,۵
جمع	۱۷۲	۹,۱	۱۵۸۳	۸۴,۱	۱۲۷	۶,۷

درجه آزادی=۲ سطح معناداری=۰,۰۰۰ شدت=۰,۴۶۱ نتیجه آزمون = تأیید

"پوشش مردان"						
نام سریال	سنتی		مدرن		سنتی - مدرن	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
افسانه افسونگر	۶	۰,۸	۷۲۷	۹۸,۴	۶	۰,۸
جراحی	۴۰۰	۴۹,۰	۲۴۹	۳۰,۵	۱۶۷	۲۰,۵
جمع	۴۰۶	۲۶,۱	۹۷۶	۶۲,۸	۱۷۳	۱۱,۱

درجه آزادی=۲ سطح معناداری=۰,۰۰۰ شدت=۰,۷۰۱ نتیجه آزمون = تأیید

نتایج حاصل از آزمون های آماری در حوزه "نوع پوشش بازیگران"، نشان می دهد نتیجه آزمون در هر دو مورد از ۰/۰۱ کوچکتر بوده بنابراین:

✓ در زمینه "پوشش زنان" بین ارائه الگوهای سنتی؛ مدرن و سنتی - مدرن اختلاف معناداری وجود دارد. در سریال افسانه افسونگر پوشش مدرن بیش از پوشش سنتی (پوشیدن هامبوک) نمایش داده شده و در سریال جراحی پوشش مدرن (بدون چادر) بیش از پوشش سنتی (چادر) نمایش داده شده است.

✓ در زمینه "پوشش مردان" بین ارائه الگوهای سنتی؛ مدرن و سنتی - مدرن اختلاف معنادار وجود دارد. در سریال افسانه افسونگر پوشش مدرن بیش از پوشش سنتی (هامبوک) نمایش داده شده است. اما در سریال جراحی پوشش سنتی (کلاسیک) بیش از پوشش مدرن (اسپرت) نمایش داده شده است.

در سریال افسانه افسونگر الگوی پوشش مدرن (کت و دامن یا پالتو، بلوز و دامن، لباس اسپرت شامل {لباس ورزشی، لباس شنا، شلوار چین یا کلاسیک، شلوارک، بلوز و دامن و ...}) بیش از الگوی پوشش سنتی (منظور لباسی است که زنان گره ای برای مراسم سنتی ازدواج و چندین روز بعد از آن یا در دیگر مراسم سنتی می پوشند {هامبوک}) و پوشش سنتی - مدرن ارائه شده است. در سریال جراحی نیز الگوی ارائه شده، الگوی پوشش مدرن (بدون چادر یعنی استفاده از مانتو و روسری و ...) بیش از الگوی پوشش سنتی (استفاده از چادر) نمایش داده شده است.

در زمینه "پوشش مردان" بین ارائه الگوهای سنتی؛ مدرن و سنتی - مدرن اختلاف معنادار وجود دارد. در سریال افسانه افسونگر الگوی پوشش مدرن (لباس رسمی {کت و شلوار و پیراهن یا شلوار کلاسیک و پیراهن بدون کت} و لباس غیر رسمی یا اسپرت {شلوار چین و بلوز اسپرت، کاپشن چرم یا کتان، لباس ورزشی (فوتبال، شنا، گلف و ...)}) بیش از الگوی پوشش سنتی (منظور لباسی است که مردان گره ای برای مراسم سنتی ازدواج و چندین روز بعد، یا در دیگر مراسم سنتی از آن استفاده می کنند) نمایش داده شده است. این نکته نشان می دهد که فرهنگ گره ای علاوه بر حفظ آداب و رسوم پوشش سنتی در مراسم مذهبی و سنتی خود، از الگوی پوشش مدرن در امور روزمره خود تبعیت می نماید. در سریال جراحی، الگوی پوشش سنتی (استفاده از کت و شلوار و پیراهن یا شلوار کلاسیک و پیراهن بدون کت) بیش از الگوی پوشش مدرن (استفاده از شلوار چین و بلوز اسپرت، کاپشن چرم یا کتان و ...) نمایش داده شده است. این نکته حائز اهمیت است که در جامعه امروزی تغییری اساسی در نحوه تفکر افراد و بالاخص جوانان در نوع پوشش شکل گرفته است. بنابراین متولیان رسانه می توانند با در نظر گرفتن این موضوع در جلب توجه مخاطبان سریال ها که قشر زیادی از آنان جوانان هستند، استفاده نمایند.

بحث

به عقیده دانشمندان، جامعه و به عبارت بهتر نظام اجتماعی نیازمند یک نظام ارزشی مشترک در سطح فردی است که در نتیجه آن افراد به شیوه های مشابه به جهان بنگرند. ارتباطات اجتماعی و به تبع آن وسایل ارتباط جمعی، عاملی در جهت ساخت و انتقال ارزش ها و به تعبیر دیگر دارای یک نقش فزاینده با ثبات در شکل دادن به محیط نمادین است. رسانه ها به طور اعم و تلویزیون به شکل خاص، یکی از مهم ترین نهادهای اجتماعی هستند که نقش اساسی در انتقال میراث فرهنگی و اجتماعی و ارزش های جوامع دارند. در واقع، تلویزیون در میان رسانه های

مدرن، چنان جایگاه محوری در زندگی روزمره پیدا کرده است که منجر به غلبه آن بر محیط نمادین ما شده و پیام‌هایش درباره واقعیت، جای تجربه شخصی و سایر وسایل شناخت جهان را گرفته است. در واقع، رسانه‌ها با کارکردهای خود و به کارگیری شیوه‌های جدید اطلاع‌رسانی، الگوهای نوین فرهنگی و اجتماعی را جایگزین الگوهای فرهنگی اجتماعی سنتی می‌کنند.

نتایج حاصل از این بررسی نشان می‌دهد در مجموع، سریال‌های مورد بررسی، در حوزه‌های مختلف فرهنگی به ارائه الگوهای مدرن بیش از الگوهای سنتی پرداخته‌اند اما در برخی حوزه‌ها (نظیر نوع خانواده، سبک زندگی فردی و ارزش‌های زندگی فردی) نیز به طور سنتی عمل کرده‌اند. لازم به ذکر است در سریال افسانه افسونگر الگوهای مدرن با اختلاف بسیار بالایی نسبت به الگوهای سنتی نمایش داده شده است در صورتیکه در سریال جراح الگوهای مدرن نسبت به الگوهای سنتی با اختلاف کمی ارائه شده است. در واقع سریال جراح ترکیبی از الگوهای سنتی و مدرن را ارائه کرده است. براساس یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای تحقیق به شرح ذیل ارائه می‌گردد:

* در حوزه خانواده (سبک و سیاق روابط خانوادگی و تعداد فرزندان خانواده) توصیه می‌شود تلفیقی از الگوی نوع خانواده سنتی و مدرن ارائه شود و الگوی تعداد فرزندان (بیش از سه نفر) کم‌رنگ گردد.

* در مورد نقش و فعالیت بازیگران زن و مرد، نقش و فعالیت‌های متنوع‌تری در نحوه گذران زندگی روزمره به تصویر کشیده شود؛ چرا که ارائه نقش‌های کلیشه‌ای حضور در منزل یا انجام کارهای منزل، صحبت‌های روزمره در مورد مسائل و مشکلات خانواده و اموری این چنین به نوعی باعث دلزدگی مخاطبان خواهد شد. ارائه الگوهای متنوع‌تری در این زمینه می‌تواند مورد توجه برنامه‌سازان قرار گیرد.

* در خصوص سبک زندگی فردی بهتر است تلفیقی از سبک زندگی سنتی و مدرن در تهیه برنامه‌ها مورد توجه قرار گیرد. اموری همچون تأکید بر الگوهای مثبت زندگی سنتی و داشتن علایق و گرایش‌های مدرن توصیه می‌شود.

* در حوزه ارزش‌های معنوی زندگی کاربرد زیاد کلمات و عبارات مذهبی نه تنها بازخورد مثبتی نخواهد داشت بلکه به نوعی موجبات دلزدگی مخاطبان را فراهم می‌آورد. بهتر است کاربرد این کلمات و اصلاحات و تأکید بر اعتقادات دینی و مذهبی متناسب با نیاز مخاطب نمایش داده شود. همچنین ارائه جنبه‌هایی از زندگی مادی متناسب با نیازهای مخاطبان و نسل جوان توصیه می‌شود.

* در بخش سبک و معماری ساختمان (معماری ساختمان، سبک محله‌ها و دکوراسیون و تزئینات منزل) رعایت اعتدال در نمایش ساختمان‌هایی با متراژ بزرگ و شیک که اکثراً در مناطق بالای شهر واقع هستند توصیه می‌گردد.

* در خصوص نوع پوشش بازیگران زن و مرد تلفیقی از الگوی پوشش چادر و بدون چادر از نکات مثبت برنامه‌سازی می‌باشد؛ چرا که الگوهای نسل جدید در حال فاصله گرفتن از الگوهای نسل گذشته است. همچنین، ارائه الگوهای مثبت در گرایش به زیبایی و مد توصیه می‌شود. این نکته حائز اهمیت است که در جامعه امروزی تغییری اساسی در نحوه تفکر افراد و بالخصوص جوانان در نوع پوشش شکل گرفته است. بنابراین متولیان رسانه می‌توانند با در نظر گرفتن این موضوع در جلب توجه مخاطبان سریال‌ها که قشر زیادی از آنان جوانان هستند، استفاده نمایند.

منابع

- باروايز، پاتريك و اندرو ارنبرگ. (۱۳۷۸). *تلویزیون و مخاطبان آن*. (فرهاد رادپور، مترجم). تهران: مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش برنامه ای صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.
- برون نیس، کلاوس. (۱۳۸۳). *تلفیق روش های کمی و کیفی در پژوهش های ارتباطی و رسانه ای*. (اسماعیل یزدان پور، مترجم). فصلنامه ی رسانه، شماره ۳، شماره ی پیاپی ۶۳.
- بختیاری، سایره. (۱۳۸۹). *ویلاگ جامعه شناسی ارتباطات* (کاربرد نظریه رسانه: قدرت، یکپارچگی و دگرگونی). حافظ نیا، محمد رضا. (۱۳۸۷). *مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی*، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت).
- دلگرن، پیترا. (۱۳۸۵). *تلویزیون و گستره ی عمومی: جامعه ی مدنی و رسانه های گروهی*. (مهدي شفقتی، مترجم). چاپ دوم، تهران: انتشارات سروش و مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه ای.
- دانی، مارسل. (۱۳۸۷). *نشانه شناسی رسانه ها* (گودرز میرانی و بهزاد دوران، مترجمان). تهران: چاپار، آنیسه نما. دستور نیکو. فاطمه. (۱۳۸۱). *پخش مستقیم ماهواره ای در قرن بیست و یکم*، چالش های حقوقی و فرهنگی، فرآیند جهانی شدن فرهنگ از طریق ماهواره، تهران: سروش.
- دلاور، علی. (۱۳۷۴). *مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی*، چاپ اول، تهران: انتشارات رشد.
- رابرتسون، یان. (۱۳۷۴). *درآمدی بر جامعه (با تأکید بر نظریه های کارکرد گرایسی، ستیز و کنش متقابل نمادی)* (حسین بهروان، مترجم) چاپ دوم، تهران: نشر آستان قدس رضوی.
- روشه، گی. (۱۳۶۶). *تغییرات اجتماعی* (منصور وثوقی، مترجم) تهران: نشر نی.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۲). *روش های تحقیق در علوم اجتماعی*، جلد اول و دوم، چاپ چهارم، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۶). *روش های تحقیق در علوم اجتماعی*، جلد سوم، تهران: نشر دیدار.
- ساروخانی، باقر و زهرا کروی. (۱۳۸۹). *فرآیند جهانی شدن و تأثیر آن بر نقش رسانه ها در حوزه فرهنگی ایران: مطالعه موردی تلویزیون*، فصلنامه ی علوم اجتماعی، شماره ۴۷.
- سورین، ورنر و جیمز تانکارد. (۱۳۸۱). *نظریه های ارتباط جمعی*. (علیرضا دهقان، مترجم). تهران: نشر دانشگاه تهران.
- سولیوان، جان هارتلی، دانی ساندرز و جان فیسک. (۱۳۸۵). *مفاهیم کلیدی ارتباطات*. (میر حسن رئیسی زاده، مترجم). چاپ اول، تهران: نشر فصل نو.
- سیف، علی اکبر. (۱۳۷۳). *تغییر رفتار درمانی*، نظریه ها و روش ها، چاپ اول، تهران: نشر دانا.
- صانعی، پرویز. (۱۳۵۴). *جامعه شناسی ارزش ها*، چاپ اول، تهران: انتشارات گنج دانش.
- فاضلی، نعمت الله. (۱۳۸۷). *مدرن یا امروزی شدن فرهنگ ایران*، چاپ اول، تهران: پژوهشکده ی مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

کازنو، ژان. (۱۳۶۴). قدرت تلویزیون. (علی اسدی، مترجم). چاپ اول، تهران: انتشارات امیر کبیر.

کازنو، ژان. (۱۳۷۳). جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی. (دکتر باقر ساروخانی، دکتر منوچهر محسنی، مترجمان). تهران: انتشارات اطلاعات.

کروز اوبراین، ریتا. (۱۳۷۴). رسانه های جمعی و انتقال ارزش ها. (نادر درستی، مترجم). تهران: مرکز پژوهش های بنیادی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

کمالی پور، یحیی. (۱۳۷۱). تلویزیون و فرهنگ: روابط انسان ها در عصر الکترونیک. (مجتبی صفوی، مترجم)، رسانه، سال سوم، شماره ۴، شماره ی مسلسل ۱۲.

کوثری، مسعود. (۱۳۷۸). سرمقاله، نامه ی پژوهش، سال چهارم، شماره ۱۴ و ۱۵، پاییز و زمستان.

گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۹). جامعه شناسی، (منوچهر صبوری، مترجم)، تهران: نشر نی.

گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۰). پایان قرن بیستم بود، (نیکو سرخوش، مترجم)، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۴۷ و ۴۸، شهریور و مهر.

گیل، دیوید و بریجیت آدامز. (۱۳۸۴). الفبای ارتباطات. (رامین کریمیان و مهران مهاجر، مترجمان). چاپ اول، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.

محسنیان راد، مهدی. (۱۳۸۲). ارتباط شناسی، تهران: انتشارات سروش.

مک کوئیل، دنیس. (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه های ارتباطات جمعی. (پرویز اجلالی، مترجم). چاپ اول، تهران: نشر مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.

مکی، ابراهیم. (۱۳۷۶). مقدمه ای بر فیلمنامه نویسی و کالبد شکافی یک فیلمنامه، تهران: انتشارات سروش.

ملون مارتینز، انریک. (۱۳۵۰). تلویزیون در خانواده و جامعه ی نو. (صدرالدین الهی، مترجم). چاپ اول، تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.

نویسندگان (اعضای هیأت علمی سنچش تکمیلی). (۱۳۸۶). جزوات مرجع کارشناسی ارشد، چاپ پنجم، جلد اول، تهران: سنچش.

ویمر، راجر دی و جوزف آر. دومینیک. (۱۳۸۴). تحقیق در رسانه های جمعی. (دکتر کاووس سید امامی، مترجم). تهران: سروش.

سایت های اینترنتی

شبکه فارسی ۱ www.Farsi1.tv

پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران www.irandoc.ac.ir

مرکز تحقیقات، مطالعات و سنچش برنامه ای صدا و سیما www.RCIRIB.ir

بانک جامع اطلاعات دست اندرکاران تولید فیلم و سریال www.tolid.com

