

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان‌نامه تحصیلی دانشجویان دانشکده صدا و سیما، مبین بخشی از فعالیت‌های علمی-پژوهشی دانشکده است. بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشکده، دانش‌آموختگان این دانشکده نسبت به رعایت موارد ذیل متعهد می‌شوند:

ماده ۱: در صورت اقدام به چاپ پایان‌نامه خود، مراتب را قبلاً به طور کتبی به معاونت پژوهشی دانشکده اطلاع دهد.

ماده ۲: در صفحه سوم کتاب (پس از برگ شناسنامه) عبارت ذیل را چاپ کند:

«کتاب حاضر، پایان‌نامه کارشناسی ارشد نگارنده **مجتبی جعفری بالابند** در رشته علوم ارتباطات است که در سال ۱۳۹۲ در گروه ارتباطات دانشکده صدا و سیما به راهنمایی جناب آقای دکتر عبدالله گیویان و مشاوره جناب آقای دکتر **نعمت‌الله فاضلی** دفاع گردیده است.»

ماده ۳: به منظور جبران بخشی از هزینه‌های انتشارات دانشکده، تعداد یک درصد شمارگان (در هر نوبت چاپ) را به معاونت پژوهشی دانشکده اهدا کند. دانشکده می‌تواند مازاد نیاز خود را در معرض فروش قرار دهد.

ماده ۴: در صورت عدم رعایت ماده ۳، ۵۰ درصد بهای شمارگان چاپ‌شده را به عنوان خسارت به دانشکده صدا و سیما تأدیه کند.

ماده ۵: دانشجو تعهد و قبول می‌کند در صورت خودداری از پرداخت بهای خسارت، دانشکده می‌تواند خسارت مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند، به علاوه به دانشکده حق می‌دهد به منظور استیفای حقوق خود، از طریق دادگاه، معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتاب‌های عرضه‌شده نگارنده برای فروش، تأمین نماید.

ماده ۶: اینجانب **مجتبی جعفری بالابند** دانشجوی رشته **علوم ارتباطات** مقطع کارشناسی ارشد تعهد فوق و ضمانت اجرائی آن را قبول کرده، به آن ملتزم می‌شوم.

نام و نام خانوادگی: **مجتبی جعفری بالابند**

تاریخ و امضاء

بسمه تعالی

اینجانب **مجتبی جعفری بالابند** به شماره دانشجویی ۸۸۲۱۵۱۱۱ دانشجوی رشته تحقیق در ارتباطات مقطع تحصیلی **کارشناسی ارشد تأیید می‌کنم** کلیه نتایج این پایان‌نامه حاصل کار این‌جانب و بدون هرگونه دخل و تصرف است و موارد نسخه‌برداری شده از آثار دیگران را با ذکر کامل مشخصات منبع، ذکر کرده‌ام. در صورت اثبات خلاف مندرجات فوق، به تشخیص دانشکده صدا و سیما مطابق با ضوابط و مقررات حاکم (قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان و قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی، ضوابط و مقررات آموزشی، پژوهشی و انضباطی ...) با بنده رفتار خواهد شد و حق هرگونه اعتراض در خصوص احقاق حقوق مکتسب و تشخیص و تعیین تخلف و مجازات را از خویش سلب می‌کنم. در ضمن مسئولیت هرگونه پاسخگویی به اشخاص، اعم از حقیقی و حقوقی مراجع ذیصلاح اعم از اداری و قضایی، به عهده اینجانب خواهد بود و هیچ‌گونه مسئولیتی در این خصوص بر عهده دانشکده نخواهد بود.

نام و نام خانوادگی: **مجتبی جعفری بالابند**

امضاء و تاریخ



دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، گرایش تحقیق در ارتباطات

سریال‌های تلویزیونی شبکه ماهواره‌ای GEM و سبک زندگی مخاطبان جوان شهر تهران

دانشجو:

مجتبی جعفری بالابند

استاد راهنما:

دکتر عبدالله گیویان

استاد مشاور:

دکتر نعمت‌الله فاضلی

بهار ۱۳۹۲

تقدیم به

پدر، مادر و همسر

به پاس

محبت و مهربانی شان

## چکیده

امروزه به مدد جهانی شدن ارتباطات، سریال‌های ماهواره‌ای مخاطبان خود را در ورای مرزها یافته اند و به ارائه الگوها و سبک‌های زندگی متفاوت به مخاطبان فراملی می‌پردازند. پژوهش حاضر سعی در شناخت و تبیین نحوه‌ی مواجهه‌ی مخاطبان با سبک‌های زندگی ارائه شده در سریال‌های ماهواره‌ای دارد. بدین منظور ۲۴ نفر از جوانان ساکن تهران که مخاطب سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM بودند، با استعانت از روش پژوهش کیفی «مردم‌نگاری» مورد مطالعه و بررسی قرار گرفتند.

یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که سبک زندگی در سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM طیفی از رفتارهای مادی و رفتارهای فرهنگی را شامل می‌شود. سبک زندگی ارائه شده در سریال‌ها در بعد مادی آن، در اکثر موارد مورد پسند افراد مورد مطالعه در این پژوهش قرار گرفته است به گونه‌ای که مخاطبان مورد نظر تمایل دارند آن را وارد زندگی خود کنند. این تمایل در زمینه «مصرف کالاهای تجملی» به چشم می‌خورد. اما در بعد فرهنگی به دلیل عدم تطابق با زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی مخاطبان، سبک زندگی ارائه شده در سریال‌ها مورد پسند افراد مورد مطالعه قرار نگرفته و افراد تمایلی برای همراهی با آن ندارند.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، سریال‌های ماهواره‌ای، جهانی - محلی شدن، رفتارهای مصرفی، زمینه‌های فرهنگی، مردم‌نگاری

## فهرست مطالب

فصل اول کلیات تحقیق .....	۱
۱-۱- طرح مساله .....	۲
۲-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق .....	۴
۳-۱- اهداف تحقیق .....	۶
۴-۱- سوال های تحقیق .....	۷
۵-۱- تعریف مفاهیم .....	۷
فصل دوم مبانی نظری تحقیق .....	۱۲
۱-۲- پیشینه تحقیق .....	۱۲
۱-۱-۲- تحقیقات ایرانی .....	۱۲
۲-۱-۲- تحقیقات خارجی .....	۱۷
۲-۲- مبانی نظری تحقیق .....	۱۹
۱-۲-۲- تلویزیون، سریال و مخاطب .....	۱۹
۲-۲-۲- مخاطب فعال .....	۲۱
۳-۲-۲- استوارت هال و نظریه رمزگذاری، رمز گشایی .....	۲۳
۴-۲-۲- لذت مخاطب .....	۲۶
۵-۲-۲- رسانه، جهانی شدن و جهان گرایی .....	۲۷
۶-۲-۲- بررسی نظری و مفهومی سبک زندگی .....	۳۴
فصل سوم روش تحقیق .....	۴۷
۱-۳- روش تحقیق کیفی .....	۴۸
۲-۳- روش مردم‌نگاری .....	۴۹
۱-۲-۳- تکنیک های جمع آوری اطلاعات در روش مردم‌نگاری .....	۵۱
۳-۳- سوال های تحقیق (انواع سوال ها) .....	۵۵
۴-۳- جامعه آماری .....	۵۶
۵-۳- روش نمونه گیری و حجم نمونه .....	۵۶
۱-۵-۳- نمونه گیری گلوله برفی .....	۵۷
۶-۳- اعتبار و روایی .....	۶۰
۱-۶-۳- مثلث سازی .....	۶۲
۲-۶-۳- اعتبار سنجی توسط مشارکت کنندگان .....	۶۲
۳-۶-۳- بازررسی مسیر کسب اطلاعات .....	۶۳
۷-۳- روند پژوهش .....	۶۴

- ۳-۷-۱- مرحله پایلوت ..... ۶۴
- ۳-۷-۲- مکان مصاحبه و مشاهده ..... ۶۵
- ۳-۷-۳- زمان مصاحبه ..... ۶۵
- ۳-۷-۴- روش انجام مصاحبه ..... ۶۵
- ۳-۸- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها ..... ۶۶
- ۳-۸-۱- نظریه زمینه مبنا ..... ۶۷
- فصل چهارم یافته‌های تحقیق ..... ۷۱
- ۴-۱- زمینه‌های فرهنگی اجتماعی مخاطب چه مشخصاتی دارد؟ ..... ۷۳
- ۴-۱-۱- تا چه حد از مد پیروی می کنید؟ ..... ۷۴
- ۴-۱-۲- تا چه حد خود را فردی مذهبی می دانید؟ ..... ۷۴
- ۴-۱-۳- اولویت اول شما برای استفاده از رسانه چیست؟ ..... ۷۵
- ۴-۲- چه مولفه‌هایی از سبک زندگی نمایش داده شده در سریال‌ها برای مخاطبان جوان جذابیت بیشتری دارد؟ ..... ۷۶
- ۴-۲-۱- چه چیز باعث می شود که به تماشای این سریال‌ها بپردازید؟ ..... ۷۶
- ۴-۲-۱-۱- محتوای داستانی فیلم ..... ۷۷
- ۴-۲-۱-۲- جذابیت های تکنیکی فیلم ..... ۸۰
- ۴-۲-۱-۳- جذابیت های بصری ..... ۸۲
- ۴-۲-۱-۴- گذران اوقات فراغت و سرگرمی، فرار از خستگی های روزمره ..... ۸۴
- ۴-۲-۱-۵- عدم وجود سانسور در فیلم‌ها ..... ۸۵
- ۴-۲-۱-۶- آشنایی با فرهنگ و سبک زندگی مردم ترکیه ..... ۸۶
- ۴-۲-۱-۷- مشابهت فرهنگی با ترکیه ..... ۸۶
- ۴-۲-۲- چه مواردی از زندگی شخیت های فیلم شمارا ترغیب به تماشای سریال‌ها می کند؟ ..... ۸۷
- ۴-۲-۲-۱- رفتارهای مصرفی والگوهای مصرفی نمایش داده شده در فیلم‌ها. .... ۸۸
- ۴-۲-۲-۲- تفریحات و نحوه گذران اوقات فراغت در فیلم‌ها ..... ۸۹
- ۴-۲-۲-۳- تمرکز سریال‌ها بر مدیریت بدن، با نمایش بازیگران خوش اندام و مانکن در سریال‌ها ..... ۸۹
- ۴-۲-۲-۴- الگوی کار نمایش داده شده در سریال‌ها ..... ۹۰
- ۴-۲-۲-۵- آداب غذاخوردن و نوع غذاهای مورد استفاده ..... ۹۱
- ۴-۲-۲-۶- روابط بین فردی در سریال‌ها ..... ۹۱
- ۴-۳- سبک‌های زندگی در سریال‌های ماهواره‌ای از دید مخاطبان، چگونه و با چه کیفیتی ارائه می شوند؟ ..... ۹۳
- ۴-۳-۱- این سریال‌های چه ویژگی هایی دارند؟ و یا در این سریال‌ها زندگی شخصیت های فیلم به چه شکلی نشان داده می شود؟ ..... ۹۳
- ۴-۳-۱-۱- اوقات فراغت و تفریح ..... ۹۴



- ۹۵-۴-۳-۱-۲- الگوی کار .....
- ۹۷-۴-۳-۱-۳- مصرف گرایی و رفتارهای مصرفی .....
- ۹۹-۴-۳-۱-۴- تاکید بر نهاد خانواده / نوع خانواده .....
- ۱۰۰-۴-۳-۱-۵- رفتار خانوادگی .....
- ۱۰۱-۴-۳-۱-۶- روابط بین شخصی .....
- ۱۰۲-۴-۳-۱-۷- مدیریت بدن .....
- ۱۰۴-۴-۱-۴- مخاطب چگونه خود را با سبک‌های زندگی جدید همراه می‌سازد؟ .....
- ۱۰۴-۴-۱-۴- کدامیک از ویژگی‌های شیوه‌های زندگی ایده‌آل که در سریال‌های ماهواره‌ای نمایش داده می‌شود، قابلیت تطابق با زمینه‌های فرهنگی اجتماعی و اقتصادی خانواده شما را دارد؟ .....
- ۱۰۴-۴-۱-۱-۴- زمینه‌های اقتصادی .....
- ۱۰۵-۴-۱-۲- زمینه‌های فرهنگی- اجتماعی .....
- ۱۰۵-۴-۲- همراهی با شیوه‌های زندگی نمایش داده شده در سریال‌های ماهواره‌ای، نیازمند چه تغییراتی در شیوه زندگی حاضر شماست؟ .....
- ۱۰۶-۴-۲-۱- تغییر عرف و شرایط اجتماعی و فرهنگی جامعه .....
- ۱۰۷-۴-۲-۲- زیر پا گذاشتن و یا تغییر باورها و اعتقادات (مذهبی و اخلاقی) .....
- ۱۰۸-۴-۲-۳- بهبود شرایط اقتصادی .....
- ۱۰۹-۴-۳-۴- کدام یک از ویژگی‌های شیوه زندگی نمایش داده شده در سریال‌ها علاقه مندید و آن را وارد زندگی خود کرده‌اید؟ .....
- ۱۲۹- فصل پنجم بحث و نتیجه‌گیری .....
- ۱۱۶-۵-۱- سبک زندگی و چگونگی ارائه آن .....
- ۱۱۸-۵-۲- دلایل تماشای سریال‌های ماهواره‌ای .....
- ۱۱۹-۵-۳- مولفه‌های جذاب سبک زندگی .....
- ۱۲۱-۵-۴- مخاطب و همراهی با سبک زندگی .....
- ۱۲۲-۵-۵- رسانه، جهانی شدن .....
- ۱۲۵-۵-۶- الگوی‌های رمزگشایی .....
- ۱۲۵-۵-۶-۱- رمزگشایی مسلط .....
- ۱۲۵-۵-۶-۲- رمزگشایی توافقی .....
- ۱۲۶-۵-۶-۳- رمزگشایی مقاومت آمیز .....
- ۱۲۶-۵-۷- پیشنهادها .....
- ۱۲۶-۵-۷-۱- بررسی مصرف گرایی در طبقه متوسط تحصیل کرده .....
- ۱۲۶-۵-۷-۲- پژوهش در مورد سبک زندگی زنان خانه دار .....

- ۳-۷-۵- بررسی علل جذابیت سریال‌های ماهواره‌ای برای مخاطبان ایرانی ..... ۱۲۶
- ۴-۷-۵- تحلیل خوانش مخاطبان آذری زبان، از سریال‌های ترک ..... ۱۲۷
- ۵-۷-۵- تحلیل نشانه شناسانه سبک زندگی در سریال‌های ایرانی ..... ۱۲۷
- ۶-۷-۵- استفاده از تکنیک های فنی و بصری به کار رفته در سریال‌های ماهواره‌ای ..... ۱۲۷
- ۷-۷-۵- گره افکنی های بیشتر، چند محوره بودن داستان سریال‌ها ..... ۱۲۷
- ۸-۵- محدودیت های تحقیق ..... ۱۲۸
- فهرست منابع ..... ۱۲۹

## فصل اول

### کلیات تحقیق

## ۱-۱- طرح مساله

امروزه “تلویزیون” همراهی ناگزیر و عضوی از خانواده‌های جامعه مدرن است. تلویزیون، مخاطبان را وادار می‌دارد تا عادت‌های اجتماعی خود را در امتداد حضور این رسانه در خانواده و سپس در جامعه تنظیم کنند، از سوی دیگر تلویزیون وجوه کاربردی دیگری نیز دارد که استفاده از آن را موجه جلوه می‌دهد. در تعاریف جدید، تلویزیون ابعاد کاربردی متنوع و متفاوتی پیدا کرده است که می‌تواند به مثابه ابزاری کارآمد انسان معاصر را در رویارویی با موقعیت‌های دشوار فردی و اجتماعی یاری دهد. از این رو در این تعاریف، از آمیختگی تلویزیون با فرآیندهای جامعه‌پذیری، هوشیاری اجتماعی، آگاهی‌بخشی در کنار سرگرم‌سازی و پرکردن اوقات فراغت نام برده می‌شود. با همه این اوصاف یکی از کارکردهای اصلی تلویزیون، اطلاع‌رسانی است، تلویزیون ضمن انعکاس وقایع و دگرگونی‌های اجتماعی، معرفی‌کننده الگوها، نقش‌ها، دیدگاه‌ها و چگونگی رویآوری به سبک‌های زندگی است که ممکن است مخاطبان به طریق دیگر هرگز به آن‌ها دسترسی پیدا نکنند.

امروزه، سریال‌های تلویزیونی در انجام کارکرد خود، گوی سبقت را از سایر برنامه‌های آن ربوده‌اند. سریال‌های تلویزیونی در گذران اوقات فراغت مخاطبان، سهم قابل توجهی دارند و می‌توانند محملی باشند برای آشنایی با دنیای افراد دیگر و زندگی آنان از خلال داستانی که به نمایش در می‌آید و البته در خلال آن، فرهنگ، آداب و رسوم و روش زندگی شخصیت‌های داستان هم به تصویر کشیده می‌شود. تغییر ادبیات روزمره افراد، انتخاب پوشش، خوراک و شیوه انجام کار تحت تاثیر سریال‌های تلویزیونی موید تاثیر گذاری بسیار زیاد این سریال‌ها در ایجاد و تغییر سبک زندگی و رفتارهای مصرفی افراد است. آمارها نشان می‌دهد تقریباً در همه ی دنیا پس از خواب و کار برای تامین معاش استفاده از رسانه‌ها به

ویژه برنامه‌های نمایشی تلویزیونی سومین کاری است که انسان امروزی انجام می‌دهد. نیاز به این گونه برنامه‌ها و سطح مصرف آن بیش از هر چیز خود را به سبک زندگی افراد تحمیل کرده است و این مساله با روی کار آمدن شبکه‌های تلویزیونی و سریال‌های ماهواره‌ای پر رنگ تر شده است.

ساختار نمایش‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای یکی از بهترین ساختارها برای ارایه پیام در دنیای رسانه است. همچنین یکی از راه‌های آشنایی مخاطبان ایرانی با سبک زندگی غربی و در پی آن مصرف گرایی، شبکه‌های ماهواره‌ای هستند. شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان با پخش مستمر سریال‌هایی با دوبله فارسی سهم بالایی در پر کردن ساعات فراغت مخاطبان ایرانی دارند. مشاهدات محقق در این زمینه نشان می‌دهد که این سریال‌ها برای مخاطب ایرانی چه از لحاظ ساخت و چه از لحاظ محتوا جذاب است، به گونه‌ای که مخاطب سعی در همذات پنداری و تقلید از شخصیت‌های سریال را دارد.

هم اکنون شبکه‌های بسیاری وجود دارد که فیلم‌ها و سریال‌های به روز دنیا را با دوبله یا زیرنویس فارسی برای مخاطبین فارسی زبان ایرانی پخش می‌کنند و برای همین، این یک قابلیت بسیار مهم برای شبکه عظیم پخش ماهواره‌ای به شمار می‌رود که از این طریق، در هر لحظه مخاطب می‌تواند با توجه به سلیقه و نیاز خود، یک یا چند فیلم سینمایی یا سریال را برگزیده و آن را ببیند؛ جالب آنکه در حال حاضر، بسیاری از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان، با توجه به نیازشان برای گسترش گروه مخاطبین به راه‌های گوناگون و با مورد توجه قرار دادن برخی حداقل‌ها، تلاش می‌کنند تا برنامه را به گونه‌ای آماده پخش سازند که برای گستره وسیعی از خانواده‌های ایرانی با سلیقه‌ها، سطوح گوناگون فرهنگی و اعتقادی قابل مشاهده باشد و برای رسیدن به این هدف با حذف برخی صحنه‌های نامناسب و یا بهره‌گیری از برخی علایم هشدار - که سن مطلوب مخاطب هر برنامه را مشخص نماید عمل می‌کنند.

مجموعه شبکه‌های Gem group در زمینه پخش سریال‌های تلویزیونی و پخش موزیک و موزیک ویدئو فعالیت می‌کنند. یکی از شبکه‌های این مجموعه GEM Classic است. شبکه جم کلاسیک، از جمله شبکه‌های فارسی زبانی است که برای مخاطبان فارسی زبان منطقه خاور میانه پخش می‌شود. مشاهدات محقق نشان می‌دهد که این شبکه از پر طرفدارترین شبکه‌های ماهواره‌ای بین مخاطبان تهرانی و همچنین شهرستانی به شمار می‌رود. یکی از دلایل اصلی این مساله پخش سریال‌های تلویزیونی مانند سریال‌های، "عشق ممنوع"، "ایزل"، "صحرا"، "عشق و جزا" است. نکته‌ی جالب اینجاست که سریال‌های نامبرده که با استقبال خوبی از سوی مخاطب ایرانی مواجه شده‌اند، همگی محصول کشور

ترکیه هستند. شاید وجود شباهت ها و نزدیکی های فرهنگی بین مردم دو کشور موجب استقبال از این سریال ها شده باشد. به هر روی مخاطب هر شب این سریال ها را تماشا می کند و در محیط کار، دانشگاه و ... با دوستان خود در مورد آن صحبت می کند. این گفت و گو برای خانم ها معمولا در مورد لباس بازیگران، معماری خانه ها، چینش مبلمان و اثاثیه منزل و برای آقایان در مورد تناسب اندام بازیگران مرد، لباس بازیگران مرد و خودرو های آنان است.

مطالعات اکتشافی محقق بیانگر آن است که مخاطب با تماشای این سریال ها تمایل پیدا می کند که خود را به شخصیت ها و صحنه های بازنمود شده در سریال ها نزدیک کند و این مساله میل به مصرف و همچنین در پی آن پیروی از سبک زندگی آنان را در مخاطب بر می انگیزد.

بازیگران نقش های اول در این سریال ها معمولا در زمینه مد فعالیت دارند و در این زمینه از سرامدان نیز هستند. مانکن های بازیگر و زندگی آن ها در سریال ها برای مخاطب جذابیت فراوانی دارد. این مساله نیز گرایش به مصرف را در مخاطبان به مرور زمان ایجاد می کند. شاید به نوعی دلیل استفاده از این مانکن ها در سریال ها نیز فروش بیشتر محصولات نظام سرمایه داری باشد. همچنین محبوبیت بالای این بازیگران از جمله راه های موثر در تبلیغ و اشاعه سبک های زندگی آنان به شمار می رود.

با توجه به مسائل یاد شده، در این پژوهش سعی می شود تا با استمداد از روش اتنوگرافی به مطالعه ای مخاطبان جوان تهرانی پرداخته شود. همچنین مساله اصلی این پژوهش آن است که دریابد آیا مخاطبان سریال های ماهواره ای تمایلی به تغییر سبک زندگی خود پیدا می کنند؟ تمایل به تغییر سبک زندگی به چه شکلی نمود پیدا می کند؟ آیا رفتار مصرفی و میل به مصرف در مخاطبان شکل می گیرد؟ تمایل به مصرف و رفتار مصرفی به چه شکلی نمود پیدا می کند؟ زمینه ای اجتماعی-فرهنگی مصرف کنندگان چه مشخصات و ویژگی هایی دارد؟

#### ۱-۲- ضرورت و اهمیت تحقیق

این پژوهش از چند نظر حائز اهمیت است: ۱- معرفی الگوها و سبک زندگی غربی و به تبع آن مصرف گرایی از طریق سریال های ماهواره ای. ۲- شناخت سبک زندگی مورد علاقه جوانان که از طریق سریال های ماهواره ای بازنمایی می شود. ۳- دلایل جذب مخاطبان تلویزیون داخلی توسط شبکه های ماهواره ای. ۴- شناخت نوع تمایلاتی که تماشای سریال های ماهواره ای در مخاطبان ایجاد می کند.

ضرورت و اهمیت انجام این تحقیق را از چند زاویه می‌توان مورد بررسی قرار داد:

ما در یک جامعه رسانه‌ای شده زندگی می‌کنیم، در جامعه‌ای که روند رسانه‌ای شدن آن به شدت در حال افزایش است و میزان تغییرات در محیط رسانه‌ها بی‌سابقه است. در این دوره از فرایند جهانی شدن ما به طور فزاینده‌ای شاهد تغییرات در خدمات و سرویس‌های رسانه‌ای هستیم و این تغییرات منجر می‌شود تا به دنبال تاثیر و نقش این انقلاب ارتباطی و رسان‌های در زندگی خودمان باشیم. از سویی بررسی نقش رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های الکترونیکی جدید مانند ماهواره، مستلزم تحقیقات مخاطب پژوهی است. پژوهش مخاطبان در زمینه رسانه‌ها و فرهنگ به ما اجازه می‌دهد تا در مورد استفاده اجتماعی از رسانه‌ها به تحقیق و جستجو بپردازیم. از طریق مخاطب پژوهی قادر خواهیم بود تا نقش و میزان نفوذ رسانه‌ها را در زندگی مخاطبان درک کنیم. مخاطب پژوهی به ما اجازه می‌دهد تا بررسی کنیم که چرا مردم از برخی رسانه‌ها استقبال می‌کنند، چرا برخی از رسانه‌ها را رها می‌کنند، چه چیزهایی را دوست داشته و چه چیزهایی را در مواجهه با رسانه‌ها نمی‌پسندند.

با توجه به تکرر رسانه‌ای و دسترسی آسان به شبکه‌های ماهواره‌ای، رقابتی بین تلویزیون داخلی و شبکه‌های ماهواره‌ای برای جذب مخاطب بیشتر و به تبع آن درونی کردن ارزش‌های خود در مخاطبان، در حال شکل‌گیری است. امروزه سریال‌های ماهواره‌ای در گذاران اوقات فراغت مخاطبان نقش قابل توجهی دارند و می‌توانند پنجره‌ای باشند برای آشنایی با دنیای افراد دیگر و زندگی آنان از طریق داستانی که به نمایش در می‌آید. البته در این میان سبک‌های مختلف زندگی هم به تصویر کشیده می‌شوند. شناخت سبک‌های زندگی به تصویر کشیده شده در سریال‌های ماهواره‌ای به ما کمک می‌کند تا در راستای جلوگیری از نوعی گسست فرهنگی در کشور، گام برداریم.

قشر جوان جامعه‌اینده سازان جامعه به حساب می‌آیند و نوعی سرمایه‌ی مادی برای دولت‌ها و جوامع محسوب می‌شوند. در تمام جوامع توجه ویژه‌ای به نیازها و علایق این قشر از جامعه می‌شود و در همین راستا تحقیقات گسترده‌ای را در جهت شناسایی و رفع نیازها و مطالبات جوانان انجام می‌دهند. بر این اساس ما برای شناخت علاقه‌مندی‌های جوانان کشورمان در خصوص سبک‌های زندگی و مصرف، نیاز به انجام مطالعه و تحقیقات جامع و دقیقی داریم.

آشنایی با سبک‌های زندگی متفاوت از طریق تماشای سریال‌های ماهواره‌ای که دارای جذابیت‌هایی نیز است، می‌تواند منجر به شکل‌گیری تمایلاتی در مخاطبان جوان شود. شناخت تمایلات به وجود آمده می‌تواند مسئولان را در برنامه‌ریزی برای مقابله با پیام‌های فرهنگی خارجی توانا تر گرداند.

پرداختن به موضوع سبک زندگی و مصرف، خود نکته‌ای درخور توجه است. سبک زندگی از جمله مسائل جدیدی است که که اخیراً بسیار مورد توجه قرار گرفته است اما اکثر تحقیقات صورت گرفته در این زمینه از نگاه جامعه‌شناسانه و بعضاً از نگاه مطالعات فرهنگی بوده است. پرداختن به حوزه‌ی سبک زندگی از دریچه مطالعات ارتباطاتی و داشتن یک نگاه ترکیبی با جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی می‌تواند به ادبیات این حوزه بیافزاید.

اکثر تحقیقات انجام شده در حوزه‌ی برنامه‌های ماهواره‌ای به بررسی تأثیرات ماهواره و به روش پیمایش صورت گرفته است. جای خالی روش‌های کیفی از جمله روش مردم‌نگاری که شناختی عمیق‌تر به دست می‌دهد در این حوزه احساس می‌شود.

افراد رفتارشان را بر اساس حداقل یک سبک زندگی از یک طبقه اجتماعی تنظیم می‌کند. فراتر از آن سبک، اعضای جامعه محلی ممکن است سبک‌های دیگری برای زندگی کردن در محل کار، فراغت، ازدواج، مصرف، مذهب و در سایر عرصه‌های زندگی مشاهده و کسب کنند. پژوهشگران مردم‌نگار می‌توانند در تمامی این عرصه‌ها دست به شناخت سبک زندگی بزنند. در زمینه‌های یادشده اعضای جامعه در دسترس‌ترند بنابراین شناخت جزئیات پنهان زندگی آن‌ها لازم است و خود پژوهشگر از جهاتی می‌تواند عضو جامعه شود (Stebbins, 1997, P, 357).

### ۱-۳- اهداف تحقیق

#### هدف اصلی

۱. شناخت رابطه‌ی رسانه‌های بیگانه و جامعه ( مطالعه مخاطب و آشنایی او با سبک‌های زندگی غربی از طریق سریال‌های ماهواره‌ای)

#### اهداف فرعی

۱. شناخت نحوه گذران اوقان فراغت مخاطبان جوان در مواجهه با سریال‌های ماهواره‌ای  
۲. شناخت رفتارهای خانوادگی و روابط بین شخصی مخاطبان جوان در مواجهه با سریال‌های ماهواره‌ای



۳. شناخت نحوه ی مدیریت بدن مخاطبان جوان در مواجهه با سریال‌های ماهواره‌ای

۴. شناخت رفتارهای مصرفی مخاطبان جوان در مواجهه با سریال‌های ماهواره‌ای

#### ۱-۴- سوال های تحقیق

۱. چه مولفه هایی از سبک زندگی نمایش داده شده در سریال‌ها برای مخاطبان جوان جذابیت

بیشتری دارد؟

۲. سبک‌های زندگی در سریال‌های ماهواره‌ای از دید مخاطبان، چگونه و با چه کیفیتی معرفی می

شوند؟

۳. مخاطب چگونه خود را با سبک‌های زندگی جدید همراه می سازد؟

۴. زمینه‌های فرهنگی اجتماعی مخاطب چه ویژگی هایی دارد؟

#### ۱-۵- تعریف مفاهیم

مصرف

فاضلی (۱۳۸۲) مصرف را از دیدگاه وبر اینگونه توضیح می‌دهد: از نظر وبر مصرف فرایندی است شامل کردار های اجتماعی و فرهنگی که بیان کننده ی تفاوت های میان گروه های اجتماعی است و ناشی از عوامل اقتصادی نیست.

آنچه از تعریف وبر بر می‌آید ۲ بعد بودن مصرف است. آنجا که می‌گوید کردار های اجتماعی و فرهنگی به مصرف فرهنگی اشاره دارد و آنجا که پای عوامل اقتصادی را به میان می کشد به مصرف مادی اشاره دارد. تحقیق حاضر به مصرف از زاویه تعریف وبر می‌نگرد.

سبک زندگی

سبک زندگی به عنوان یکی از مفاهیم مرتبط با زندگی روزمره مفهوم وسیع و گسترده‌ای است که بدون مشخص کردن شاخص‌ها و مولفه‌های ویژه آن قابل فهم نیست. اما تعاریف متعددی از سبک زندگی بیان شده از جمله:

"سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً منسجم از همه رفتارها و فعالیت های یک فرد در جریان زندگی روزمره است" (گیدنز، ۱۳۷۸، ص ۳۲۵).

آنتونی گیدنز معتقد است سبک های زندگی کردارهایی هستند که به جریان عادی زندگی روزمره تبدیل شده اند، جریان‌هایی که در لباس پوشیدن، غذا خوردن، شیوه های کنش و محیط دلخواه برای ملاقات کردن دیگران جلوه می کنند. چنین رفتارهایی بازتاب دهنده هویت های شخصی، گروهی و اجتماعی اند (فاضلی، ۱۳۸۲، ص ۶۹).

در نگاه بورديو سبک زندگی شامل اعمال طبقه بندی شده و طبقه بندی کننده فرد در عرصه های مختلف زندگی روزمره است. وی سبک زندگی را نتیجه قابل رؤیتی از ابراز عادت می داند از نظر او همه چیزهایی که انسان را احاطه کرده است مثل مسکن، اسباب و اثاثیه، کتاب‌ها، سیگارها، عطرها، لباس‌ها و غیره بخشی از سبک زندگی می باشند.

وبر واژه سبک زندگی را جهت اشاره به شیوه‌های رفتار، لباس پوشیدن، سخن گفتن، اندیشیدن و نگرش‌هایی که مشخص کننده گروه‌های منزلتی متفاوت بودند، به کار گرفت. وی کارکرد دو گان‌های برای سبک زندگی قایل است. از یک طرف موجب تفاوت بین گروهی می شود و به برتری‌های منزلتی و طبقاتی مشروعیت می بخشد و از سوی دیگر موجب انسجام بخشیدن درون گروهی می شود. به نظر او سبک زندگی بیش از آنکه بر تولید استوار باشد، بر شباهت الگوهای مصرف استوار است (فاضلی، ۱۳۸۲).

در بررسی تعاریف موجود درباره سبک زندگی با دو رویکرد اصلی مواجه می شویم: گروهی که سبک زندگی را مجموعه رفتارهای عملی و آنچه در زندگی اجتماعی افراد به صورت عینیت یافته مشاهده می شود، می دانند و گروه دوم ارزش‌ها و نگرش‌ها را نیز در زمره سبک زندگی می دانند. در این پژوهش تعریف فاضلی را مبنا قرار می دهیم " سبک زندگی عبارت است از طیف رفتاری ای که اصلی انسجام بخش بر آن حاکم است و عرصه‌ای از زندگی را تحت پوشش دارد و در میان گروهی از افراد جامعه قابل مشاهده است " (فاضلی، ۱۳۸۲، ص ۸۳).

در تعریف یاد شده سه نکته قابل توجه است:

گرچه ارزش‌ها و نگرش‌ها در به وجود آمدن سبک زندگی مؤثرند اما جزیی از آن محسوب نمی شوند. در این مورد نظر صاحب نظران این حوزه بدین شرح است:

با نگاهی به نسبت تقلیل گرایانه و با کمی تسامح می‌توان زیمل را به عنوان نزدیک‌ترین دیدگاه به آن سوی طیف قلمداد کرد که بر عینی بودن سبک زندگی تأکید دارد و پس از او، از بوردیو، لسلی، لیزر، مک‌کی، کلاکھون نام برد. در سر دیگر طیف باید از آدلر نام برد که سبک زندگی را کم و بیش حاصل خوی‌ها و منش‌ها می‌داند و در میانه باید از وبلن و وبر و سپس ونزل و گیدنز یاد کرد که هم بر عینی و هم ذهنی بودن سبک زندگی تأکید دارند (مهدوی کنی، ۱۳۸۶، ص ۲۰۸).

" همچنین سبک زندگی باید زائیده انتخاب‌گری افراد باشد زیرا سبک زندگی شامل آن دسته رفتارهایی که مردم حق انتخاب جایگزین برای آن‌ها ندارند، نمی‌شود" (فاضلی، ۱۳۸۲، ص ۵۷).

سبک زندگی نسبت مستقیمی با مصرف دارد زیرا مصرف در خدمت تعریف کردن کیستی کنش‌گران (پاسخ به سوال من کیستم؟)، بازکردن راهی برای عضویت افراد در گروه‌های اجتماعی، تثبیت مقولات فرهنگی، ایجاد از خود بیگانگی یا نفی آن، ایجاد یا بازتولید انواع نابرابری‌های اجتماعی، ایجاد گروه بندی‌های مدرن متمایز از گروه بندی‌های سنتی مبتنی بر جنسیت و غیره بازتولید اقتصادی سرمایه داری است (فاضلی، ۱۳۸۲، ص ۵۷).

### مردم‌نگاری

مردم‌نگاری یا اتنوگرافی به مجموعه روش‌های گردآوری که امروزه هم مطرح اند، گفته می‌شود. یعنی نوعی نزدیکی و وارد شدن به موضوع و حتی یکی شدن با آن. این روش‌ها صرفاً روش‌های توصیفی نیستند. اتنوگرافی نوعی تحلیل است. وقتی ما دست به توصیف دقیق چیزی می‌زنیم، خود این توصیف یک تحلیل است.

### سریال‌های ماهواره‌ای

اصولاً سریال به فیلم‌هایی اطلاق می‌شود که چند قسمتی بوده و با جذابیت‌های خود مخاطب را همراه می‌سازد. معمولاً در این نوع از فیلم‌های دنباله دار، هر قسمت با ظرافتی خاص و با بهره‌گیری از جذابیت‌های بصری، طوری به پایان می‌رسد که بیننده مشتاقانه در روزهای آتی منتظر ادامه‌ی آن بماند و برای دیدن قسمت‌های جدید لحظه شماری نماید.

سریال‌های ماهواره‌ای نیز ویژگی‌های ذکر شده را دارا هستند. معمولاً سریال‌های ماهواره‌ای طولانی‌ترند و از عناصر جذاب بیشتری بهره‌برده‌اند. همچنین معمولاً این سریال‌ها هر شب پخش می‌شوند و در روز بعد در چند نوبت تکرار می‌گردند.