



مطالعه چگونگی بازنمایی ارزش‌ها و روابط خانوادگی در سریال‌های شبکه فارسی وان

• محمدباقر علیزاده اقدم^۱
• احمد شیریندل^۲
• لیلا جعفری فرد^۳

چکیده

پژوهش حاضر با هدف مطالعه نحوه بازنمایی ارزش‌ها و روابط خانوادگی در سریال‌های پخش شده از شبکه فارسی وان و میزان مطابقت آن با ارزش‌ها و روابط خانواده ایرانی - اسلامی انجام شده است. روش این پژوهش تحلیل محتوای هدفمند است. بر اساس یافته‌های این تحقیق استراتژی‌های بازنمایی مانند برجسته‌سازی، طبیعی‌سازی و کلیشه‌سازی از جمله روش‌های مهم جلب نظر مخاطبان ایرانی سریال‌های شبکه فارسی وان به شمار می‌روند. نتایج این تحقیق نشان داد: سریال‌های شبکه فارسی وان تلاش دارند تا با خانم‌های خانه‌دار بیشتر ارتباط برقرار سازند و بر ذهن آنها رسوخ نمایند. با اولویت دادن به موضوعات درون خانواده‌ای و زنانه مانند آرایش و زیورآلات و... سعی در کمرنگ کردن مسایل اخلاقی و متعالی دارند. مسائل جنسی نامشروع و خیانت به همسر را برجسته‌سازی می‌کند و برنامه ریزی هدفمندی برای جذب مخاطبان و انفعال کشیدن آنان و خروج از تعهدات اخلاقی دارند.

واژگان کلیدی:

شبکه فارسی وان، بازنمایی، تحلیل محتوای هدفمند

۱- عضو هیات علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تبریز aghdam1351@yahoo.com
۲- فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد واحد تبریز، a.shirindel@gmail.com
۳- فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد پژوهش اجتماعی دانشگاه مازندران leilajafari1@yahoo.com

بیان مسأله

خانواده از ابتدای تاریخ تاکنون در بین تمامی جوامع بشری به عنوان اصلی ترین نهاد اجتماعی و زیربنای اصلی جوامع بوده است. پرداختن به این نهاد بنیادین و هدایت آن به جایگاه واقعی اش سبب اصلاح جامعه انسانی شده و غفلت از آن پیامدهای ناگواری به همراه داشته است (رشکیانی، ۱۳۹۰: ۱۳۰). این نهاد کاربردهایی اعم از تولید مثل، محافظت، اجتماعی کردن، تنظیم روابط جنسی، عاطفه و همراهی دارد (چراغی، ۱۳۸۸: ۳۳-۳۱). در دنیای پر شتاب امروز، ابزارهای تکنولوژیکی بسیاری هستند که بر ارتباطات انسانی تاثیر می گذارند. از جمله این ابزارها می توان به رسانه‌ها اشاره کرد. در میان ابزارها و فنون جدید، رسانه های جمعی و به خصوص تلویزیون و ماهواره‌ها بیشترین تاثیرات فرهنگی را دارند. (رشکیانی، ۱۳۹۰: ۱۲۸-۱۲۰). رسانه های جمعی یکی از ساختارهای اجتماعی بهم پیوسته اجتماع می باشد. همانند دیگر ساختارهای علمی و تربیتی رسانه های جمعی به تولید و بازتولید آگاهی می پردازد. بر طبق مطالعات تطبیقی تاریخی رسانه های جمعی کنترلی وسیع بر ساختارهای اجتماعی جامعه دارد. (راگوسا و هولدن، ۲۰۰۶: ۲) بسیاری از تغییرات فرهنگی در ۵۰ سال اخیر در حوزه خانواده به خاطر رسانه های جمعی بوده است. زمان سپری شده در فضاهای خانوادگی تحت تاثیر رسانه جمعی به بسیار کمتر از زمان سپری شده در فضاهای فردی است. (زملز، ۲۰۱۱)

تکنیکهای رسانه های جمعی هنجارهای فرهنگی و اجتماعی را بوسیله طرح ریزی تصاویر کلیشه‌ای تقویت می کند (مارتین، ۲۰۰۴: ۷۵). اجتماع برای پذیرش تولیدات رسانه‌ها به عنوان حقایق درست، اجتماعی می شود و دوربین چشمهای تکنولوژی مدرن مطرح می شود. تکنیکها و سیاستهای رسانه جمعی در پی قانع کردن مصرف کنندگان بر درست بودن آنچه که از طریق رسانه های جمعی مشاهده می کنند هستند (مارتین، ۲۰۰۴: ۶۸). برخی از انواع واقعیت تغییر و تحول در سبک زندگی، تحت تاثیر تلویزیون صورت گرفته و تاثیر آن در زنان خانه دار، بوسیله حساس سازی زنان نسبت به کار خانه و مدیریت احساسی روابط و عواطف چشمگیر است (اسکگر و وود، ۲۰۰۸: ۳).

شبکه فارسی وان یکی از شبکه‌های ماهواره ای است که برای بینندگان فارسی زبان و ایرانی برنامه پخش می کند. شبکه فارسی وان در مرداد ۱۳۸۸ به وسیله سعد محسنی و به پشتیبانی روبرت مرداک یهودی شروع به فعالیت کرد. این شبکه چندین سریال روزانه و هفتگی با دوبله فارسی به همراه ویدئو موزیک هایی در خلال سریال های این شبکه پخش می کند. (نهماوندی و رشکیانی، ۱۳۹۰: ۸۰).

فارسی وان با تفاوت‌های زیادی نسبت به شبکه‌های دیگر کارش را شروع کرد در حال حاضر، مهم‌ترین دارایی رسانه‌ای مرداک، شرکت عظیم نیوز کورپریشن است که نه رسانه مختلف آن در

شش زمینه مختلف اطلاع‌رسانی می‌کنند. همچنین این شرکت صاحب بیش از ۱۳۰ روزنامه در سطح جهان است که محتوای بسیاری از آنها با تمرکز بر سه موضوع سکس، حوادث و ورزش، به سمت ادبیات عامه‌پسندی گرایش دارد که منتقدان رسانه‌ای معمولاً آن را «ادبیات مبتذل» می‌نامند (بیچرانلو، ۱۳۸۹: ۲). از جمله این سریالهایی که شبکه فارسی وان پخش می‌کند، می‌توان به «عشق و ترس» و «حریم شکسته» اشاره کرد که، در این تحقیق مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. بازنمایی رسانه‌ای^۱ پدیده‌ای است که امروزه نمی‌توان از اهمیت و نقش آن در شکل دهی به فرهنگ غافل شد. رسانه‌ها با استراتژی‌های مختلفی همچون برجسته‌سازی^۲، کلیشه‌سازی^۳، طبیعی‌سازی^۴، برساخت اجتماعی واقعیت^۵ و... سعی دارند تا محتواهای برنامه‌های خود را به مخاطبان القا کنند. کلیشه‌های جنسی، دینی، هویتی، سنی و... که توسط رسانه‌ها ساخته و پرداخته شده‌اند کم نیستند.

بنابراین در این تحقیق به دنبال آن هستیم تا دریابیم ارزش‌ها و روابط خانوادگی در سریال‌های شبکه فارسی وان به چه صورت به تصویر درآمده است و این ارزش‌ها و روابط خانوادگی با ارزش‌ها و روابط خانوادگی جامعه ایرانی-اسلامی ما تناسب دارد یا خیر؟

ضرورت و اهمیت مسأله

با نگاهی عمیق‌تر و تحلیل محتوای برنامه‌های شبکه‌هایی مانند فارسی وان، چنین برمی‌آید که گرچه محتوای چنین برنامه‌هایی در ظاهر جذاب و دیدنی است، اما در واقع حاوی مفاهیم خیانت، جنایت و عدم تعهد به خانواده بوده و با این که سریال‌های شبکه فارسی وان از میان برنامه‌های روز آمریکا و اروپا انتخاب می‌شوند، اما این انتخاب‌ها با دقت و وسواسی خاصی صورت می‌پذیرد. چنان‌که با اندکی ظرافت می‌توان خط پنهان، اما محکمی میان تمامی سریال‌های پخش شده از این شبکه را پیدا کرد، تا جایی که گویی هر سریال، سریالی دیگر را تکمیل و تثبیت می‌کند. سریال‌هایی که شخصیت‌های اغلب آنان زنانه هستند که یا در حال خیانت به زندگی خود و دیگران‌اند و یا افراد دیگری در زندگی به آن‌ها خیانت می‌کنند و به تبع آن راه‌هایی برای رهایی از منجلاب می‌یابند؛ راه‌هایی که حداقل با فرهنگ ما تضادها و تناقض‌های آشکاری دارد. بر این اساس، می‌توان به الگوی فکری انتخاب‌کنندگان سریال‌های این شبکه فارسی زبان دست یافت و با قاطعیت به این باور رسید که تیرانداز چابک دست شبکه، این بار بنیان جامعه فارسی زبان، یعنی خانواده را نشانه رفته است. مطالعات نشان می‌دهد که بی‌ثباتی در خانواده‌ها، که به مثابه فطری‌ترین و

-
- 1- Media Representation
 - 2- Agenda-setting theory
 - 3- Stereotyping
 - 4- Natural
 - 5- Social Construction of Reality

مقدس ترین نهاد بشری و حلقه های اصلی جوامع و سنگرهای پاسداری از فرهنگ و ارزش ها تلقی می شود؛ به دلیل کج روی ها، انحرافات فکری و روانی افراد جامعه است، که روندی رو به گسترش را می پیماید. روند روزافزون بی ثباتی و تزلزل، نظام خانواده ها را با بحران بسیار جدی تر از آنچه هست، مواجه خواهد ساخت؛ تا حدی که به مرز آسیب پذیری آنی برسند و با کوچک ترین اشاره ای از هم بپاشند. بازنمایی رسانه ای پدیده ای است که امروزه نمی توان از اهمیت و نقش آن در شکل دهی به فرهنگ غافل شد. رسانه ها با استراتژی های مختلفی همچون برجسته سازی، کلیشه سازی، طبیعی سازی، برساخت اجتماعی واقعیت و... سعی دارند تا محتواهای برنامه های خود را به مخاطبان القا کنند. کلیشه های جنسی، دینی، هویتی، سنی و... که توسط رسانه ها ساخته و پرداخته شده اند کم نیستند. قطعا همه شگردهای یاد شده در خدمت ایدئولوژی های حاکم بر رسانه های جهانی در راستای دست یابی به اهداف خاص صاحبان آنها به شمار می روند. با تماشای چنین برنامه هایی «مخاطب به بازنمایی مفاهیم بنیادینی دست می زند که در آن با تفاوت ها سروکار دارد، موضوعی که با احساسات، نگرش ها، عواطف و اضطراب در بیننده همراه است، و چیزی در سطوح عمیق تر که "عرف عام" نامیده می شود» (سروی، ۱۳۸۹).

یک آسیب شناس اجتماعی درباره آثار ماهواره بر جوانان می گوید: «با وجود این که برنامه های ماهواره ای محتوای علمی و آموزنده نیز دارند، امروزه بیشتر تمایل به دیدن برنامه هایی دارند که آن ها را در برنامه های داخل کشور نمی یابند، که زمینه انحراف و سقوط اخلاقی در این برنامه ها، زیاد است (سقزاده، ۱۳۸۸: ۴۰؛ صابری، ۱۳۸۵: ۸).

مروری بر تحقیقات پیشین

بررسی و تحلیل اثر گذاری سریالهای شبکه های ماهواره ای فارسی زبان بر خانواده عنوان پژوهشی است که آقای علی نهانوندی در صدا و سیمای مرکز خراسان رضوی انجام داده است و با پژوهش حاضر مرتبط است.

بررسی اثر گذاری رسانه های تصویری بر نهاد خانواده عنوان پژوهشی است که مهدی رشکیانی در سال ۱۳۹۰ در صدا و سیمای مرکز خراسان رضوی انجام داده است.

گیویان و سروی زرگر (۱۳۸۸)، در مقاله ای با عنوان «بازنمایی ایران در سینمای هالیوود» به بازنمایی رسانه ای جهان خارج در هالیوود پرداخته است. این تحقیق به تحلیل «رسانه ای در میان رسانه های جمعی» آمریکا پرداخته است. بررسی فیلمهای سینمایی ساخته شده در هالیوود که به نحوی به ایران مرتبط است نشان می دهد که در این فیلمها ایران به مثابه «دیگری فرو دست» غرب نشان داده شده است و کلیت عمل رسانه ای هالیوود را می توان بخشی از «نژاد پرستی نوین» دانست. برای نیل به این هدف، از تلفیق دیدگاههای سه سنت نظری مطالعات فرهنگی، مطالعات پسااستعماری و نظریه فیلم استفاده شده است.

محمدی مهر (۱۳۸۲)، در تحقیقی با عنوان «تحلیل محتوای برنامه خانه و خانواده»، به تحلیل محتوا برنامه خانه و خانواده پرداخته است. در این پژوهش، برنامه رادیویی خانه و خانواده، با روش تحلیل محتوا و با هدف شناخت محتوایی این برنامه بررسی شد. جامعه آماری پژوهش، تمامی برنامه‌های فصل زمستان ۱۳۸۱ و حجم نمونه آن، ۲۸ برنامه از برنامه‌های یاد شده بوده است. شهلا اعزازی ۱۱۲ فیلم داستانی کوتاه و سریال داخلی را که در فاصله زمانی ۷۶-۱۳۷۵ از برنامه‌های کودک و نوجوان شبکه‌های اول و دوم سیما پخش شده بود مورد بررسی قرار داد. قاسمی (۱۳۷۴) در کار یک کار تحقیقی با عنوان تحلیل محتوای برنامه تلویزیونی خانواده در تابستان ۷۴، به مار تحلیل محتوا برنامه خانواده در تابستان ۷۴ پرداخته است.

بدلیل عدم وجود پژوهش‌هایی که کاملاً منطبق با موضوع این پژوهش باشد، لذا در مرور تحقیقات تجربی پیشین ناگزیر پژوهش‌هایی که نزدیک به موضوع این پژوهش بودند انتخاب شدند. وجه تمایز تحقیق حاضر با تحقیقات یاد شده در بالا در این است، که ضمن استفاده از برخی مقوله‌ها، مبانی نظری و متغیرها و روش مشابه با این تحقیقات؛ پژوهش حاضر به یک دسته بندی منسجم از استراتژی‌های بازنمایی در قالب کلیشه سازی، طبیعی سازی و برجسته سازی صورت داده است و مصادیق هر یک از این استراتژی‌ها استخراج گردیده است که پژوهش را با تحقیقات قبلی متفاوت ساخته است.

مبانی نظری

از اواخر ۱۹۵۰، ابتدا تحت تسلط قواعد مثبت گرایی علوم اجتماعی آمریکایی، رویکردهایی در باب رسانه مطرح گشتند و سپس به صورت عمیقی توسط یک سری از تاثیرات تئوریک مداوم که از تئوری انحرافات، زبان شناختی، ساختارگرایی و نشانه شناسی و بخصوص تئوری گفتمان و انتقادی ترین آنها از مارکسیسم که از مشتق شده بود به چالش کشیده شد. در حد قابل ملاحظه‌ای اجماع چشمگیری در بین رویکردهای چپ و راست، در مورد نفوذ قدرتمند و تحمیل کننده رسانه های جمعی وجود دارد. (گورویچ و همکاران، ۱۹۸۲: ۲)

نظریه های بازنمایی

ریچارد دایر^۱ نشان می‌دهد که، تجربه اجتماعی با واسطه تصاویر خصوصاً فیلم برای انتقال معانی مخصوص شکل می‌گیرد. کاراکترها در فیلم ایده‌آلهای اجتماعی و فرهنگی پذیرفته و هنجار شده را برجسته می‌سازد و تداوم می‌دهد. همچنین دایر اذعان می‌دارد که فرهنگ از طریق همین تصاویر تفسیر و باز تفسیر و سرانجام مورد تغییر و تحول قرار می‌گیرد. دایر خاطر نشان میدارد که بازنمایی هیچگاه تمام یا ثابت نمی‌شود و تفاسیر توسط بینندگان قدیمی یا جدید همواره مورد بازبینی و

تجدیدنظر می‌گردد. (مارتین، ۲۰۰۴: ۷۱)

حال یکی از نظریه پردازان جامعه شناس است و در روش کار علمی خویش آلتوسر پیروی کرده وی معتقد است که رسانه ها وانمود می‌کنند واقعیت را منعکس می‌کنند درحالیکه این رسانه ها هستند که واقعیتها را شکل می‌دهند. (آوان ۲۰۰۷)

مفهوم بازنمایی از به کار گرفتن جایگاههای جدید و مهم در مطالعه فرهنگ ناشی میگردد. بازنمایی به معنا و زبان در فرهنگ مرتبط است. بازنمایی به استفاده از زبان برای بیان با معنای چیزی یا بازنمایی کردن جهان به صورت معنادار برای دیگر افراد اطلاق می‌گردد. (هال ۱۹۹۷: ۱۶) از نظر هال، رسانه های جمعی مانند کلید انتقال بازنمایی و به سان منبع اصلی اطلاعات در جامعه، قدرت کنترل و شکل دهی به نظرات و رویکردها و اعتقادات را در اذهان عمومی دارد (آوان ۲۰۰۷: ۱۴)

استوارت هال اذعان می‌کند که رسانه های جمعی به عنوان شکل اصلی نشر ایدولوژیکی مطرح است و به بازنمایی جهان اجتماعی به وسیله عکس و تصویرسازی می‌پردازد. هال ادعا می‌کند که ما در قالب ایدولوژی فهم و درکمان را می‌سازیم و درکمان از واقعیتهای اجتماعی و شرایط و موقعیتمان تحت تاثیر ایدولوژی است. (آوان ۲۰۰۷: ۱۴)

هال، بازنمایی را به همراه تولید، مصرف، هویت و مقررات، بخشی از چرخه فرهنگ^۱ می‌داند. او در ابتدا این ایده را مطرح می‌کند که "بازنمایی، معنا و زبان را به فرهنگ ربط می‌دهد" (هال به نقل از سروی، ۱۳۸۹: ۱۵). هال برای بیان چگونگی ارتباط میان بازنمایی، معنا، زبان و فرهنگ سعی می‌کند برداشت‌های متفاوت از بازنمایی را در یک طبقه‌بندی نظری کلی بیان کند. از این منظر، نظریه‌های بازنمایی در سه دسته کلی قرار می‌گیرند.

نظریه‌های بازتابی^۲

نظریه‌های تعمدی^۳

نظریه‌های برساختی^۴

در نگاه بازتابی، ادعا براین است که زبان به شکل ساده ای بازتابی از معنایی است که از قبل در جهان خارجی وجود دارد. در نگاه تعمدی یا ارجاعی گفته می‌شود که زبان صرفاً بیان کننده چیزی است که نویسنده یا نقاش قصد بیان آن را دارد. نگاه برساختی به بازنمایی مدعی است که معنا «در» و «بوسیله» زبان ساخته می‌شود.

1- The Circuate of Culture

2- The Reflective

3- The Intertional

4- The Constructive

هال با استفاده از دیدگاه نشانه‌شناسی منتج از آرای سوسور و نگاه گفتمانی برگرفته از دیدگاه‌های میشل فوکو نشان می‌دهد که بازنمایی دارای ویژگی‌های برساختی است. برساختی بودن بازنمایی برای استوارت‌هال از خلال نگاه به زبان به مثابه رسانه‌ی محوری در چرخه فرهنگ شکل می‌گیرد که معانی بوسیله آن در چرخه فرهنگ، تولید و چرخش می‌یابند. هال رویکرد دوم به بازنمایی که آنرا رویکرد تعددی (یا ارجاعی) می‌نامد اینگونه تشریح می‌کند: در این دیدگاه، «کلمات» معنایی را که مؤلف قصد آنرا دارد، با خود حمل می‌کنند، اما این دیدگاه دارای کاستی‌هایی است. ما نمی‌توانیم تنها منبع منحصر بفرد و یگانه معنا در ساحت زبان باشیم؛ چرا که این رویکرد زبان را به یک بازی تماماً خصوصی بدل می‌کند و این در حالی است که زبان نظامی سراسر اجتماعی است (هال به نقل از سروی، ۱۳۸۹:۲۵)

استراتژی‌های بازنمایی

کلیشه‌سازی کلیشه‌ها در واقع ایده‌ها و فرضیاتی هستند در حال جریان درباره گروه‌های خاصی از افراد. کلیشه‌ها به مانند دو روی یک سکه عمل می‌کنند؛ آنها از یک سو به طبقه‌بندی گروه‌ها می‌پردازند و از سوی دیگر به ارزیابی آنها اقدام می‌کنند. بنابراین کلیشه‌ها در برگزیده سوپه‌ای ارزشی هستند که قضاوتی جهت‌دار را در بر دارند. گرچه کلیشه‌ها به دو شکل مثبت و منفی دیده می‌شوند اما اغلب آنها دارای بار منفی هستند و سعی می‌کنند از مجرای موضوعاتی سهل‌الوصول ادراکی از موقعیت یک گروه را فراهم آورند که به شکل قطعی و مشخصی، تفاوت‌های موجود در بین گروه‌ها را برجسته سازند. طبق تحلیل دایر، بازنمایی سیاهپوستان بر مبنای تقابل‌های دوگانه سیاه و سفید، خرد و احساس و فرهنگ و طبیعت عمل می‌کند. دایر به نگاه متفاوت میان سیاهپوستان و سفیدپوستان اشاره می‌کند: برای سیاهان بیان رنج طولانی و امید به آزاد بودن و همزمان برای سفیدپوستان که صدای روحانی او را می‌شنیدند نماد حزن، مالیخولیا و رنج بود (هال به نقل از سروی، ۱۳۸۹:۲۵).

طبیعی‌سازی

طبیعی‌سازی به فرایندی اطلاق می‌شود که از طریق آن ساخت‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی به صورتی عرضه می‌شوند که گویی اموری آشکارا طبیعی هستند. طبیعی‌سازی دارای کارکردی ایدئولوژیک است. در فیلم و تلویزیون، دنیا به صورت طبیعی به شکل دنیایی سفید، بورژوازی و پدرسالار نشان داده می‌شود و بر این اساس طبیعی‌سازی وظیفه تقویت ایدئولوژی مسلط را بر عهده می‌گیرد. گفتمان‌های طبیعی‌ساز چنان عمل می‌کنند که نابرابری‌های طبقاتی، نژادی و جنسیتی به صورت عادی بازنمایی می‌شوند. «تصویر زن به شکل موجود درجه دوم و ابژه نگاه خیره مرد نشان داده می‌شود. میل جنسی مردان و زنان سیاهپوست به شکل اغراق‌آمیزی نیرومند و در نتیجه خطرناک نشان داده می‌شود که می‌بایست مهار شود» (هیوارد، ۱۳۸۱:۲۰۵-۲۰۴)

برای بارت اسطوره‌ها به عملکرد ایدئولوژیک "طبیعی‌سازی" کمک می‌کنند تا واکنش‌های فرهنگی به اموری کاملاً "طبیعی"، "عادی"، "خودآگاه" و مطابق با "عقل سلیم" به نظر برسند. "طبیعی‌سازی"، بازموذهای ایدئولوژیک خاص را به صورت عقل سلیم در می‌آورد و بدین وسیله آنها را غیر شفاف می‌کند، یعنی به عنوان ایدئولوژی به آنها نگاه نمی‌شود" (فر کلاف، ۱۳۷۹: ۵۰).

برجسته‌سازی

برجسته‌سازی یکی از شیوه‌هایی است که از طریق آن، رسانه‌های ارتباط جمعی می‌توانند بر عامه مردم اثر بگذارند. برجسته‌سازی به معنای آن است که رسانه‌های خبری، خبرها و موضوعاتی را که عامه مردم درباره آنها می‌اندیشند، تعیین می‌کنند. (محمدپور و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۴۰؛ ورنر و تانکارد، ۱۳۸۴)

نظریه کاشت^۱

جرج گربرنر، محقق ارتباطات و همکاران وی در دانشگاه پنسیلوانیای آمریکا با مطالعات بلند مدت در باره تاثیر تلویزیون، نظریه ای در این زمینه با عنوان «کاشت» مطرح کردند. تحقیقات آنها نشان می‌دهد، که تلویزیون در آمریکا به یک بازوی فرهنگی برای جامعه تبدیل شده است. تلویزیون عضو اصلی جامعه به شمار می‌رود که در بیشتر ساعات برای مردم بیشترین داستان‌ها را می‌گوید. در معرض همه گونه پیام‌های تلویزیونی قرار گرفتن و تاثیر پذیری از آنها همان چیزی است که گربرنر نام آن را کاشت نهاده است. در واقع کاشت به معنای القای یک جهان مشترک، نقش‌های مشترک و ارزش‌های مشترک است (مهرداد، ۱۳۸۰: ۱۶۲ و ۱۶۱). نظریه کاشت در پی آن است، که توضیح دهد چگونه محتوای تلویزیونی بر تصاویر ذهنی مخاطبان از جهانی که در آن زندگی می‌کنند تاثیر می‌گذارد. توجه اصلی این نظریه به محتوای تلویزیونی معطوف است که ایده‌هایی را در رفتار اجتماعی، نرم‌های اجتماعی و ساختارهای اجتماعی انتقال می‌دهد. در عین حال این نظریه تاثیر چنین محتوایی بر باورهای مخاطبان درباره جامعه شان توجه نشان می‌دهد. این نظریه مدعی است که بیشتر تلویزیون تماشا کردن مخاطبان باور ثابتی از جامعه به آنها می‌دهد که مانند فرایندی شبیه به سائیدن یا کاشتن بر آنها اثر می‌گذارد (دور، ۱۳۷۴: ۱۱۴).

روش تحقیق

این تحقیق کمی است و به روش تحلیل محتوای هدفمند انجام شده است. در این زمینه، فرد کرلینجر اذعان می‌دارد: تحلیل محتوا، روشی برای مطالعه و تحلیل ارتباطات به شیوه‌ای نظام‌مند، عینی و کمی با هدف اندازه‌گیری متغیرهاست (کرلینجر، ۱۳۷۶: ۲۱۲).

واحد تحلیل

در این پژوهش برنامه‌ها بر حسب واحد «سکانس» تحلیل و ارزیابی شده است.
متغیرهای تحقیق:

متغیر ۱: موضوع برای این متغیر مقوله‌هایی همچون: ۱- اجتماعی، ۲- خانوادگی، ۳- آموزشی، ۴- تربیتی، ۵- علمی، ۶- تبلیغات، ۷- اقتصادی، ۸- عشقی، ۹- فرهنگی، ۱۰- غیر قابل طبقه‌بندی مورد بررسی قرار گرفتند.

متغیر ۲: ارزش‌ها و هنجارها

در این تحقیق ارزش‌ها و هنجارها به دودسته تقسیم می‌شوند:

الف: ارزش‌ها و هنجارهای مثبت نمایش داده شده در سریال‌های شبکه فارسی وان: که عبارتند از:
۱- ارزش و هنجارهای اخلاقی، ۲- ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی جدید، ۳- ارزش‌ها و هنجارهای علمی و فنی، ۴- آشنا کردن مخاطبان با فرهنگ‌های مختلف، ۵- افزایش شناخت و آگاهی افراد، ۶- ترویج شادی در زندگی، ۷- اشاعه خانواده مطلوب، ۸- معرفی الگوهای صحیح رفتاری، ۹- پرداختن به تربیت فرزندان.

۱۰- سایر (ارزش‌ها و هنجارهایی که در دسته بندی‌های فوق نگنجد) ۱۱- ندارد: در صحنه ارزش و هنجاری مشاهده نشود. ۱۲- نامشخص.

ب) ارزش‌های منفی نمایش داده شده در سریال‌ها که مقوله‌های آن به شرح زیر هستند:

۱- ترویج دروغ‌گویی، ۲- رابطه نامتوازن عاطفی بین زنان و مردان با اختلاف سنی بالا، ۳- نشان دادن راه‌های دوست‌شدن با جنس مخالف، ۴- استفاده از کلمات رکیک، ۵- حالت‌های غیر طبیعی پرسناژ، ۶- نمایش مکرر شرب خمر، ۷- پنهان‌کاری از سوی مرد و بالعکس، ۸- نمایش روابط یک مرد با چند زن و بالعکس، ۹- زیر سوال بردن آئین ازدواج، ۱۰- تشویق زنان و دختران به آرایش و جلب توجه، ۱۱- عادی جلوه دادن خیانت از سوی مرد و زن، ۱۲- تجمل‌گرایی، ۱۳- سایر موارد.

متغیر ۳: کنش و تعاملات شخصیت‌ها؛ که مقوله‌های آن به ترتیب زیر است:

۱- حامی، ۲- شاکی، ۳- معترض، ۴- ضدیت، ۵- مطیع، ۶- ندارد (هر گاه صحنه فاقد کنش و تعاملات باشد).

متغیر ۴: جنسیت شخصیت‌ها: ۱- مرد، ۲- زن و ۳- ندارد (زمانی که در آیت‌م بررسی شده جنسیت به تصویر کشیده نشده باشد).

متغیر ۵: نقش‌های خانوادگی؛ که مقوله‌های مورد بررسی در آن به شرح زیر است:

۱- پدر، ۲- مادر، ۳- خواهر، ۴- برادر، ۵- عمو، ۶- عمه، ۷- دایی، ۸- خاله، ۹- دوست و ۱۰- سایر موارد

متغیر ۶: شیوه‌های بازنمایی که مقوله‌های زیر را شامل می‌شود:

برجسته سازی، ۲- کلیشه سازی، ۳- طبیعی سازی، ۴۵- سایر، ۵- نامشخص، ۶- ندارد.

تعریف مفاهیم

۱- ارزش های اجتماعی

ارزش های اجتماعی به خوب و بدها یا به عبارتی مطلوب یا نامطلوب های اخلاقی حاکم بر جامعه اطلاق می گردد. ارزش های اجتماعی هستند که مشخص می کنند چه چیزی برای افراد جامعه مهم و چه چیزی از نظر اخلاقی درست است یانه (حسینی نسب و اقدم، ۱۳۷۵: ۶۴۴).

۲- کنش و تعاملات

کنش و تعاملات عمل یارفتاری را گویند که در آن تقابل باشد (دو طرفه باشد) یا بر اساس انطباق متقابل صورت گیرد (ساروخانی، ۱۳۷۵: ۶۶۵).

۳- شبکه تلویزیونی فارسی وان

شبکه تلویزیون ماهواره ای فارسی وان در روز شنبه ۱۰ مرداد ۱۳۸۸ مطابق با اول آگوست ۲۰۰۹ از طریق ماهواره هات برد شروع به کار کرد. این شبکه چندین سریال روزانه و هفتگی با دوبله فارسی به همراه ویدئو موزیک هایی در میان سریال های این شبکه پخش می کند.

جامعه آماری و حجم آن

سریالهای در حال پخش از شبکه فارسی وان که تعداد آنها ۱۰ سریال است با عناوین زیر: انتخاب آخر، عشق و ترس، واحد ضدمافیاء، رازهای پنهان، تاوان آرورا، حریم شکسته، چشم عزیزم، هنوز وایسادیم و دنیای مالکوم

نمونه آماری حجم نمونه

در این تحقیق دو سریال در حال پخش از شبکه فارسی وان با نام های «عشق و ترس» و «حریم شکسته» انتخاب و تحلیل شدند.

در این پژوهش برای جمع آوری داده ها ابتدا نمونه گیری شد. نمونه گیری در این تحقیق به صورت هدفمند خواهد بود. نمونه گیری هدفمند بر روی موضوعات خاص تاکید دارد و از آنجائیکه ضبط و ثبت سریالها زمان بر می باشد لذا سعی شد دو سریالی که کوتاه تر از بقیه سریال ها هستند به نام های «حریم شکسته» و «عشق و ترس» به عنوان نمونه مورد بررسی انتخاب شوند.

فهرست شاخص های راهبردی و ابعاد و مولفه های خانواده ایرانی

شاخص راهبردی	شاخص هدف (بعد)	شاخص عملیاتی (مولفه)
خانواده	تربیتی و آموزشی	اهتمام به تحصیل و فراگیری علوم و فنون
		آموزش مهارت های زندگی
		انتقال و نهادینه کردن ارزش ها و هنجارها و آداب و رسوم
		پرورش اخلاقی اعضای خانواده
	عاطفی	نقش مادری به عنوان کانون مهرورزی، محبت، عطوفت، گرمی و صفا بخشی به خانواده
		نقش پدری برای اطمینان و آرامش خاطر برای اعضای خانواده
		نقش همسری مرد و زن برای یکدیگر
		تعلق خاطر و نقش حمایتی اعضای خانواده از یکدیگر
	حقوقی - تلکیفی	اطاعت فرزندان از والدین
		رعایت احترام و ادب متقابل در خانواده
		اخذ مشورت و جلب رضایت والدین به هنگام تشکیل خانواده

ادامه جدول فهرست شاخص های راهبردی و ابعاد و مولفه های خانواده ایرانی

شاخص راهبردی	شاخص هدف (بعد)	شاخص عملیاتی (مولفه)
		حمایت و دستگیری فرزندان نسبت به والدین به هنگام نیاز
		اهتمام به تامین نیازهای معیشتی خانواده توسط مرد
		احساس مسئولیت والدین نسبت به فرزندان در تشکیل خانواده و پس از آن
	مدیریتی	نقش مدیریتی و سرپرستی مرد در خانواده
		نقش انسجام بخشی و وحدت آفرینی والدین در خانواده
		نقش مشورتی اعضای خانواده برای یکدیگر
	اخلاقی	احترام به جایگاه زن در خانواده
		صله ارحام (ارتباط با خویشاوندان درجه یک و دو)
		احترام به والدین و بزرگتر ها در خانواده
		علاقه جوانان به خانواده خود
		پیروی جوانان از ارزش های اخلاقی والدین
		نامگذاری نیکو برای فرزندان
		عدم هرج و مرج در روابط زن و مرد در بین خویشاوندان
		حسن معاشرت بین افراد خانواده

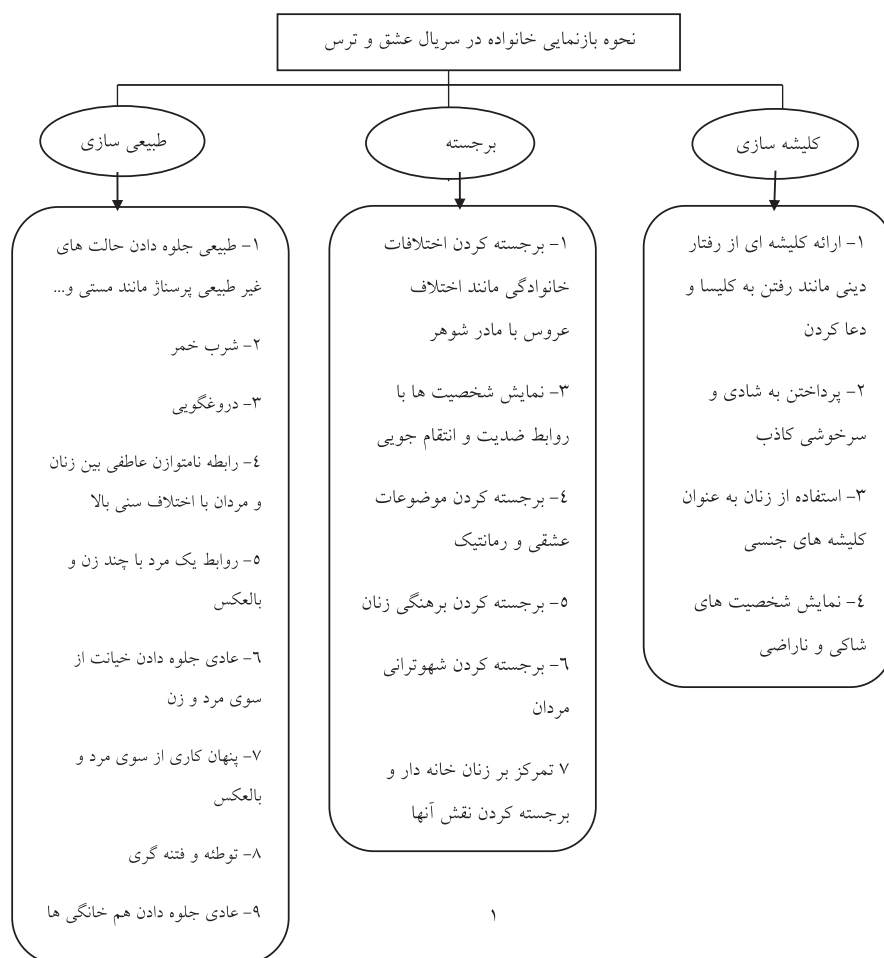
برگرفته از: «شاخص های راهبردی، ابعاد و مولفه های فرهنگی»؛ دبیرخانه شورای عالی انقلاب

فرهنگی، صفحه ۲۷

یافته‌های تحقیق

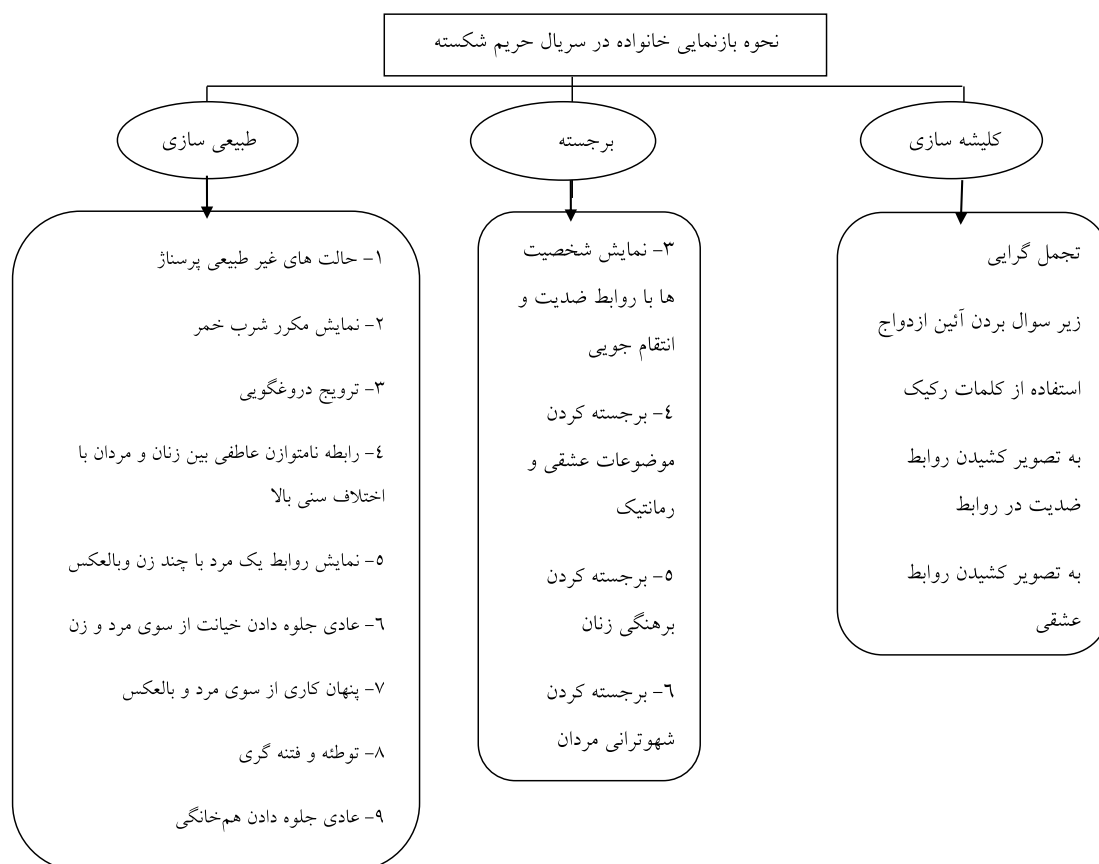
سریال عشق و ترس به تفکیک کاربرد شیوه‌های بازنمایی

استراتژی‌های بازنمایی در سریال عشق و ترس به شیوه‌های گوناگونی کاربرد داشته است. رفتن به کلیسا و دعا کردن، پرداختن به شادی و سرخوشی کاذب، استفاده از زنان به عنوان کلیشه‌های جنسی، تمرکز بر زنان خانه دار و برجسته کردن نقش آنها و نمایش شخصیت‌های شاکی و ناراضی مصادیق استراتژی کلیشه‌سازی بوده‌اند. برجسته کردن اختلافات خانوادگی مانند اختلاف عروس با مادر شوهر، نمایش شخصیت‌ها با روابط ضدیت و انتقام‌جویی، برجسته کردن موضوعات عشقی و رمانتیک، برجسته کردن برهنگی زنان و برجسته کردن شهوترانی مردان مصادیق کاربرد استراتژی برجسته‌سازی در سریال عشق و ترس هستند. نمایش حالت‌های غیر طبیعی پرسناژ، نمایش مکرر شرب خمر، ترویج دروغ‌جویی، رابطه نامتوازن عاطفی بین زنان و مردان با اختلاف سنی بالا، نمایش روابط یک مرد با چند زن و بالعکس، عادی جلوه دادن خیانت از سوی مرد و زن و پنهان‌کاری از سوی مرد و بالعکس در زمره مصادیق طبیعی‌سازی در سریال عشق و ترس هستند. نمودار زیر این واقعیت را بهتر نشان می‌دهد.



سریال حریم شکسته به تفکیک استراتژی های بازنمایی به کار رفته در آن

استراتژی کلیشه سازی با مصادیق تجمل گرایی، زیر سوال بردن آئین ازدواج، استفاده از کلمات رکیک، به تصویر کشیدن ضدیت در روابط، به تصویر کشیدن افراد مست در سریال حریم شکسته کاربرد داشته است. استراتژی برجسته سازی با نمایش شخصیت ها با روابط ضدیت و انتقام جویی، برجسته کردن موضوعات عشقی و رمانتیک، برجسته کردن برهنگی زنان و برجسته کردن شهوترانی مردان در سریال حریم شکسته نمایان است. استراتژی طبیعی سازی با به تصویر کشیدن حالت های غیر طبیعی پرسناژ، نمایش مکرر شرب خمر، ترویج دروغگویی، رابطه نامتوازن عاطفی بین زنان و مردان با اختلاف سنی بالا، نمایش روابط یک مرد با چند زن و پنهانکاری از سوی مرد و بالعکس، عادی جلوه دادن خیانت از سوی مرد و زن، توطئه و فتنه گری و عادی جلوه دادن هم خانگی ها در این سریال به نمایش در آمده است. نمودار زیر این تفکیک را به وضوح نشان می دهد



نتیجه گیری

استراتژی های بازنمایی در سریال عشق و ترس به شیوه های گوناگونی کاربرد داشته است. رفتن به کلیسا و دعا کردن، پرداختن به شادی و سرخوشی کاذب، استفاده از زنان به عنوان کلیشه های جنسی، تمرکز بر زنان خانه دار و برجسته کردن نقش آنها و نمایش شخصیت های شاکی و ناراضی مصادیق استراتژی کلیشه سازی بوده اند. برجسته کردن اختلافات خانوادگی مانند اختلاف عروس با مادر شوهر، نمایش شخصیت ها با روابط ضدیت و انتقام جویی، برجسته کردن موضوعات عشقی و رمانتیک، برجسته کردن برهنگی زنان و برجسته کردن شهوترانی مردان مصادیق کاربرد استراتژی برجسته سازی در سریال عشق و ترس هستند. نمایش حالت های غیر طبیعی پرسناژ، نمایش مکرر شرب خمر، ترویج دروغگویی، رابطه نامتوازن عاطفی بین زنان و مردان با اختلاف سنی بالا، نمایش روابط یک مرد با چند زن و بالعکس، نمایش روابط یک مرد با چند زن و بالعکس، عادی جلوه دادن خیانت از سوی مرد و زن و پنهان کاری از سوی مرد و بالعکس در زمره مصادیق طبیعی سازی در سریال عشق و ترس هستند.

در سریال حریم شکسته استراتژی کلیشه سازی با مصادیق تجمل گرایی، زیر سوال بردن آئین ازدواج، استفاده از کلمات رکیک، به تصویر کشیدن ضدیت در روابط، به تصویر کشیدن افراد مست کاربرد داشته است. استراتژی برجسته سازی با نمایش شخصیت ها با روابط ضدیت و انتقام جویی، برجسته کردن موضوعات عشقی و رمانتیک، برجسته کردن برهنگی زنان و برجسته کردن شهوترانی مردان در سریال حریم شکسته نمایان است. استراتژی طبیعی سازی با به تصویر کشیدن حالت های غیر طبیعی پرسناژ، نمایش مکرر شرب خمر، ترویج دروغگویی، رابطه نامتوازن عاطفی بین زنان و مردان با اختلاف سنی بالا، نمایش روابط یک مرد با چند زن و بالعکس، عادی جلوه دادن خیانت از سوی مرد و زن، توطئه و فتنه گری و عادی جلوه دادن هم خانگی ها در این سریال به نمایش در آمده است.

یافته ها حاکی از آن است که با در نظر گرفتن بافت فرهنگ کشور تولید کننده سریال عشق و ترس ارزش و هنجارهای اخلاقی بیشتر از موارد دیگر در این سریال کاربرد داشته است و سریال حریم شکسته از نظر افزایش شناخت و آگاهی افراد جامعه نسبت به سایر ارزش ها و هنجارها موفق تر عمل کرده است. در حالیکه ارزش ها و هنجارهای اخلاقی در سریال عشق و ترس کاربرد بیشتری داشته است، آشنا کردن مخاطبان با فرهنگ های مختلف در سریال حریم شکسته کاربرد بیشتری داشته است. اما آنچه اهمیت دارد این است که ارزش ها و هنجارهای منفی است که در جریان این گونه سریال ها به مخاطبان ایرانی تحمیل می شود، لوفور می نویسد قدرت تأثیرگذاری ماهواره محدود به تغییر ارزش ها تنها در حوزه تضعیف ارزش ها و ارزش های جایگزین در رفتار بینندگان نیست، بلکه این رسانه قادر است در حوزه های مربوط به حریم های خصوصی افراد نیز به

طور خاص، تغییراتی ایجاد کند. گاهی به فرد بدون اینکه در جریان باشد، تحمیل می‌شود، یعنی وجدان آدمی را دستکاری می‌کند.

بر اساس یافته‌های حاصله از این تحقیق به تصویر کشیدن حالت‌های غیر طبیعی پرسناژها بیشتر از بقیه ارزش‌های منفی و زیر سوال بردن آئین ازدواج کمتر از بقیه ارزش‌ها و هنجارهای منفی در سریال عشق و ترس کاربرد داشته است و تفاوتی از جهت نحوه پرداخت به ارزش‌ها و هنجارهای بین دو سریال وجود ندارد و هر دو سریال در کاربرد ارزش‌های منفی به صورت یکسان عمل کرده‌اند.

نقش مسائل جنسی در سریال‌های مورد بررسی بسیار پررنگ است. علاوه بر اینکه موضوع اصلی این سریال‌ها، روابط نامشروع است، شیوه پوشش بازیگران این سریال‌ها نیز به شدت تحریک‌کننده و غیراخلاقی است و به ندرت می‌توان کسی را در این سریال‌ها پیدا کرد که درگیر مسائل جنسی و شهوانی نباشد. مجموع آیت‌های مربوط به تهور در روابط عاطفی و جنسی در دو سریال مورد بررسی این شبکه بازگوکننده این مسئله است که اصلی‌ترین محتوای زیرپوستی سریال‌های این شبکه‌ها بر محوریت امور مرتبط با مسائل جنسی متمرکز شده است.

شهلا اعزازی (۱۳۷۶) در تحقیق خود می‌نویسد تلویزیون محیط خانه را به جای آنکه به صورت مکانی صمیمانه و عاطفی به نمایش درآورد، به محل نمایش «ضدیت» اعضا تبدیل کرده است. فضای ضدیتی خانه، ناشی از رفتار اعضا با یکدیگر بود اما زنان در این رابطه نقش بیشتری داشتند و دایم به شوهران و فرزندان خود اعتراض می‌کردند. فرزندان در برابر والدین مطیع و فرمانبردار تصویر می‌شدند. در نقش فرزند، ملایم و فروتن و در نقش خواهر - برادر دارای روابط ضدیتی بودند. اعتراض، دستور دادن و تمسخر یکدیگر، روال عادی برخورد بین خواهر - برادر بود

بر اساس تحلیل‌های انجام شده در این تحقیق رویکرد سریال عشق و ترس بیشتر نمایش کنش و تعاملات منفی از جمله کنش و تعاملات شاکی و معترض است. بیشتر کنش و تعاملات (۳۹،۲ درصد) صورت گرفته در سریال حریم شکسته شکل «ضدیت» دارد.

سریال حریم شکسته کنش و تعاملات کمتری را به تصویر کشیده است و کنش و تعاملات ضدیت در آن بیشتر به چشم می‌خورد و کنش و تعاملات حامی، شاکی، معترض و ضدیت در سریال عشق و ترس بیشتر کاربرد داشته است.

کنش و تعاملات ضدیت، شاکی و معترض در فرهنگ اسلامی چندان مورد پسند نیست و در عوض کنش و تعاملات مطیع و حامی مورد تأیید است. آنچه در فرهنگ ارائه شده از طریق دو سریال حریم شکسته و عشق و ترس مشاهده شد بیشتر بر روابط ضدیتی و اعتراضی مبتنی است که با فرهنگ ایرانی اسلامی کاملاً تفاوت دارد.

در یک جمع بندی می‌توان گفت یکی از مهم‌ترین اصول سریال‌سازی که در تمام دنیا پذیرفته

شده است، این است که اگر سریالی بتواند با گروه خانم‌ها در خانه ارتباط برقرار کند، به تدریج، همه خانواده را جذب می‌کند. این اصل به خوبی در سریال‌های مورد بررسی شبکه ماهواره‌ای فارسی وان رعایت شده است. سریال‌های مورد بررسی این شبکه‌ها عموماً موضوعاتی زنانه دارد و مؤلفه‌های جذب زنان در آنها رعایت شده است.

فهرست منابع و مآخذ

- اعزازي، شهلا. (۱۳۷۶). تصویر خانواده در برنامه های کودک سیما. تهران: طرح تحقیقاتی اداره کل پژوهش های سیما
- بیچرانلو، عبدالله. ۱۳۸۹. «سینمای ایران در تقابل با ویدئو، تلویزیون و ماهواره». تهران. نامه پژوهشی فرهنگی. دوره سوم شماره نهم. سال (۱۱)، ص ۲.
- بیچرانلو، عبدالله. ۱۳۸۹. «نگاهی به تهدیدها و تبعات فرهنگی شبکه ماهواره‌ای فارسی ۱ برای خانواده ایرانی». نشریه پگاه حوزه. ص ۲۷۴
- حسینی نسب، سید داوود و مقدم، اصغر. (۱۳۷۵). فرهنگ تعلیم و تربیت، تبریز: انتشارات احرار چراغی، اسماعیل (۱۳۸۹) خانواده، اسلام و فمینیسم، قم: موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی
- دور، امه (۱۳۷۴). «تلویزیون و کودکان» (رسانه ای خاص برای مخاطبان خاص). تهران: سروش
- رشکیانی، مهدی (۱۳۹۰) « بررسی اثر گذاری رسانه های تصویری بر نهاد خانواده ». طرح تحقیقاتی صدا و سیما مرکز خراسان رضوی
- ساروخانی، باقر. (۱۳۷۵). درآمدی بردایره المعارف علوم اجتماعی، تهران: انتشارات کیهان
- سورین، ورنر؛ تانکارد، جیمز. (۱۳۸۶). نظریه‌های ارتباطات. [ترجمه] علیرضا دهقان. تهران. نشر دانشگاه تهران.
- سقزاده، محمد و کریم خانی، حمزه (۱۳۸۸)، هجوم خاموش (آسیب‌شناسی نسل جوان). انتشارات عطر یاس، چاپ پنجم، ص ۴۰
- سروی، محمد (۱۳۸۸). «بازنمایی ایران در سینمای هالیوود». تهران: نشریه علمی پژوهشی مطالعات فرهنگی، صص ۱۵ تا ۲۹
- شاخص های راهبردی، ابعاد و مولفه های فرهنگی؛ دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۹
- صابری، الهام (۱۳۸۵). «دجال مدرن: نقش رسانه‌های جمعی در به انحراف کشاندن جوانان»، شمیم یاس، شماره ۴۰. ص ۸
- صابری، الهام (۱۳۸۴). «نقش رسانه‌های جمعی در به انحراف کشاندن جوانان (ماهواره)»،

- گنجینه، شماره ۵۴، مهر ۱۳۸۴. ص ۱۱
- فرکلاف، نورمن. (۱۳۸۹). تحلیل انتقادی گفتمان، ترجمه شعبانعلی بهرام پور و دیگران: تهران: مرکز مطالعات و توسعه رسانه‌ها
- قاسمی، فاطمه. (۱۳۷۴). «تحلیل محتوای برنامه تلویزیونی خانواده در تابستان ۷۴» تهران: طرح تحقیقاتی مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- کرلینجر، فردریک (۱۳۷۶) مبانی پژوهش در علوم رفتاری، ترجمه حسن پاشا شرفی، تهران: آوای نور
- کین، جان. (۱۳۸۳). رسانه‌ها و دموکراسی. ترجمه: نازنین شاه رکنی. تهران: انتشارات طرح نو.
- گیویان، عبدالله؛ سرروی زرگر، محمد (۱۳۸۸)، بازنمایی ایران در سینمای هالیوود. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۲(۸)، ۱۱۴۷-۱۷۷
- مهرداد، هرمز. (۱۳۸۰). مقدمه‌ای بر نظریه‌ها و مفاهیم ارتباط جمعی، تهران. فاران.
- محمد پور، احمد؛ اسداله نقدی و بهزاد نادرزاد. ۱۳۸۹. «تأثیر ماهواره بر هویت فرهنگی در کردستان ایران». دو فصلنامه تخصصی پژوهش جوانان. فرهنگ و جامعه. ص ۱۴۰
- هیوارد، سوزان. (۱۳۸۱). مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی. [ترجمه] فتح محمدی. تهران: نشر هزاره.
- محمدی مهر، غلامرضا. (۱۳۸۲)، «بررسی محتوایی برنامه خانه و خانواده»، تهران: طرح تحقیقاتی مرکز تحقیقات صدا و سیما
- نهادوندی، علی؛ رشکیانی، مهدی. (۱۳۹۰). بررسی و تحلیل اثر گذاری سریال‌های شبکه های ماهواره ای فارسی زبان بر خانواده، طرح تحقیقاتی صدا و سیما مرکز خراسان رضوی

منابع انگلیسی:

- Ragusa, Angela; Holden, Thomas (2006), Social Change in The Australian's Media Representation of Corporate News Reporting on two Environmental Organizations (Greenpeace & Landcare) in the millennium, Paper presented to the Social Change in the 21st Century Conference.
- Zemmels, David R (2011), Yout And New Media: Constructin Meaning And Identity In Networked Spaces, PhD Thesis, University of Utah.
- Skeggs, Bev and Wood, Helen(2008) , The Labour of Transformation and Circuits of Value 'around' Reality Television, Journal of Media & Cultural Studies, 22(4), 559-572.
- Gurevitch, Michael; Bennett, Tony; Curran, James & Woollacott, Janet (2005), Culture, society and the media, Available in Taylor & Francis e-Library
- Hall, Stuart (1997), Cultural Representation And Signifying Practices, London: Sage Publications
- Awan, Fatimah(2007), Young People, Identity and the Media: A Study of Conceptions of Self-Identity Among Youth in Southern England, PhD Thesis, University of Bournemouth.
- Scott G, Martyn (2004): International Sports Studies, Available in <http://library.la84.org/SportsLibrary/ISS/ISS2602/ISS2602d.pdf>