

بازنمایی روابط نسلی

در

تلویزیون

دکتر فرورنده جه‌رزاده‌پور

مدیر گروه پژوهشی جوانان و مسائل نسلی جهاد دانشگاهی



پژوهشگاه

علوم انسانی و مطالعات اجتماعی

سرشناسه	جعفرزاده پور، فروزنده، ۱۳۴۳ -
عنوان پدیده	بازنمایی روابط نسلی در تلویزیون/ فروزنده جعفرزاده پور.
مشخصات نشر	تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	۱۵۸ ص: جدول.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۷۱۷۲-۱۳-۱
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
یادداشت	کتابنامه.
موضوع	تلویزیون و ارتباط بین نسل ها
رصو	ارتباط بین نسل ها
شنا افزوده	پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی
رده بندی کنگره	۱۳۹۴ ج ۷ الف / PN۱۹۹۲/۸
رده بندی دیو	۷۹۱/۴۵۷۲
شماره کتاب شناسی	۴۰۷۵۱۳

بازنمایی روابط نسلی در تلویزیون

فروزنده جعفرزاده پور

مدیر گروه پژوهشی جوانان و مناسبات نسلی - جهاد دانشگاهی

ناشر: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی

چاپ نخست: ۱۳۹۴

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۹۰۰۰ تومان

حق چاپ و نشر محفوظ است.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی

نشانی: تهران، خیابان انقلاب اسلامی، خیابان دانشگاه،

خیابان شهید وحید نظری، شماره ۴۷

تلفن: ۰۲-۶۶۴۹۷۵۶۱ — ۵-۶۶۹۵۱۵۹۳

دورنگار: ۶۶۴۹۲۱۲۹

E-mial: info@ihss.ac.ir
www.ihss.ac.ir

سخن پژوهشگاه

«تعاملات بین‌نسلی»، ازجمله پژوهش‌های درخور اهتمام پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاددانشگاهی طی دهه اخیر، در جامعه ایران بوده؛ که آن را با منشور مختلف علمی بررسی و تدقیق کرده و به چاپ رسانده است. گروه پژوهش جوانان و مناسبات نسلی پژوهشکده علوم اجتماعی این پژوهشگاه، بار دیگر این توفیق را یافت که بخشی از نتایج فعالیت‌های پژوهشی خود را در قالب کتاب حاضر منتشر کرده و در تداوم این راه بکوشد.

پراختن به موضوع تعاملات نسلی، باتوجه به تغییرات سریع در جوامع مدرن امروزی و با توجه به تفاوت بین نسل‌های حاضر در عرصه اجتماع، بسیار حائز اهمیت است. این مسئله، ران مهم است که فرهنگ و تمدن جوامع از این مسیر به آینده انتقال می‌یابد؛ بنابراین، نیاز است برای نیل به این مهم، هوشمندانه عمل شود. به‌نظر می‌رسد الگوهای دینی، دارای باره، قادر به ارائه طریقی هستند. حضرت علی^(ع)، به مباحث اجتماعی، با نگاهی مرقی و پیشرو، نظر افکنده و در حدیثی فرموده است: «فرزندان خود را مطابق عصر خود تربیت نکنید؛ زیرا آنان به عصر و زمانی متفاوت با شما تعلق دارند»؛ و اینکه: «مردم به مرور زمان خود شبیه‌ترند تا به پدرانشان». احادیث یادشده، ژرف‌اندیشی در تعاملات انسان و توجه به تغییرات آن را طی زمان نشان می‌دهد. درحالی‌که قرن‌ها از فرمایش‌های گه‌بار ایشان می‌گذرد، این موارد همچنان موضوع بحث در حوزه علوم انسانی است.

رسانه‌ها به‌ویژه رسانه دیداری-شنیداری، در قرن اخیر و به‌طورخاص در نیم‌قرن اخیر به‌عنوان یکی از ابزارهای جامعه‌پذیری و ایجاد تغییر در تعاملات بین نسل‌ها و جوامع، جای والدین را گرفته است. فرهنگ‌سازی در جامعه امروز، یکی از کارکردهای رسانه‌هاست.

مجموعه حاضر، به چگونگی بازنمایی روابط بین نسلی در تلویزیون پرداخته و حاصل پژوهشی در این راستاست.

این اثر، برای تداوم کوشش‌های گروه پژوهشی جوانان و مناسبات نسلی تلاش کرده و امید دارد جامعه علمی کشور در آینده از این ثمره بهره‌مند شود. به خود فرض می‌دانیم که از زحمات سرکار خانم دکتر فروزنده جعفرزاده‌پور در تألیف این اثر قدردانی نماییم؛ همچنین از اهتمام شایان‌توجه سرکار خانم عفت نادری‌نژاد در راستای ادبی و فنی کتاب و تلاش‌های همکاران معاونت محترم آموزشی، به‌ویژه کتاب‌آثار سیدابوالفضل موسویان مدیر محترم اداره انتشارات و ترویج یافته‌های علمی و هنری رشتی صدیقی که با پیگیری‌های مداوم در انتشار این اثر تسریع نمودند، تشکر می‌نماییم.

پژوهشگاه

علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی

پاییز ۱۳۹۴

۱۱	پیشگفتار
۱۷	فصل نخست: نسل‌ها، ویژگی‌ها و انواع دسته‌بندی
۱۹	مقدمه
۲۷	طبقه‌بندی نسل‌ها
۲۸	تسیم‌بندی نسل‌ها در جهان
۲۹	تسیم‌بندی نسل‌ها در ایران
۳۳	پیوست‌های فصل نخست
۳۵	نسل دوم: رسانه‌ها و تأثیرات آن بر تعاملات نسلی
۳۷	مقدمه
۳۸	رویکرد بازتاب
۴۳	نظریه کاشت
۴۴	بازنمایی رسانه‌ای
۴۵	نظریه مدل‌سازی
۴۸	پی‌نوشت‌های فصل دوم
۴۹	فصل سوم: روابط نسلی در سریال‌های تلویزیونی
۵۱	مقدمه
۵۴	اشکال و انواع روابط نسلی
۵۶	توافق نسلی
۵۷	گسست یا انقطاع نسلی
۶۰	تفاوت نسلی
۶۲	رویکرد نظریه‌پردازان به روابط و تعاملات نسلی
۶۲	مانهایم
۶۴	گیدنز
۶۶	بورديو
۶۷	اینگلهارت
۶۸	وایت
۶۹	بالس

۶۹	کرتزل
۷۰	مروری بر پژوهش‌های انجام شده
۷۴	مفاهیم و متغیرهای بررسی شده
۷۶	یافته‌ها
۸۳	جمع‌بندی
۸۷	پی‌نوشت ای فصل سوم
۸۹	فصل چهارم: الگوهای ارزشی و روابط بین‌نسلی
۹۱	مقدمه
۹۴	نگرش‌های ارزشی
۹۵	نظریات مرتبط با نگرش‌های ارزشی
۹۷	آزمون آلپورت
۹۷	طبقه‌بندی اسپیندلر از ارزش‌ها
۹۹	طبقه‌بندی پرینس از ارزش‌ها
۹۹	طبقه‌بندی روکیچ از ارزش‌ها
۱۰۰	طبقه‌بندی شوارتز از ارزش‌ها
۱۰۴	نگاهی به مطالعات پیشین
۱۰۷	یافته‌ها
۱۱۴	خلاصه
۱۲۰	پی‌نوشت‌های فصل چهارم
۱۲۱	فصل پنجم: الگوهای قدرت در روابط بین‌نسلی
۱۲۳	مقدمه
۱۲۸	مفاهیم و متغیرهای مورد بررسی
۱۲۸	یافته
۱۳۶	خلاصه
۱۴۱	پی‌نوشت‌های فصل پنجم
۱۴۳	فصل ششم: نتیجه‌گیری و باقیه‌های پژوهش
۱۴۵	نتیجه‌گیری
۱۵۱	کتابنامه
۱۵۳	منابع فارسی
۱۵۸	منابع لاتین

فهرست جدول‌ها

صفحه

عنوان

۱۷	فصل نخست: نسل‌ها، ویژگی‌ها و انواع دسته‌بندی
۲۹	جدول ۱-۱. طبقه‌بندی نسل‌های اروپایی توسط استراوس و هاو
۳۱	جدول ۲-۱. عناصر جداسازی نسل‌ها از یکدیگر
۴۹	فصل سوم: روابط نسلی در سریال‌های تلویزیونی
۷۶	جدول ۱-۳. بررسی نوع رابطه درون‌نسلی در سریال‌های مورد مطالعه
۷۸	جدول ۲-۳. نوع رابطه بین‌نسلی جوانان با سایر دوره‌های زندگی در سریال‌های مطالعه‌شده
۸۰	جدول ۳-۳. نوع رابطه بین‌نسلی میان‌سالان با سایر دوره‌های زندگی در سریال‌های مطالعه‌شده
۸۲	جدول ۴-۳. نوع رابطه بین‌نسلی سالمندان با سایر دوره‌های زندگی در سریال‌های مورد مطالعه
۸۹	فصل چهارم: ارزش‌های زشی و روابط بین‌نسلی
۹۸	جدول ۱-۴. ارزش‌های زشی و ارزش‌های جدید اسپندلر
۹۹	جدول ۲-۴. طبقه‌بندی پرسش از ارزش‌ها
۱۰۰	جدول ۳-۴. طبقه‌بندی رویکرد ارزش‌ها
۱۰۱	جدول ۴-۴. طبقه‌بندی شوارتز از ارزش‌ها
۱۰۸	جدول ۵-۴. ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی و دوره‌های زندگی و جنسیت
۱۱۱	جدول ۷-۴. ارزش‌های اقتصادی، دوره زندگی و جنسیت
۱۱۲	جدول ۸-۴. ارزش‌های قانونی، دوره زندگی و جنسیت
۱۱۴	جدول ۹-۴. شخصیت‌های سریال‌ها با توجه به دوره زندگی و ارتباط با ارزش‌های جامعه
۱۱۶	جدول ۱۰-۴. شخصیت‌های مذکر سریال‌ها با توجه به دوره زندگی و ارتباط با ارزش‌های جامعه
۱۱۷	جدول ۱۱-۴. شخصیت‌های مؤنث سریال‌ها با توجه به دوره زندگی و ارتباط با ارزش‌های جامعه
۱۲۱	فصل پنجم: الگوهای قدرت در روابط بین‌نسلی
۱۲۹	جدول ۱-۵. نوع روابط درون‌نسلی برحسب قدرت (سلطه‌جو و سلطه‌پذیر) به‌صورت کلی
۱۳۰	جدول ۲-۵. نوع روابط درون‌نسلی شخصیت‌های مؤنث برحسب قدرت (سلطه‌جو و سلطه‌پذیر)
۱۳۱	جدول ۳-۵. نوع روابط برون‌نسلی شخصیت‌های مؤنث جوانان با یکدیگر و...
۱۳۲	جدول ۴-۵. نوع روابط برون‌نسلی شخصیت‌های مؤنث میان‌سال با یکدیگر و...
۱۳۲	جدول ۵-۵. نوع روابط درون‌نسلی شخصیت‌های مذکر برحسب قدرت (سلطه‌جو و سلطه‌پذیر)...

- جدول ۶۵. نوع روابط برون‌نسلی شخصیت‌های مذکر جوانان با یکدیگر و ۱۳۳
- جدول ۷۵. نوع روابط برون‌نسلی شخصیت‌های مذکر میان‌سالان با یکدیگر و ۱۳۴
- جدول ۸۵. رابطه بین چگونگی روابط بین‌نسلی و اعمال قدرت باتوجه‌به دوره زندگی ۱۳۵
- جدول ۹۵. شمای کلی نوع روابط در صحنه برحسب قدرت (سلطه‌جو و سلطه‌پذیر) ۱۳۶

پیشگفتار

تعامل بین نسل‌ها یکی از مهم‌ترین حوزه‌هایی است که در جوامع متحول و نشونده امروزی بررسی می‌شود؛ زیرا فرهنگ و ارزش‌های یک جامعه با این تعاملات به نسل‌های آتی منتقل شده و اسباب تداوم تمدن را فراهم می‌آورد. الگ‌های متنوعی برای روابط نسل‌ها مطرح شده است که طیفی از تداوم پیوند نسلی تا تعارض و انقطاع را نشان می‌دهد. مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که تعارض و تعارض بین نسل‌ها در جامعه ایران هنوز به نتیجه قطعی نرسیده است؛ گاهی می‌توان گفت الگوی تفاهم و پیوند نسلی، الگوی غالب در بین نسل‌های نوجوان در جامعه نبوده و الگوهای تفاوتی بیشتر مشاهده می‌شود.

روش‌های مختلفی برای شناسایی وضعیت تعاملات نسل‌ها در یک جامعه وجود دارد. یکی از این راه‌ها بررسی الگوهاست که رسانه‌ها از تعاملات نسل‌ها بازنمایی می‌کنند؛ گرچه امروزه مردم از رسانه‌های مختلفی استفاده می‌کنند، تلویزیون همچنان یکی از تأثیرگذارترین رسانه‌هاست. نگاهی به پیشینه این رسانه نشان می‌دهد در حدود اواسط قرن بیستم بود که تلویزیون جزء یکی از لوازم خانه به‌شمار آمد و شواهد محکم وجود دارد که تأثیری انکارناپذیر بر فرایند اجتماعی شدن داشت. به‌نقل از اجلالی در صفحه ۱۵۶ کتاب «درآمدی بر نظریه نظریه‌های ارتباطات جمعی» رسانه‌ها نقش دوگانه‌ای دارند. آنها از یک سو بازتاب‌دهنده ارزش‌های جامعه هستند و

ازسوی دیگر قادرند ارزش‌ها و هنجارهای جدیدی را به جامعه القا کنند. انتظارات هنجاری مخاطبان نه تنها به استفاده از رسانه‌ها، بلکه به محتوای آنها نیز مربوط می‌شود. مخاطبان انتظار دارند رسانه‌ها با هنجارهای مربوط به حسن سلیقه و اخلاق هماهنگ باشند و نیز گاهی با ارزش‌هایی مانند اجتماع، ملی، وطن پرستی، و دموکراسی همسو باشند.

همان‌طور که تحلیل دیگر وسایل ارتباطی ما را به هویت واقعی پیام، آشنا می‌سازد؛ تحلیل محتوا در پیام‌های ارتباطی سریال‌ها و فیلم‌های سینمایی هم قادرند عملکرد مشابهی داشته باشند. «آذری» در صفحه ۵۲ پایان‌نامه خویش با عنوان «سنجش نگرش هنر جوان انجمن سینمایی جوانان شهر شیراز...» به نقل از «آرتور آسابرگر»، «استاد پژوهشگر رشته علوم ارتباطات درباره روش تحقیقی تحلیل محتوا، آورده است:

«تحلیل محتوا کوششی است برای آموختن چیزی درباره مردم از طریق بررسی موضوعی که می‌نویسند یا به صورت دیگر به بیان تلویزیونی عرضه می‌کنند یا درباره‌اش فیلم می‌سازند. تحلیل گران به‌ترین عقیده‌اند که الگوهای رفتاری، ارزش‌ها و نگرش‌هایی که ضمن این گونه فعالیت‌ها معرفی می‌شوند هم بر رفتار، ارزش‌ها و نگرش‌های کسی که آنها را می‌آفرینند تأثیر می‌گذارند و هم از آنها تأثیر می‌پذیرند».

از آنجاکه تلویزیون رسانه‌ای فراگیر در سطح ملی است؛ تحلیل محتوای برنامه‌های آن، سبب روشن‌تر شدن نگرش‌های فرهنگی کنونی کشور می‌شود. براساس مطالعات انجام‌شده متوسط تماشای تلویزیون در سال ۱۳۸۴، حدود ۵ روز در هفته بوده است؛ بنابراین می‌توان گفت سیمای جمهوری اسلامی ایران در آن سال، پرمخاطب‌ترین رسانه جمعی بوده و

خیل عظیمی از جمعیت کشور را تحت پوشش خود قرار می‌داده است. به گفته دیباجی و همکاران (۱۳۸۴)، مخاطبان تلویزیون به‌طور متوسط چهار ساعت و نیم از وقت روزانه خود را صرف تماشای تلویزیون می‌کرده‌اند. ساعات اوج تماشای تلویزیون (ساعات پیک) به‌ترتیب: ۹-۱۰، ۱۱-۱۰ شب و گاهی هم از ۸-۹ شب بوده است.

کتاب حاضر در صدد شناخت وضعیت بازنمایی روابط نسلی در ریاال‌های تلویزیونی کنونی است و روش تحلیل محتوای کمی را برگزیده است تا محتوا و پرونداد رسانه‌ای را در قالب عدد و رقم بیان کند؛ بنابراین، به‌طور کلی به بخش و ارزیابی داده‌های جمع‌آوری شده، برای نیل به این مهم پرداخته است.

جامعه آماری این تحقیق، چهار سریال ایرانی است که در سال ۱۳۸۴ از شبکه‌های یک و سه سی‌امی جمهوری اسلامی ایران پخش شده‌اند. این چهار سریال نمونه (از هر شبکه ۲ سریال) دارای سه ویژگی اصلی هستند:

(الف) در آنها بیشتر روابط نسلی نشان داده شده است؛

(ب) ژانر خانوادگی-اجتماعی دارند؛

(ج) از انواع مختلف سریال با توجه به مدتها و زمان پخش هستند.

سریال‌های نمونه با ویژگی‌های یادشده شامل یک سریال ۹۰ قسمتی، یک سریال ویژه ماه مبارک رمضان (۲۹ یا ۳۰ قسمتی)، یک سریال هفتگی طولانی و یک سریال هفتگی با مدت پخش متوسط است که نشان داشتن ژانر خانوادگی-اجتماعی، روابط نسلی نیز در همه آنها دیده می‌شود؛ بنابراین، به‌طور هدفمند انتخاب شده‌اند.

در سال مطالعه (۱۳۸۴)، شبکه اول از حوزه انتشار سراسری و گستره

نفوذ ملی، پوشش کشوری برخوردار بود. شبکه سه نیز ویژه برنامه‌های جوانان بود و با رویکرد به جوانان برنامه را تهیه و تولید می‌کرد.

نمونه‌گیری از سریال‌ها در این پژوهش در دو مرحله انجام شده است. نخست، از هر شبکه دو سریال به صورت هدفمند انتخاب شد. در انتخاب سریال‌ها زائر (موضوع) اجتماعی- خانوادگی معیار انتخاب نمونه بود؛ بنابراین، چهار سریال «نرگس»، «صاحب‌دلان»، «نقش برآب» و «اولین شب آرامش» از بین ده شبکه (یک و سه)، انتخاب و تحلیل شدند.

پژوهش حاضر بر اساس این تحلیل، تنها به بررسی چگونگی پیام‌های ارسالی می‌پردازد و تأثیرگذاری آن را بررسی نمی‌کند. ضمن آنکه، به سریال‌های ایرانی تلویزیون محدود می‌شود و سریال‌های خارجی را مورد بررسی قرار نمی‌دهد؛ زیرا به نظر می‌رسد، خواها، ویژگی‌ها و روابط تصویر شده در سریال‌های ایرانی، انطباق بیشتری با زندگی مردم ایران دارد و در نتیجه تأثیرگذاری آنها بیشتر است. بسیاری از شخصیت‌های سریال‌های ایرانی برگرفته از زندگی روزمره مردمی است که می‌توان آنها را آینه‌ای از جامعه دانست. این پژوهش در پی شناسایی الگوهای روابط و تعاملات بین‌نسلی در سریال‌های ایرانی رسانه ملی است. برای نیل به این هدف، سریال‌های شبکه‌های ۱ و ۳ مورد بررسی قرار گرفته‌اند. علت انتخاب این دو شبکه اینکه مورد نخست، گستره ملی داشته و دومی شبکه جوان است و به نظر می‌رسد برنامه‌های تولید شده با تأکید بر هدف مخاطب جوان پخش می‌شود. در هریک از شبکه‌ها، دو سریال را به صورت هدفمند برگزیده‌ایم.

از آنجاکه مطالعات مربوط به حوزه روابط نسلی در ایران، حوزه‌ای است که در دهه اخیر مورد عنایت و توجه پژوهشگران قرار گرفته و پژوهش

حاضر نیز تلاش می‌کند به بررسی و شناخت الگوهای روابط نسلی در سریال‌های تلویزیونی بپردازد؛ می‌تواند در زمره نخستین مطالعات در این موضوع طبقه‌بندی شود. امید است نتایج و یافته‌های این پژوهش به برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران برای تدوین برنامه‌ها و سیاست‌های تقویت پیوند نسلی یاری برساند.

کتاب حاضر دارای ۶ فصل است. در فصل نخست، تعریف‌های مختلفی از نسل و روابط نسلی ارائه شده و به چگونگی دسته‌بندی نسل‌ها در جهان و در ایران پرداخته است. فصل دوم که با عنوان رسانه‌ها و تأثیرات آن بر تعاملات نسلی است، نظریه‌های مرتبط با تأثیر رسانه‌ها را مورد مذاقه قرار داده است. فصل سوم که بیشترین قسمت کتاب را دربرگرفته، نظریه‌های مختلف دربارهٔ رابطه بین نسل‌ها را رصد کرده و به بررسی پیشینه مطالعات انجام‌شده در این حوزه پرداخته است. در ادامه این فصل، متغیرهای مورد پژوهش، احصا و معرفی شده‌اند. فصل چهارم، نخست به نظریات مربوط به ارزش‌ها پرداخته؛ سپس یافته‌های مطالعه را با این نظریه‌ها تحلیل کرده است. در فصل پنجم، الگوهای قدرت در روابط نسلی مورد بررسی و مذاقه قرار گرفته است. اگرچه آخر همه فصل‌ها نتیجه‌گیری همان فصل را دربردارند، در فصل ششم نیز نتیجه‌گیری کلی از تمامی فصل‌ها به‌طور خلاصه آورده شده است.

پژوهش تلاشی جمعی است که بدون همکاری و اهتمام گروهی امکان‌پذیر نیست. مطالعه حاضر نیز از این ویژگی مستثنی نبوده است؛ بنابراین به رسم ادب بر خود فرض می‌دانم که از همکاری یکایک اشخاصی که مرا در این پژوهش یاری رساندند، سپاسگزاری نمایم؛ به‌ویژه از آقای

محمدجواد چیت‌ساز ریاست محترم پژوهشکده علوم اجتماعی که با ارشادات ارزشمند، سهم درخور توجهی در اجرای این پژوهش داشتند؛ همچنین از آقای دکتر منصور ساعی، همکار محترم که در مراحل مختلف، از همکاری ایشان بهره جستیم. از مسئولان جهاددانشگاهی و پژوهشگاه عایم از بی‌و مطالعات اجتماعی که پژوهش حاضر را تصویب و از آن حمایت مالی کردند و همچنین از آقای سیدابوالفضل موسویان مدیر محترم اداره ترویج یافته‌های پژوهشی و نشر آثار علمی و آقای رضا صدیقی که انتشار این کتاب را محقق کردند. به‌ویژه از سرکار خانم عفت نادری‌نژاد که با ویراستاری دقیق و مور خود، این اثر را در حد بضاعت مؤلف، درخور چاپ نمودند نیز، تشکر می‌کنم.

دکتر فروزنده جعفرزاده‌پور

پاییز ۹۴