

تغییرات ارزشی بین نسلی، بازنمایی ارزش‌ها در شخصیت‌های میانسال و جوان مؤنت و مذکر در سریال‌های ایرانی تلویزیون^۱

فروزنده جعفرزاده پور^۲

تاریخ دریافت: ۹۰/۴/۱۸ تاریخ تایید: ۹۰/۸/۱۸

چکیده

در دوران تغییرات سریع امروز، رسانه‌های جمعی به ویژه تلویزیون تأثیرات بسیار زیادی در انتقال ارزش‌ها و هنجارها به جامعه دارند. آن‌ها در حقیقت به عنوان ابزاری قدرتمند جهت الگو فرستی در جامعه مطرح می‌باشد. به دلیل نقش دوگانه تلویزیون به عنوان یک آیینیه بازتاب کننده (رفتارها، الگوها و ارزش‌های جامعه) و یک عامل تأثیرگذار (بر جامعه که در دراز مدت تغییر ارزش‌ها در جامعه را سبب می‌شود) ارزیابی و سنجش پیام‌های ارسالی از طریق تلویزیون به خانه‌های ایرانیان بسیار اساسی و مهم است. در بین برنامه‌های متنوع تلویزیون، سریال‌های ایرانی آن، به دلایل قرابت بیشتر با زندگی مخاطبان و امکان الگوبرداری بیشتر و نیز ارسال غیر مستقیم پیام، مورد مطالعه قرار گرفته است. مطالعه حاضر به بررسی ارزش‌های بازنمایی شده در شخصیت‌های چهار سریال منتخب به تفکیک دوره زندگی و جنسیت پرداخته است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل چهار سریال ایرانی پخش شده در سال ۱۳۸۵ از شبکه‌های یک و سه است که به روش تحلیل محتوا کمی مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهد که به طور کلی شخصیت‌های مؤنت تفاوت چندانی در منظومه ارزشی خویش به تفکیک دوره زندگی نشان نمی‌دهند فقط در مورد ارزش‌های اقتصادی تفاوت‌های مشاهده شد. در حالی که شخصیت‌های مذکر دارای تفاوت‌هایی در منظومه ارزشی خویش به تفکیک دوره زندگی هستند. به گونه‌ای که آن‌ها در دوره جوانی کمتر به ارزش‌های اقتصادی بها می‌دهند در حالی که شخصیت‌های سالمند این سریال‌ها بیشتر به ثروت توجه می‌کردند. جوان‌ها اخلاقی‌تر ولی بی‌دین‌تر نشان داده شده بودند. مقاله به تفصیل و با استفاده از نظریات اینگلهارت، گربنر و نظریه بازنمایی به تحلیل یافته‌ها پرداخته است.

واژگان کلیدی: ارزش‌ها، رسانه، تلویزیون، جنسیت، نسل‌ها.

۱. این مقاله بر گرفته از طرح «بررسی الگوهای روابط نسلی در سریال‌های ایرانی تلویزیون، مطالعه شبکه‌های یک و سه» است که توسط جهاددانشگاهی مصوب و حمایت شده است.

۲. استادیار گروه جوانان و مناسبات نسلی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاددانشگاهی
fjafarzadehpour77@gmail.com

بیان مسئله

رفتارها، کنش‌ها و تعاملات انسان‌ها در یک جامعه حاصل نظامی از نگرش‌ها، ارزش‌ها و به طور کلی فرهنگی است که به شیوه‌ای گسترده در بین آحاد یک جامعه مشترک بوده و از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد. بنابراین ضروری است که برای بررسی تعاملات بین افراد یک جامعه به ارزش‌های موجود در یک جامعه و نسبت باور و عمل افراد را به آن‌ها مورد توجه قرار داد. رخ داد تغییرات به تدریج نظام ارزش‌ها را در آن جامعه متأثر کرده و بر روابط فی مابین تأثیرگذار است. اینگلهارت بر این باور است که «وجه تمایز مردم جوامع مختلف نگرش‌ها و ارزش‌ها و مهارت‌های اصلی و پایدار آن‌هاست، به بیان دیگر فرهنگ آن‌ها با هم تفاوت دارد» (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۱). وی در تفسیر بیشتر به تجربه‌های نسل‌ها در ساخت نظام ارزشی آنان اشاره کرده و می‌افزاید: «دگرگونی فرهنگی تدریجی است و آن بازتاب دگرگونی در تجربه‌های سازنده‌ای است که به نسل‌های مختلف شکل داده است؛ از این رو ارزش‌ها و هنجارهای سنتی در میان نسل‌های گذشته کاملاً گسترده‌اند در حالی که گرایش‌های جدید تا حد زیادی در میان نسل‌های جوان‌تر نفوذ داشته، با جانشین شدن نسل‌های جوان‌تر به جای نسل‌های بزرگتر، جهان‌بینی متداول در این جوامع دگرگون شده است» (همان).

قرن بیستم به ویژه در ربع آخر آن، برهه‌ای در حیات بشر است که تغییرات بسیار سریع و بی‌سابقه‌ای در زندگی انسان امروز رقم خورده است. سرعت این تغییرات به گونه‌ای بود که برخی از جوامع فرصت هماهنگی و درونی کردن آن‌ها را نیافتند و در نتیجه این تحولات جنبه‌های مختلفی از جامعه انسانی را تحت تأثیر قرار داد. تغییرات اجتماعی و فرهنگی در مقیاس و حوزه‌های مختلف، موضوعی است که همواره مورد توجه جامعه‌شناسان بوده است. بدون شک جوامع بشری با توجه به نیازها، مقتضیات زمان و مکان، پیشرفت‌های تکنولوژیکی و ارتباطی دستخوش تحولات اجتماعی و فرهنگی شده‌اند. با تغییر شرایط فرهنگی، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی به عنوان یکی از اصلی‌ترین عناصر فرهنگی تغییر می‌کنند و بستر را برای ایجاد دگرگونی فراهم می‌آورند (آشتیانی، ۱۳۸۷: ۳۱۹).

این تغییرات، تحولاتی را در ارزش‌ها و نگرش‌ها و باورهای مردم، سبک زندگی و تعاملات مردم در جهان به وجود آورد. از جمله این تأثیرات می‌توان به مسئله روابط و تعاملات بین نسل‌ها اشاره نمود، بی‌تردید تغییر در سبک زندگی، گسترش خانواده‌های هسته‌ای و مهاجرت‌های درون مرزی و برون مرزی، تسهیل و تسریع ارتباطات از طریق رسانه‌های بین‌المللی و ملی و شبکه جهانی اینترنت و ... سبب شده تا افق‌های نوینی از جهان بر روی نسل‌ها گشوده گردد. اکنون دیگر تنها خانواده عامل جامعه‌پذیر کردن فرزندان نیست عوامل دیگری نیز در این

فرایند تأثیر گذارند. وجود منابع گوناگون اجتماعی کننده از جمله تلویزیون در کنار خانواده، به ناهمگرایی‌هایی میان ارزش‌ها و رفتارهای فرزندان و نسل والدین انجامیده است. به دلیل کارکردهای متنوع تلویزیون به عنوان ابزاری برای جامعه پذیری و نیز آینه بازتاب‌دهنده جامعه و ابزاری برای ارسال ارزش‌های جدید به آن، بررسی برنامه‌ها و پیام‌های آن از رویکرد روابط نسلی مهم است. مسئله اصلی این مطالعه این است که چه الگوهای ارزشی برای نسل‌های مختلف و به تفکیک جنسیت توسط تلویزیون به جامعه ارسال می‌شود. به این منظور سریال‌های ایرانی تلویزیون با ژانر خانوادگی اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. زیرا فرض بر این است که سریال‌های تلویزیونی پیام را به صورت غیر مستقیم برای مخاطب ارسال نموده و در نتیجه تأثیر پذیری بیشتری دارند. همچنین سریال‌های ایرانی از آن جهت انتخاب شده‌اند که مخاطبان قادر هستند آن‌ها را بیشتر با زندگی واقعی خود تطبیق دهند.

چارچوب نظری

در این قسمت به ارائه نظریات مختلف در زمینه تحقیق حاضر می‌پردازیم. از آنجا که این تحقیق در حوزه‌های تعاملات نسلی، ارزش‌ها و رسانه‌هاست، چارچوب نظری این تحقیق شامل سه بخش اصلی نظریه‌های مرتبط در حوزه روابط نسلی، حوزه ارزش‌ها و حوزه رسانه‌ها می‌باشند. که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود.

تعاملات نسلی

در دهه هشتاد اینگلهارت این ایده را مطرح می‌کند که در جوامع صنعتی مواجه با نوعی دگرگونی ارزشی هستیم. گرایش نسبت به ارزش‌های فرامادی تقویت گردیده و نسل جدید به ارزش‌های فرامادی اولویت بیشتری می‌دهد. در تبیین این دگرگونی ارزشی و نسلی به طراحی دو فرضیه^۱ پیش بینی کننده می‌پردازد که عبارت است از؛

۱. فرضیه کمیابی^۱ که بنابر آن اولویت‌های فرد بازتاب محیط اجتماعی اقتصادی اوست؛
۲. فرضیه اجتماعی شدن^۲ که اصل را بر این قرار می‌دهد که ارزش‌های اساسی فرد به شکل گسترده منعکس کننده شرایطی است که طی سال‌های قبل از بلوغش فراهم شده است. به نظر اینگلهارت فرضیه کمیابی به دگرگونی‌های کوتاه مدت با آثار دوره‌ای اشاره دارد. دوره‌های رونق به افزایش فرامادی‌گرایی و دوره‌های کمیابی به مادی‌گرایی می‌انجامد. فرضیه اجتماعی شدن دلالت بر وجود آثار بلند مدت نسلی دارد (اینگلهارت و آبرامسون، ۱۳۷۸: ۶۲). به نظر اینگلهارت یکی از مؤلفه‌های مهم دگرگونی ارزشی جایگزینی نسلی است. اینگلهارت

1. Scarcity hypothesis
2. Socialization hypothesis

برای چرخه زندگی تأثیر چندانی قایل نیست و تفاوت‌های پایدار بین گروه‌های سنی را بازتاب دگرگونی نسلی می‌داند. و نظریه دگرگونی ارزشی که دلالت بر جابجایی اولویت‌های مادی به سمت اولویت‌های غیر مادی دارد را به توسعه اقتصادی جوامع ارتباط می‌دهد تا جایی که برای تأثیر نهادهای فرهنگی در این دگرگونی چندان وزنی قایل نیست. جوانان به مراتب بیشتر از بزرگترها برخواسته‌های فرامادی تأکید می‌ورزند و تحلیل گروه‌های سنی مبین این است که این موضوع به مراتب بیشتر بازتاب دگرگونی نسل‌ها تا انعکاس سالخوردگی است (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۱۱۵). اینگلهارت دگرگونی فرهنگی در چارچوب سمت‌گیری‌های ارزشی که منجر به تفاوت‌های نسلی می‌شود تعریف می‌نماید. در نتیجه دگرگونی‌های فرهنگی مهم به تفاوت در میان نسل‌ها می‌انجامد.

نگرش‌های ارزشی

نگرش‌های ارزشی به عنوان یکی از مؤلفه‌هایی است که در بیان تفاوت‌های اجتماعی و نسلی مورد توجه قرار گرفته‌اند. زیرا انسان‌ها در حیات اجتماعی خود همیشه کمال مطلوب‌هایی را در نظر دارند که این مجموعه دستگامی از باورها و ارزش‌ها را تشکیل می‌دهند که به عنوان نظام ارزشی دانسته می‌شود (آزاد، ۱۳۸۳: ۵۹). به تعبیر روشه ارزش شیوه‌ای از بودن یا عملی است که شخص یا گروهی آن را به مثابه آرمان می‌شناسد و افراد یا رفتارهایی که بدان نسبت داده می‌شوند مطلوب و مشخص می‌کند (روش، ۱۳۶۸: ۷۶). برخی از محققین برای سنجش ارزش‌ها از ابزارهای مختلف بهره جسته‌اند. به عنوان مثال آلپورت آزمونی را مطرح کرده است که در این آزمون ارزش‌های فرد را به شش گونه مورد مطالعه قرار می‌گیرند؛

- ۱- "نظری" که به جنبه‌های حقیقت و شناخت مربوط می‌شود؛
 - ۲- "اقتصادی" که به جنبه‌های مادی و مالی مربوط می‌شود؛
 - ۳- "زیباشناختی یا هنری" که به شکل و هماهنگی اختصاص دارد؛
 - ۴- "اجتماعی" که به جنبه‌های اجتماعی و روابط بین افراد توجه دارد؛
 - ۵- "سیاسی" که به قدرت مربوط می‌شود؛
 - ۶- "مذهبی" که به باورها و رفتارهای دینی مربوط است مورد سنجش قرار می‌گیرند.
- این شش گونه در آزمون بررسی ارزش‌ها، در واقع ابعاد شش گانه نظام ارزش‌های فردی را تشکیل می‌دهند که در پرسش‌نامه این آزمون، به طور مستقیم با شاخص‌های مختلفی سنجیده شده‌اند (آناستازی، ۱۳۷۱: ۶۱۷).

رسانه‌ها

مردم با واقعیات اجتماعی روابط محدودی دارند و بیشتر قضاوت‌ها، احساسات و تلقی‌های خود را به وسیله رسانه‌ها کسب می‌کنند و بر این اساس دست به عمل می‌زنند. بنابراین اگر رسانه جهت‌گیری‌های خاصی را به مخاطب انتقال دهد یا موضوعات خاصی را به نوعی خاص به تصویر بکشد، باعث شکل‌گیری ذهنیت مثبت یا منفی مخاطبان درباره آن موضوع می‌شود. یکی از نظریات مطرح در ارتباط با تأثیر رسانه‌ها نظریه کاشت است. این نظریه اظهار می‌دارد که تلویزیون با نفوذ فراگیر در بین خانواده‌ها مبادرت به کاشت جهان‌بینی، نقش‌ها و ارزش‌های رایج در ذهن آنان می‌نماید. به زعم گرینر و حامیان نظریه کاشت، تلویزیون بیش از هر رسانه دیگری، اندیشه‌ها، سبک زندگی و روابط درون و برون فردی افراد جامعه را شکل می‌دهد (گرینر و دیگران، ۱۹۸۰). چه، این رسانه بیش از رسانه‌های دیگر در زندگی روزمره مردم حضور دارد.

از دیگر نظریات مرتبط با تأثیرات رسانه‌ها، نظریه بازتاب است. در این رویکرد اعتقاد بر این است که هنر حاوی اطلاعاتی دربارهٔ جامعه است. مثلاً اگر علاقه‌مند به مطالعه وضعیت اقلیت‌های قومی در جامعه باشیم با تماشای فیلم‌های تلویزیونی از نحوهٔ بازنمایی گروه‌های اقلیتی اطلاع خواهیم یافت. رویکرد بازتاب مبتنی بر این فرضیه است که هنر آینهٔ جامعه است.

همان‌طور که ویکتوریا الکساندر می‌گوید: «نمایش جنایت در تلویزیون نژادپرستی را بازتاب می‌نماید» (الکساندر، ۲۰۰۳: ۲۱). این رویکرد دارای پیشینهٔ طولانی در جامعه‌شناسی است و با تمرکز بر نگاه جامعه‌شناختی به هنر، به مطالعه و آموختن دربارهٔ جامعه می‌پردازد.

در زمینهٔ رویکرد بازتاب از پنج استراتژی تحقیقاتی می‌توان سخن گفت. این استراتژی‌ها عبارتند از: تحلیل تفسیری، تحلیل محتوا، نشانه‌شناسی ساختاری، درک مناسک آیینی و روش‌های ترکیبی (به نقل از الکساندر، ۲۰۰۳). در تحلیل تفسیری محقق به بررسی دقیق شماری از آثار هنری می‌پردازد تا معانی آن‌ها را استخراج کند و از این طریق نشان دهد که عناصری در این آثار بازتاب جنبه‌هایی از جامعه می‌باشند. به عنوان مثال هلسینگر (۱۹۹۴) به مطالعهٔ نقوش برجستهٔ نقاش بزرگ انگلیسی جی. ام. دلیو، ترنر در دهه‌های ۱۸۲۰ و ۱۸۳۰ پرداخته است که جنبه‌هایی از هویت ملی انگلیس را بازتاب می‌دهد (الکساندر، ۲۰۰۳: ۲۴).

با استفاده از نشانه‌شناسی ساختاری نیز می‌توان به بررسی تغییرات در طول زمان پرداخت. کاری که رایت (۱۹۷۵) انجام داد. او به بررسی آمریکایی‌ترین ژانر سینما یعنی ژانر وسترن پرداخت و فیلم‌هایی را که در ۱۹۳۰ تا ۱۹۷۲ از لحاظ مالی موفقیت‌آمیز بودند، بررسی نمود. او استدلال می‌کند که سودآوری و موفقیت مالی فیلم‌های وسترن بر جاذبه و استقبال عمومی از این فیلم‌ها دلالت دارد که آن نیز نشان‌دهندهٔ این است که این فیلم‌ها طنین و انعکاسی از

جامعه است. برخلاف لاوتال که معتقد بود معنی هنر در ظاهر آن (محتوای آشکار) می‌باشد رایت معتقد بود که معنای هنر پنهان است (محتوای پنهان) و از طریق تکنیک‌های تحلیل محتوای ساختاری می‌توان آن را کشف و برملا ساخت (الکساندر، ۲۰۰۳: ۲۶).

استراتژی درک مراسم آیینی، توسط گافمن (۱۹۷۹) به کار رفت. وی برای درک جامعه معاصر در مطالعه مشهور خود تحت عنوان "تبلیغات جنسیتی" به بررسی تبلیغات بازرگانی پرداخت. تبلیغات بازرگانی برای اینکه معانی خود را آشکار کنند عناصری از مناسک آیینی شناخته شده درباره زندگی روزمره را در خود دارند. موقعیتی که در آن مناسک شواهدی از یک هنرپیشه در یک گروه را نشان می‌دهند، نشان دهنده وقایعی است که درباره او در موقعیت اجتماعی اتفاق می‌افتد. بنابراین آیین‌ها و مناسک نشان دهنده روابط ساختاری یا سلسله مراتب موجود بین مردم هستند تصاویر تبلیغاتی گونه‌ای از بازنمایی طراحی شده از آیین‌ها و مناسک هستند.

رویکرد بازتاب ادبیات گسترده‌ای را در بر می‌گیرد که در قالب جامعه‌شناسی هنر می‌گنجد و دارای فرضیه‌ای مشترک است مبنی بر اینکه هنر آیین‌های است که جامعه را بازتاب می‌کند. رویکرد بازتاب برای بررسی میزان انطباق محتوای پیام‌های رسانه‌ای (فیلم، تلویزیون و...) با آنچه در واقعیت اجتماعی می‌گذرد، رویکردی مناسب به نظر می‌رسد و معتقد است آنچه هنر و دیگر رسانه نمایش می‌دهند بازتابی از شرایط اجتماعی استده مجازی هستند. (الکساندر، ۲۰۰۳: ۲۸).

پیشینه تحقیق

تغییرات اجتماعی و فرهنگی در مقیاس و حوزه‌های مختلف، موضوعی است که همواره مورد توجه جامعه شناسان بوده است. بدون شک جوامع بشری با توجه به نیازها، مقتضیات زمان و مکان، پیشرفت‌های تکنولوژیکی و ارتباطی دستخوش تحولات اجتماعی و فرهنگی شده‌اند. با تغییر شرایط فرهنگی، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی به عنوان یکی از اصلی‌ترین عناصر فرهنگی تغییر می‌کنند و بستر را برای ایجاد دگرگونی فراهم می‌آورند (آشتیانی، ۱۳۸۷: ۳۱۹).

یکی از جدیدترین مطالعات انجام شده در ارتباط با مطالعه حاضر مقاله‌ای است با عنوان روابط نسلی در سینمای جنگ ایران (با تاکید بر سینمای حاتمی کیا) که توسط آزادارمکی و اعتمادی فرد به رشته تحریر در آمده است. در این مقاله با روش تحلیل گفتمان به بررسی روابط نسلی در چهار فیلم سینمایی با ژانر جنگ از آثار حاتمی کیا شامل: مهاجر (۱۳۶۸)، از کرخه تا این (۱۳۷۱)، آژانس شیشه‌ای (۱۳۷۶)، موج مرده (۷۹-۱۳۷۸) و به نام پدر (۱۳۸۴) پرداخته شده است. مطالعه مذکور از نظریه الگوی کنشی پارسونز استفاده کرده است. این نظریه بیان می‌دارد که کنش‌گر باید در صحنه عمل، تمامی پنج گزینش دو جزئی را انجام دهد تا وضعیت کنش او

معنی‌دار و از الگوی مشخصی برخوردار شود. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که مؤلف در سیر بازنمایی روابط نسلی، از مهاجر تا به نام پدر، از سویه ابتدایی تقابلهای مذکور به سویه دوم مایل شده است. این امر می‌تواند شاهدهی بر شکل‌گیری ساحت اجتماعی مستقلی باشد که پس از جنگ به تدریج ایجاد شد و مؤلف نیز تحت تأثیر آن، در خوانش مرجع به سویه دوم تمایل یافته است (آزاد ارمکی و اعتمادی فرد، ۱۳۸۷: ۵۷).

توکلی در بررسی ویژگی‌های دو نسل در چارچوب نظام ارزشی به این نتیجه می‌رسد که "شکاف نسلی میان مادران و دختران وجود ندارد و تنها تفاوت‌هایی مشاهده می‌شود که قابل توجه و معنادار نیست. به عبارت دیگر، شواهد تجربی فرضیه شکاف نسلی را میان جمعیت نمونه تأیید نمی‌کند. همچنین مشخص شده که شباهت‌های ارزشی دو نسل مادران و دختران یا نزدیکی گرایش مادران و دختران به ارزش‌های مورد بررسی، در طبقه ارزش‌های مادی بیشتر است و برعکس، تفاوت‌های ارزشی دو نسل بیشتر در سطح ارزش‌های معنوی است. در سطح ارزش‌های معنوی نیز گرایش مادران به ارزش‌های مذهبی بیش از دختران و قابل توجه است. در سطح ارزش‌های مادی نیز گرایش مادران به ارزش ثروت بیش از دختران و گرایش دختران به زندگی مرفه بیش از مادران است" (توکلی، ۱۳۸۳: ۳۷۲).

برخی از محققین تلاش نموده‌اند به تغییرات در نظام ارزش‌های دو نسل بپردازند. زین آبادی در پایان نامه کارشناسی ارشد خویش با عنوان بررسی سلسله مراتب ارزشی پدران و پسران در خانواده‌های ساکن شهرستان مشهد و عوامل مؤثر بر آن به این نتایج دست می‌یابد:

- ۱- میان سلسله مراتب ارزشی پدران و پسران در نمونه تحقیق تفاوت وجود دارد؛
- ۲- سلسله مراتب ارزشی پدر و پسر در مناطق مسکونی با هم شباهت دارند؛
- ۳- میان سلسله مراتب ارزشی پدران و پسران در میان مناطق مسکونی با هم تفاوت وجود داشته است؛
- ۴- میان ارزش‌های پدران و پسران تفاوت وجود دارد؛
- ۵- میان ارزش‌های (سیاسی، اجتماعی و مذهبی) پدران و ارزش‌های متناظر پسران ارتباط وجود داشته است؛
- ۶- سن و منشاء گروهی هیچگونه اثر معناداری بر ارزش‌های پسران نداشته است (زین آبادی، ۱۳۷۷).

صالحی، در پژوهش خود تحت عنوان «بررسی ارزش‌های اسلامی در مجموعه تلویزیونی گمگشته»، مجموعه تلویزیونی که در ماه رمضان پخش شده را مطالعه کرده‌اند. روش تحلیل محتوا به عنوان روش مورد بررسی جهت رسیدن به اهداف تحقیق انتخاب شده است. جامعه آماری در این پژوهش، کل مجموعه تلویزیونی گمگشته است.

مهمترین یافته‌های این بررسی شامل موارد زیر است:

- در مجموع ۱۴۱۲ رفتار ارزشی (۷۲ درصد) و ۵۴۸ رفتار ضد ارزشی (۲۸ درصد) در این مجموعه ارائه شده است.
 - بیشترین رفتار ارزشی، ادب و احترام (۲۴/۸ درصد) است.
 - بیشترین رفتار ضد ارزشی، بد زبانی و استفاده از واژه‌های بد (۱۲/۴) است (فوزیه و صالحی، ۱۳۸۳).
- مطالعه‌ای توسط سازمان ملی جوانان با عنوان «*ارزش‌ها و نگرش‌های زنان و دختران جوان*» انجام شده است. یافته‌های این بررسی نشان داده که به دلیل در حال گذار بودن جامعه امروز ایران، عناصر جدید نگرشی و ارزشی، ارزش‌ها و نگرش‌های قبلی را مورد هجوم قرار داده و در چنین حالتی، ما شاهد آمیزه‌ای از ارزش‌ها و نگرش‌ها هستیم که پر است از عناصر اقتصادی و این مهم‌ترین یافته این پژوهش است (رضابخش، ۱۳۸۴: ۱۱۵).

روش‌شناسی

یکی از روش‌های متداول در بررسی رسانه‌ها روش تحلیل محتواست. در این پژوهش نیز به منظور بررسی نحوهٔ بازنمایی روابط نسلی در سریال‌های تلویزیونی از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. تحلیل محتوا یک شیوه تحقیقی است که برای تشریح عینی، منظم و کمی محتوای آشکار پیام‌های ارتباطی (متن، تصویر، صدا، عکس و غیره) به کار می‌رود (برلسون، ۱۹۵۲: ۱۸).

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه سریال‌های پخش شده از شبکه‌های سراسری سیمای جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۸۵ است. انتخاب سریال‌ها برای مطالعه حاضر از دو شبکه اول و سوم به صورت نمونه‌گیری هدفمند صورت گرفت. شبکه اول از حوزه انتشار سراسری و گستره نفوذ ملی برخوردار است و پوشش کشوری دارد. شبکه سه ویژه برنامه‌های جوانان است و با رویکرد توجه به جوانان به تولید و تهیه برنامه اقدام می‌کند. بنابراین فرض بر این بوده است که این دو شبکه پیش‌تاز دیگر شبکه‌ها الگوهای روابط بین نسلی را برای جامعه بازنمایی می‌کنند و بیشترین بیننده را به خود اختصاص می‌دهند.

نمونه‌گیری از سریال‌ها در دو مرحله انجام شد. ابتدا از هر شبکه دو سریال به صورت هدفمند انتخاب شد. در انتخاب سریال‌ها، ژانر (موضوع) اجتماعی - خانوادگی معیار انتخاب نمونه بود و تلاش شد که سریال‌ها با تنوع زمانی و دوره پخش مورد مطالعه قرار گیرند. لذا چهارسریال یعنی نرگس، صاحب‌دلان، نقش بر آب و اولین شب آرامش در سال ۱۳۸۴ از شبکه یک و سه پخش شده بودند، انتخاب شدند. بعد از انتخاب هدفمند سریال‌ها از آنجا که سریال‌ها، با توجه به مدت پخش، هدف تولید و تعداد قسمت‌ها با یکدیگر متفاوت بودند و امکان بررسی تمام

قسمت‌های هر سریال امکان‌پذیر نبود، از نمونه‌گیری طبقه‌ای به تناسب تعداد قسمت‌های هر یک از سریال‌ها صورت گرفت. در تحلیل محتوای فیلم و سریال‌ها تعداد حداقل نمونه ۶۰۰ صحنه‌ای برای بررسی ضروری است. در تحقیق حاضر تعداد ۲۵ درصد صحنه‌ها یعنی ۹۴۴ صحنه به عنوان نمونه مورد مطالعه نهایی در مجموع ۴ سریال انتخاب شد و مورد بررسی قرار گرفت. واحد تحقیق در این مطالعه صحنه و واحد ثبت، وقوع هر رفتار و کنش (شامل کلامی و غیرکلامی) در بین شخصیت‌های مورد مطالعه بوده است.

یافته‌ها

شناخت منظومه ارزش‌های یک فرد یا یک دوره نسلی نشان دهنده علایق و نگرش‌های آن نسل از یک سو و تفاوت آن با نسل‌های دیگر است. بنابراین یکی از راه‌های شناخت تفاوت‌ها و شباهت‌های بین نسلی شناخت همین ارزش‌ها در بین نسل‌هاست. مطالعه حاضر به بررسی چهار گروه از ارزش‌های شخصیت‌های مختلف شامل ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی، قانونی و دینی در شخصیت‌های مختلف (به تفکیک دوره زندگی و جنسیت) سریال‌های مورد بررسی پرداخته است. که در ذیل به تفکیک مورد بحث قرار می‌گیرند.

جدول ۱- ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی و دوره‌های زندگی و جنسیت

ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی		جنسیت	نوعان	دوره زندگی
عدم رعایت ارزش‌ها	رعایت ارزش‌ها			
فراوانی ۲۱۲ کل ۴۲۷ درصد ناخالص ۴۹/۶	فراوانی ۲۱۵ کل ۴۲۷ درصد خالص ۵۰/۴	مذکر	جوان	دوره زندگی
فراوانی ۱۰۸ کل ۵۵۱ درصد ناخالص ۱۹/۶	فراوانی ۴۴۳ کل ۵۵۱ درصد خالص ۸۰/۴	مؤنث		
فراوانی ۱۳۴ کل ۳۶۵ درصد ناخالص ۳۶/۷	فراوانی ۲۳۱ کل ۳۶۵ درصد خالص ۶۳/۳	مذکر	میانسال	
فراوانی ۵۴ کل ۳۱۶ درصد ناخالص ۱۷/۱	فراوانی ۲۶۲ کل ۳۱۶ درصد خالص ۸۲/۹	مؤنث		
فراوانی ۲۱ کل ۱۳۷ درصد ناخالص ۱۵/۳	فراوانی ۱۱۶ کل ۱۳۷ درصد خالص ۸۴/۷	مذکر	سالمند	
فراوانی ۰ کل ۰ درصد ناخالص ۰	فراوانی ۱۵ کل ۱۵ درصد خالص ۱۰۰	مؤنث		

بررسی ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی شخصیت‌ها به تفکیک جنسیت حکایت از آن دارد که جوانان مؤنث بسیار بیشتر از جوانان مذکر به این ارزش‌ها پایبند هستند. این امر در مورد شخصیت‌های میانسال و حتی سالمند به تفکیک جنسیت صادق است. به این معنی که شخصیت‌های مؤنث بسیار بیشتر از شخصیت‌های مذکر ارزش‌های فرهنگی اجتماعی را رعایت می‌کنند. همچنین مقایسه بین نسلی در شخصیت‌های مؤنث حکایت از این واقعیت دارد که جوانان مؤنث نسبت به میانسالان و سالمندان پایبندی کمتری به ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی دارند گرچه دامنه تغییرات بین نسلی بین شخصیت‌های مؤنث حدود ۲۰ درصد است. در بین شخصیت‌های مذکر نیز چنین الگویی حاکم است یعنی جوانان مذکر نسبت به میانسالان و سالمندان مذکر کمتر به ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی پایبند هستند گرچه دامنه

تغییرات در بین نسل‌های مذکر بیشتر از شخصیت‌های مؤنث است.

جدول ۲- ارزش‌های مذهبی و دوره‌های زندگی و جنسیت

ارزش‌های مذهبی		جنسیت	میانسال	دوره زندگی
عدم تأکید بر اعتقادات مذهبی	تأکید بر اعتقادات مذهبی			
فراوانی ۲۹۸ کل ۴۲۷ درصد ناخالص ۶۹/۸	فراوانی ۱۲۹ کل ۴۲۷ درصد خالص ۳۰/۲	مذکر	جوان	
فراوانی ۳۰۸ کل ۵۵۳ درصد ناخالص ۵۵/۷	فراوانی ۲۴۵ کل ۵۵۳ درصد خالص ۴۴/۳	مؤنث	جوان	
فراوانی ۲۵۴ کل ۳۶۹ درصد ناخالص ۶۸/۶	فراوانی ۱۱۵ کل ۳۶۹ درصد خالص ۳۱/۲	مذکر	میانسال	
فراوانی ۱۷۴ کل ۳۰۹ درصد ناخالص ۵۶/۳	فراوانی ۱۳۵ کل ۳۰۹ درصد خالص ۴۳/۷	مؤنث	میانسال	
فراوانی ۳۲ کل ۱۳۳ درصد ناخالص ۲۴/۱	فراوانی ۱۰۱ کل ۱۳۳ درصد خالص ۷۵/۹	مذکر	سالمنند	
فراوانی ۰ کل ۰ درصد ناخالص ۰	فراوانی ۱۴ کل ۱۴ درصد خالص ۱۰۰	مؤنث	سالمنند	

جدول شماره ۲ ارزش‌های مذهبی شخصیت‌های مورد بررسی را به تفکیک نسل‌ها و جنسیت نشان می‌دهد. بر اساس این جدول در تمامی دوره‌های زندگی شخصیت‌های مؤنث بیشتر از شخصیت‌های مذکر به ارزش‌های مذهبی پایبند بوده‌اند. گرچه در مقایسه بین نسلی بین شخصیت‌ها و دوره زندگی شاهد تفاوت‌های اساسی بین آنان در هر گروه به تفکیک جنسیت می‌باشیم. به گونه‌ای که در بین شخصیت‌های مؤنث بیشترین پایبندی به ارزش‌های مذهبی در شخصیت‌های سالمنند مؤنث با صد در صد رعایت این ارزش‌ها مشاهده شده است. پیروی و تقید به ارزش‌های مذهبی در شخصیت‌های میانسال مؤنث و جوان مؤنث تقریباً نزدیک به یکدیگر

است؛ البته شخصیت‌های جوان مؤنث کمی بیشتر به این ارزش‌ها پایبند بوده‌اند. مقایسه شخصیت‌های مذکر بر اساس پیروی و رعایت ارزش‌های مذهبی حکایت از این دارد که درصد رعایت ارزش‌های مذهبی در شخصیت‌های سالمند مذکر قابل توجه است و بیش از سه چهارم موارد این شخصیت‌ها ارزش‌های مذهبی را رعایت کرده‌اند. در بررسی مقایسه‌ای بین نسلی ارزش‌های مذهبی در بین شخصیت‌های جوان و میانسال مذکر ضعف رعایت ارزش‌های مذهبی مشاهده می‌شود به طوری که تقریباً این شخصیت‌ها در یک سوم موارد ارزش‌های مذهبی را رعایت کرده‌اند ولی در دو سوم موارد این اتفاق روی نداده است.

جدول ۳- ارزش‌های اقتصادی، دوره زندگی و جنسیت

ارزش‌های اقتصادی		جنسیت	دوره زندگی
قناعت	اهمیت ثروت		
فراوانی ۱۵۵ کل ۴۲۰ درصد ناخالص ۳۶/۹	فراوانی ۲۶۵ کل ۴۲۰ درصد خالص ۶۳/۱	مذکر	جوان
فراوانی ۲۹۶ کل ۵۵۷ درصد ناخالص ۵۳/۱	فراوانی ۲۶۱ کل ۵۵۷ درصد خالص ۴۶/۹	مونث	
فراوانی ۱۹۴ کل ۳۷۶ درصد ناخالص ۵۱/۶	فراوانی ۱۸۲ کل ۳۷۶ درصد خالص ۴۸/۴	مذکر	میانسال
فراوانی ۲۰۴ کل ۳۱۳ درصد ناخالص ۶۵/۲	فراوانی ۱۰۹ کل ۳۱۳ درصد خالص ۳۴/۸	مونث	
فراوانی ۱۰۱ کل ۱۳۳ درصد ناخالص ۷۵/۹	فراوانی ۳۲ کل ۱۳۳ درصد خالص ۲۴/۱	مذکر	سالمند
فراوانی ۱۱ کل ۱۴ درصد ناخالص ۷۸/۶	فراوانی ۳ کل ۱۴ درصد خالص ۲۱/۴	مونث	

جدول شماره ۳ حکایت از آن دارد که در دوره‌های مختلف زندگی زنان در مقایسه با مردان کمتر به ارزش‌های اقتصادی توجه دارند. گرچه در بین هر جنسیت تفاوت‌هایی بر اساس دوره

زندگی نیز مشاهده شده است. بر خلاف شخصیت‌های مؤنث در سریال‌های مورد بررسی، شخصیت‌های مذکر به شدت به ثروت اهمیت می‌دهند؛ البته شدت اهمیت ثروت در این شخصیت‌ها رابطه معکوسی با دوره زندگی داشته به گونه‌ای که با افزایش سن اهمیت ثروت کاهش یافته است. بر اساس جدول توجه و اهمیت دادن به ارزش‌های اقتصادی توسط شخصیت‌های سالمند مذکر در مقایسه با سایر شخصیت‌های مذکر در حداقل است. این تفاوت بین شخصیت‌های جوان مذکر و میانسال مذکر تفاوت بسیار قابل توجهی نمی‌باشد. در شخصیت‌های مؤنث تفاوت زیاد است به طوری که شخصیت‌های جوان مؤنث نسبت به شخصیت‌های سالمند مؤنث سه برابر بیشتر به ثروت اهمیت می‌دهند و مقایسه شخصیت‌های جوان مؤنث و میانسال مؤنث نشان می‌دهد که جوانان مؤنث بیشتر به ثروت اهمیت داده‌اند.

جدول ۴- ارزش‌های قانونی، دوره زندگی و جنسیت

ارزش‌های قانونی		جنسیت	دوره زندگی
قانون گریزی	تأکید بر قانون		
فراوانی ۲۰۹ کل ۴۳۰ درصد ناخالص ۴۸/۶	فراوانی ۲۲۱ کل ۴۳۰ درصد خالص ۵۱/۴	مذکر	جوان
فراوانی ۷۴ کل ۵۵۶ درصد ناخالص ۱۳/۳	فراوانی ۴۸۲ کل ۵۵۶ درصد خالص ۸۶/۷	مؤنث	
فراوانی ۱۴۳ کل ۳۷۳ درصد ناخالص ۸۳/۳	فراوانی ۲۲۰ کل ۳۷۳ درصد خالص ۶۱/۷	مذکر	میانسال
فراوانی ۲۴ کل ۳۱۰ درصد ناخالص ۷/۷	فراوانی ۲۶۸ کل ۳۱۰ درصد خالص ۹۲/۳	مؤنث	
فراوانی ۲۸ کل ۱۳۳ درصد ناخالص ۲۱/۱	فراوانی ۱۰۵ کل ۱۳۳ درصد خالص ۷۸/۹	مذکر	سالمند
فراوانی ۰ کل ۰ درصد ناخالص ۰	فراوانی ۱۴ کل ۱۴ درصد خالص ۱۰۰	مؤنث	

جدول شماره ۴ ارزش‌های قانونی شخصیت‌های مورد بررسی را به تفکیک جنسیت نشان

می‌دهد. بر اساس این جدول در تمامی دوره‌های زندگی شخصیت‌های مؤنث بسیار بیشتر از شخصیت‌های مذکر به ارزش‌های قانونی و اجرای آن پایبند بوده‌اند. در مقایسه بین نسلی بین شخصیت‌ها به تفکیک جنسیت و دوره زندگی شاهد تفاوت‌های اساسی بین آنان در هر گروه نمی‌باشیم؛ بدین معنی که با افزایش سن احترام و پایبندی به قانون افزایش می‌یابد. گرچه این افزایش در بین شخصیت‌های مؤنث بیشتر از شخصیت‌های مذکر است. شخصیت‌های مذکر در تمامی دوره‌های زندگی بیش از ۵۰ درصد به ارزش‌های قانونی احترام گذاشته و آن‌ها را رعایت می‌کنند. این درصد با دوره زندگی رابطه مستقیم دارد به این معنی که با افزایش سن رعایت ارزش‌های قانونی توسط شخصیت‌های مذکر افزایش یافته است.

نتیجه‌گیری

همانگونه که مطرح شد؛ تلویزیون به دلیل ویژگی‌های خاص خود به عنوان یک رسانه، نقش دوگانه‌ای ایفا می‌کند. این رسانه فراگیر از یک سو می‌تواند بازتاب‌کننده وضعیت موجود یک جامعه باشد و از سوی دیگر قادر است در کاشت ایده‌ها و ارزش‌های جدید در جامعه تأثیرگذار باشد. بررسی برنامه‌ها و پیام‌های تلویزیون بالاخص در سریال‌های ایرانی آن که پیام را به صورت غیر مستقیم ارسال نموده و بسیاری از افراد قادر به مشابه سازی در زندگی روزمره خویش‌اند، از رویکرد نسلی مهم است. جدول شماره ۵ نشان می‌دهد که به طور کلی رسانه ملی در سریال‌های ایرانی چه الگوهای ارزشی را در چهار ارزش مورد بررسی به تفکیک دوره زندگی بازنمایی کرده است.

جدول ۵ - شخصیت‌های سریال‌ها به تفکیک دوره زندگی و ارتباط با ارزش‌های جامعه

انواع ارزش‌ها		ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی		ارزش‌های مذهبی		ارزش‌های اقتصادی		ارزش‌های قانونی	
نوع رفتار		رعایت ارزش‌ها	علم رعایت ارزش‌ها	تأکید بر اعتقادات مذهبی	تأکید بر اعتقادات مذهبی	اهمیت ثروت	قناعت	تأکید بر قانون	قانون‌گرایی
جوانان	درصد خالص	۶۷/۳	۳۲/۷	۳۸/۲	۶۱/۸	۵۳/۸	۴۶/۲	۷۱/۳	۲۸/۷
میانسالان	درصد خالص	۷۲/۴	۲۷/۶	۳۶/۹	۶۳/۱	۴۲/۲	۵۷/۸	۷۵/۵	۲۴/۵
سالمنندان	درصد خالص	۸۶/۲	۱۳/۸	۷۸/۲	۲۱/۸	۲۳/۸	۷۶/۲	۸۱	۱۹

جدول فوق نشان دهنده کنش‌های شخصیت‌های مختلف در سریال‌های مورد بررسی در ارتباط با ارزش‌های مختلف می‌باشد. بر اساس جدول حاضر شخصیت‌های جوان این سریال‌ها افرادی متعهد به ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی، غیر مذهبی (عدم رعایت ارزش‌های مذهبی)، مادی‌گرا

(افرادی که به ثروت اهمیت می‌دهند)، و قانون‌گرا هستند. میانسالان نیز در این سریال‌ها افرادی بسیار متعهد به ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی، غیر مذهبی (۶۳/۱) عدم رعایت ارزش‌های مذهبی)، میانه رو از نظر مادی و قانون‌گرا هستند. شخصیت‌های سالمند در این سریال‌ها انسان‌هایی هستند که در بالاترین سطح ارزش‌ها را از خود نشان داده‌اند. به طوری که آنان به شدت متعهد به ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی (۸۶/۲)، بسیار مذهبی (۷۸/۲)، غیر مادی و قانع (۷۶/۲)، و شدیداً قانون‌گرا (۸۱٪) هستند.

اطلاعات موجود در جدول فوق نشان از تفاوت‌های بین نسلی در حوزه ارزش‌هاست. درصد بسیار بالایی از کنش‌های هر سه نسل در حوزه ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی، ارزش‌های اقتصادی و ارزش‌های قانونی رعایت این ارزش‌ها بوده است. مقایسه بین نسلی حکایت رابطه مستقیم بین دوره زندگی و رعایت ارزش‌های فرهنگی دارد. به این معنی که با افزایش سن، رعایت ارزش‌ها در حوزه‌های مذکور افزایش می‌یابد. به طوری که شخصیت‌های سالمند بیشترین رعایت ارزش‌های فرهنگی، اقتصادی و قانونی را به نمایش گذاشته‌اند. بر خلاف روند بین نسلی افزایش رعایت ارزش‌ها، در سه حوزه مورد بحث به نمایش در آمده در سریال‌های تلویزیونی، ارزش‌های مذهبی و رعایت آنها از چنین الگویی پیروی نمی‌کنند. به طوری که شخصیت‌های میانسال بیشترین درصد ارزش‌های غیر مذهبی را نشان داده‌اند (۶۳/۱) و این حتی بیش از درصد در بین شخصیت‌های جوان بوده است (۶۱/۸).

اکنون می‌توان مقایسه‌ای نیز به تفکیک جنسیت نیز انجام داد که جداول شماره ۶ و ۷ به تفکیک جنسیت ارائه شده اند.

جدول ۶- شخصیت‌های مذکر سریال‌ها به تفکیک دوره زندگی و ارتباط با ارزش‌های جامعه

انواع ارزش‌ها		ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی		ارزش‌های مذهبی		ارزش‌های اقتصادی		ارزش‌های قانونی	
نوع رفتار		رعایت ارزش‌ها	عدم رعایت ارزش‌ها	تاکید بر اعتقادات مذهبی	عدم تأکید بر اعتقادات مذهبی	اهمیت ثروت	قناعت	تأکید بر قانون	قانون‌گرایی
جوان	درصد خالص	۵۰/۴	۴۹/۶	۳۰/۲	۶۹/۸	۶۳/۱	۳۶/۹	۵۱/۴	۴۸/۶
میانسال	درصد خالص	۶۳/۳	۳۶/۷	۳۱/۲	۶۸/۶	۴۸/۴	۵۱/۶	۶۱/۷	۳۹/۳
سالمند	درصد خالص	۸۴/۷	۱۵/۳	۷۵/۹	۲۴/۱	۲۴/۱	۷۵/۹	۷۸/۹	۲۱/۱

جدول بالا شخصیت‌های مذکر سریال‌ها را به تفکیک دوره زندگی و کنش‌های ثبت شده آنان

ارزش‌های جامعه را نشان می‌دهد. نگاهی به جدول فوق حکایت از تفاوت‌های ارزشی در شخصیت‌های مذکر سریال‌های مورد بررسی با توجه به دوره زندگی دارد. بررسی جدول حاضر نیز درصد بسیار بالایی از کنش‌های هر سه نسل شخصیت‌های مذکر در حوزه ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی، ارزش‌های اقتصادی و ارزش‌های قانونی رعایت این ارزش‌ها بوده است. مقایسه بین نسلی حکایت رابطه مستقیم بین دوره زندگی و رعایت ارزش‌های فرهنگی دارد. به این معنی که با تغییر در دوره زندگی، رعایت ارزش‌ها در حوزه‌های مذکور در بین شخصیت‌های مذکر افزایش می‌یابد. به طوری که شخصیت‌های سالمند مذکر بیشترین رعایت ارزش‌های فرهنگی، اقتصادی و قانونی را به نمایش گذاشته‌اند. بر خلاف روند بین نسلی افزایش رعایت ارزش‌ها در سه حوزه مورد بحث به نمایش درآمده در سریال‌های تلویزیونی، ارزش‌های مذهبی و رعایت آن‌ها در بین شخصیت‌های مذکر از چنین الگویی پیروی نمی‌کنند. به گونه‌ای که شخصیت‌های مذکر میانسالان کمتر تأکید بر اعتقادات مذهبی داشته‌اند (۶۸/۶٪).

جدول ۷- شخصیت‌های مؤنث سریال‌ها به تفکیک دوره زندگی و ارتباط با ارزش‌های جامعه

انواع ارزش‌ها		ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی		ارزش‌های مذهبی		ارزش‌های اقتصادی		ارزش‌های قانونی	
نوع رفتار		رعایت ارزش‌ها	عدم رعایت ارزش‌ها	تأکید بر اعتقادات مذهبی	عدم تأکید بر اعتقادات مذهبی	اهمیت برزرت	قناعت	تأکید بر قانون	قانون‌گریزی
جوان	درصد خالص	۸۰/۴	۱۹/۶	۴۴/۳	۵۵/۷	۴۶/۹	۵۳/۱	۸۶/۷	۱۳/۳
میانسال	درصد خالص	۸۲/۹	۱۷/۱	۴۳/۷	۵۶/۳	۳۴/۸	۶۵/۲	۹۲/۳	۷/۷
سالمند	درصد خالص	۱۰۰	۰	۱۰۰	۰	۲۱/۴	۷۸/۶	۱۰۰	۰

جدول حکایت از این نکته دارد که شخصیت‌های مؤنث در سریال‌های مورد بررسی پایبندی مناسبی به ارزش‌های اجتماعی داشته‌اند. جدول بالا شخصیت‌های مؤنث سریال‌ها را به تفکیک دوره زندگی و کنش‌های ثبت شده آنان ارزش‌های جامعه را نشان می‌دهد. نگاهی به جدول فوق حکایت از تفاوت‌های ارزشی در شخصیت‌های مؤنث سریال‌های مورد بررسی با توجه به دوره زندگی دارد. بررسی جدول حاضر نیز درصد بسیار بالایی از کنش‌های هر سه نسل شخصیت‌های مؤنث در حوزه ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی، ارزش‌های اقتصادی و ارزش‌های قانونی رعایت این ارزش‌ها بوده است. مقایسه بین نسلی حکایت رابطه مستقیم بین دوره زندگی و رعایت ارزش‌های فرهنگی دارد. به این معنی که با افزایش سن، رعایت ارزش‌ها در

حوزه‌های مذکور در بین شخصیت‌های مؤنث افزایش می‌یابد. به طوری که شخصیت‌های سالمند مؤنث بیشترین رعایت ارزش‌های فرهنگی، اقتصادی و قانونی را به نمایش گذاشته‌اند. و این شخصیت‌ها اصلاً هیچ کنش غیر ارزشی در سه حوزه مذکور نشان نداده‌اند. بر خلاف روند بین نسلی افزایش رعایت ارزش‌ها در سه حوزه مورد بحث به نمایش در آمده در سریال‌های تلویزیونی، ارزش‌های مذهبی و رعایت آن‌ها در بین شخصیت‌های مؤنث از چنین الگویی پیروی نمی‌کنند. به گونه‌ای که شخصیت‌های مؤنث میانسال کمتر تأکید بر اعتقادات مذهبی داشته‌اند. در مطالعه حاضر نحوه بازنمایی الگوهای ارزشی در بین شخصیت‌های سریال‌های تلویزیونی به تفکیک دوره زندگی و جنسیت مورد بررسی قرار گرفت. این مطالعه نشان می‌دهد که شخصیت‌های مؤنث تفاوت چندانی در منظومه ارزشی خویش به تفکیک دوره زندگی نشان نمی‌دهند فقط در مورد ارزش‌های اقتصادی تفاوت‌های مشاهده شد. در حالی که شخصیت‌های مذکر دارای تفاوت‌های در منظومه ارزشی خویش به تفکیک دوره زندگی هستند. به گونه‌ای که آن‌ها در دوره جوانی کمتر به ارزش‌های اقتصادی بها می‌دهند در حالی که شخصیت‌های سالمند این سریال‌ها بیشتر به ثروت توجه می‌کردند. جوان‌ها اخلاقی‌تر ولی بی‌دین‌تر نشان داده شده بودند.

مقایسه یافته حاضر با مطالعات انجام شده در حوزه نسلی و وضعیت موجود جامعه نشان می‌دهد که الگوهای به نمایش در آمده در سریال‌های ایرانی تلویزیون در برخی از حوزه‌های ارزشی با واقعیت جامعه تطابق ندارد. در واقع آنچه را که در این سریال‌ها بازنمایی شده است در راستای نظریه اینگلهارت می‌باشد. اینگلهارت این ایده را مطرح می‌کند که در جوامع صنعتی مواجه با نوعی دگرگونی ارزشی هستیم. گرایش نسبت به ارزش‌های فرامادی تقویت گردیده و نسل جدید به ارزش‌های فرامادی اولویت بیشتری می‌دهد. در تبیین این دگرگونی ارزشی و نسلی به طراحی دو فرضیه پیش بینی کننده می‌پردازد که عبارتند از:

۱. فرضیه کمیابی^۱ که بنا بر آن اولویت‌های فرد بازتاب محیط اجتماعی اقتصادی اوست؛
 ۲. فرضیه اجتماعی شدن^۲ که اصل را بر این قرار می‌دهد که ارزش‌های اساسی فرد به شکل گسترده منعکس کننده شرایطی است که طی سال‌های قبل از بلوغش فراهم شده است.
- به نظر اینگلهارت فرضیه کمیابی به دگرگونی‌های کوتاه مدت با آثار دوره‌ای اشاره دارد. دوره‌های رونق به افزایش فرامادی‌گرایی و دوره‌های کمیابی به مادی‌گرایی می‌انجامد فرضیه اجتماعی شدن دلالت بر وجود آثار بلند مدت نسلی دارد (اینگلهارت و آبرامسون، ۱۳۷۸: ۶۲). به نظر اینگلهارت یکی از مؤلفه‌های مهم دگرگونی ارزشی جایگزینی نسلی است. بدین ترتیب

1. Scarcity hypothesis
2. Socialization hypothesis

آنچه را که سریال‌های تلویزیونی از ارزش‌های بین‌نسلی در کشور ما نشان می‌دهد حرکت از ارزش‌های فرامادی به سوی ارزش‌های مادی است که در یک نگاه کلی چنین ویژگی منبعث از وضعیت موجود جامعه در زمان اجتماعی شدن نسل جوان است.

یافته‌های مطالعه حاضر با یافته‌های آژادارمکی و اعتمادی‌فر که تحقیق نشان می‌دهد در سیر بازنمایی روابط نسلی، در بازنمایی ارزش‌ها در رسانه‌های پس از جنگ به تدریج شاهدی بر شکل‌گیری ساحت اجتماعی مستقلی باشد ایجاد شد (آژادارمکی، اعتمادی‌فر، ۱۳۸۷: ۵۷).

عبدالهیان بر این اعتقاد است که میزان بازتولید ارزش‌های اجتماعی در جامعه جدید ایران خیلی کاهش یافته است. در واقع، جامعه جدید ایران توانایی باز تولید همه ارزش‌های نسل‌های قبلی را ندارد؛ زیرا فاصله کمی بین نسل‌ها وجود دارد، اجازه نمی‌دهد که ارزش‌های نسل قبل بازتولید شوند. نسل‌های جدید ایران در حال تولید ارزش‌های جدیدی هستند که در سطح نسل‌های مختلف فرق می‌کند (عبدالهیان، ۱۳۸۳). در حقیقت می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که الگوهای ارسالی در حوزه روابط بین نسل‌ها توسط سریال‌های ایرانی تلویزیون بر گرفته از اصول سیاست‌های فرهنگی در کشور است که بر پیوند و مودت و تقویت همبستگی تأکید دارد (حسین لی، ۱۳۷۹). این مهم بالاخص در حوزه بازنمایی تعاملات و روابط بین نسلی در سریال‌های تلویزیونی صادق است ولی در مبحث ارزش‌ها بنظر می‌رسد که وضعیت تغییر ارزش‌ها از ارزش‌های فرامادی به سوی ارزش‌های مادی در سریال‌ها بازنمایی شده است گرچه یافته‌های این مطالعه به تفکیک جنسیت در نسل‌های مختلف گروه‌های مؤنث تفاوت بسیار فاحشی مشاهده نشده است. در حالی که الگوی کلی بدون تفکیک جنسیتی قابل توجه است.

نکته دیگر این‌که شخصیت‌های نسل میانسال در این سریال‌ها نه با ویژگی‌های دوره زندگی سنخیت و هماهنگی دارند و نه با تئوری‌های تحول ارزش‌های اینگلههارت! از آنجا که حوزه مطالعات بین‌نسلی حوزه نوینی در کشور ایران است مطالعات بیشتری لازم است تا ابعاد و زوایای ناشناخته موضوع مورد بررسی و کندو کاو قرار گیرد.

منابع

- آزادارمکی، تقی؛ زند، مهناز؛ خزاعی، طاهره (۱۳۸۲) "روند تغییرات فرهنگی اجتماعی خانواده تهرانی طی سه نسل"، مجله علمی پژوهشی علوم انسانی، شماره: ۴۴-۴۵، زمستان ۸۱ و بهار ۸۲.
- آزادارمکی، تقی؛ غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳) جامعه شناسی نسلی در ایران، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- -----، (۱۳۸۶) "فرایند تغییر نسلی بررسی فراتحلیلی در ایران"، دوفصلنامه تخصصی جوانان و مناسبات نسلی، شماره اول، بهار و تابستان.
- آزادارمکی، تقی؛ اعتمادی فرد، سید مهدی (۱۳۸۷) "روابط نسلی در سینمای جنگ ایران (با تأکید بر سینمای حاتمی کیا)"، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال چهارم، شماره ۱۲.
- آناستازی، ا (۱۳۷۳) روان آزمایی، ترجمه محمد تقی براهنی، تهران: دانشگاه تهران.
- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳) تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، تهران: انتشارات روزنه.
- اینگلهارت، رونالد و پل. آر. أبرامسون (۱۳۷۸) "امنیت اقتصادی و دگرگونی ارزشی"، ترجمه شهناز شفیعی خانی، نامه پژوهش، شماره ۱۴.
- استریناتی، دومینک (۱۳۸۰) نظریه‌های فرهنگ عامه، ترجمه ثریا پاک‌نظر، تهران: گام نو.
- اعرابی، نادره (۱۳۷۲) "انتقال ارزشی از طریق برنامه‌های تلویزیونی"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- اعزازی، شهلا (۱۳۷۳) خانواده و تلویزیون، تهران: نشر مرنديز.
- توکلی، مهناز (۱۳۸۳) "بررسی ویژگی‌های دو نسل در چارچوب نظام ارزشی، در نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها"، به اهتمام علیخانی، پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- حسین‌لی، رسول (۱۳۷۹) اصول و مبانی سیاست فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران، تهران: انتشارات آن.
- رضا بخش، حسین (۱۳۸۴) "ارزش‌ها و نگرش‌های زنان و دختران"، سازمان ملی جوانان.
- روشه، گی (۱۳۶۷) تغییرات اجتماعی، ترجمه منصور وثوقی، نشر نی.

- زین‌آبادی، مرتضی (۱۳۷۷) "بررسی سلسله مراتب ارزشی پدران و پسران در خانواده‌های ساکن شهرستان مشهد و عوامل مؤثر بر آن"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- صالحی، فوزیه (۱۳۸۳) "بررسی ارزش‌های اسلامی در مجموعه تلویزیونی گمگشته"، مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش برنامه‌های امور مطالعات و تحقیقات.
- عبداللهیان، حمید (۱۳۸۳) "تغییرات فرهنگی و شکاف نسل‌ها در ایران مفهوم سازی شکاف نسلی، در نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها، به اهتمام علیخانی، پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاددانشگاهی.
- میری آشتیانی، الهام (۱۳۸۷) "تمایز نسلی در ایران"، در مجموعه مقالات چالش‌های اجتماعی ایران، سید جواد نگارنده و زهرا رضایی، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- Alexander, Victoria D. (2003). *Sociology of the Arts*. London: Blackwell publishing.
- Berelson, Bernard (1952), *content Analysis in communication reaserch*, New York: the free press.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). "*Living with television: The dynamics of the cultivation process*" in J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Perspectives on media effects* (pp. 17-40). Hilldale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates

Intergenerational Value Changing: The Representation of Values among the Characters of Iranian TV Serials

Forouzandeh Jafarzadeh Pour¹

Abstract

In the course of recent years, mass media and particularly television have an extreme effect in transmitting of norms and values to the societies. On the other word, they are considered as powerful means of making pattern attitudes to the societies. Due to binary roles of TV as a reflector of behaviors, patterns, and values of society and also as an effecting factor on society which in long term cause the some changes in the social values, it is very essential to evaluate of the sending messages through TV to the Iranian homes. Among the variety of TV programs, Iranian serials are selected for study due to their closeness to the audiences' life and more possibility of model making as well as indirect message sending. This article studies the represented values among the characters of 4 selected serials by classifying gender and the life period. The universe of this study contains 4 Iranian serials broadcasted on channel 1 & 3 in year 2001. And content analysis method is applied as the research method by the utilization of Inghelhart, Gerbner theories as well as representation theory. Findings indicate generally female characters do not have many differentiations in value system by the life period expect tiny differences only in economic values. On the other side, male characters have some differences in value system by according to the life period, in such a way that young male characters have less attention to economic worthies while elder male characters have more attention to wealth. Young male characters were shown more moral and less religious.

Keywords: Values, Media, TV, Gender, Generations.

1. Assistant Professor of Institute for Humanities and Social Studies (IHSS),
fjafarzadehpour77@gmail.com

Decoding and the Semantic Implications of the Female Audiences of Channel Farsi's Serial, Victoria

Shiva Alinaqian¹

Abstract

This study focused on female experience of watching the Channel Farsi's serial, the Victoria. The qualitative method and in-depth interview technique in data collection are used to understand semantic implications of feminine readings. Results show 6 important factors which perusing females to follow the soap: *entertainment*, *alternative gendered patterns* which reproduced in the soap, *collective participating for interpreting the text* which offers a cultural authority to the audiences negotiating it, *similar lived experience* which shows some proportion among audience's cultural circumstances, *aural familiarity* which creates excitement through expressing forbidden vocabulary and phrases according to formal Islamic culture, and *closeness of the setting* which is produced by camerawork. These 6 factors give female audiences distinctive opportunity of watching, interpreting and pleasure.

Keywords: Victoria, Soap Opera, Alternative Gendered Pattern, Female Lived Experience.

1. MA in Cultural Studies, Allameh Tabataba'i University,

sh_alinaghian@yahoo.com

Religiosity and Globalization

Mohamad Reza Kolahi¹

Abstract

Globalization is "the expansion of strange world", the very world which is constituted of dialectics between "subjectivity of actors in near world" and "objectivity of elements coming from distant world". The expansion of strange world will make the elements of familiar world undergo transformation. "Religiosity", as one of the most important elements of familiar world, would not survive such effects. Religiosities in this article are divided by four types: 1- "Method-oriented religiosity" in which methods of achieving religious goals, takes priority over the goals itself. 2- "End-oriented religiosity", in which the goals are attributed by originality and methods, remain fluid and variable. 3- "Moral-oriented religiosity" in which the believers make their whole living frame-work based on rational and moral codes, and religion, in its conventional meaning, constitutes just a part of the life. 4- "Custom-oriented religiosity" is a less conscious religiosity and more in following the conventional custom. Each religious has its different encounter with the expansion of the strange world which will have four different consequences: Increasing the actor's consciousness; increasing the actor's activation; sharpening of religiosities and creation of substitute religiosities.

Key Words: Globalization, Cultural Globalization, Religiosity, Life's World, Sharpeing of Religiosity, Substitute Religiosity.

1. Faculty Member of ISAS (.ir), and PhD Candidate in Sociology, University of Tehran, kolahi.reza@yahoo.com

A Study of E-learning Culture in Universities of Iran: A Grounded Theory Research

**Maryam kian¹
Mohammad Attaran²
Nematollah Fazeli³**

Abstract

This study aims to understand learning culture at E-learning environment in universities of Iran. The major question is: what is the main phenomenon of learning culture in virtual universities of Iran? Data were gathered by grounded theory method, using semi-structured interviews. Twenty-three students and nine faculty members, from three virtual universities, were interviewed through purposeful sampling. Data were analyzed by coding. Also, data reliability was illuminated through credibility, dependability and confirm-ability. Findings showed that the main phenomenon of E-learning culture is "academic identity challenge", for both virtual students and faculty members. On one hand, students' academic identity, regarding disciplinary, personal and collective dimensions, and on the other hand, faculty member's identity, regarding role and educational commitment were not shaped properly. In general, virtual universities in Iran have a long way forward to shape academic identity for their users, specially students and faculty members.

Keywords: Iran, Culture, E-learning, Grounded Theory Method, Virtual University.

1. Assistant Professor of Yazd University,
2. Faculty member of Trabiati Moaalem University,
3. Faculty member of Allameh Tabatabai University,

kian.maryam2011@yahoo.com
attaran_m@yahoo.com
n_fazeli@hotmail.com