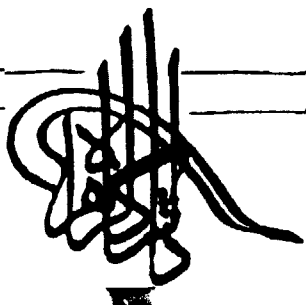


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه الزهراء (س)

دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی

گروه علوم اجتماعی

دانشنامه کارشناسی ارشد

رشته پژوهش علوم اجتماعی

عنوان

بررسی تأثیر برنامه‌های تلویزیونی «خاص نوجوانان»
بر روی ارزشهای دینی آنان

استاد راهنما:

آقای دکتر سید یعقوب موسوی 012389

استاد مشاور:

آقای دکتر تقی آزاد ارمکی

دانشجو:

نرگس شامحمدی

شهریور ماه ۱۳۷۹

۳۸۲۸۲

تقدیم به:

همسرم که این حاصل نتیجه
محبت‌های بیدریغ اوست به
پدر و مادرم که برایم زحمات
فراوان کشیدند و به دخترم
زهرا که در مراحل سخت و
دشوار تحصیل شیرینی بخش
زندگی، بود.

فَبَشِّرْ عِبَادَ الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمْ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْوَالِدُونَ الْأَبْنَاءُ.

پس بشارت بده بندگان را، آنان که (همه) سخن (ها) را می شنوند، سپس بهترین
آنها را برمی گزینند. آنان کسانی اند که خدا هدایتشان کرده و آنان صاحبان
خرد و اندیشه اند.

(زمر ۱۸ و ۱۷)

صدا و سیما در کلام امام (ره)

«یکی از کارهای مهم این است که دستگاه (رادیو و تلویزیون)
یک دستگاه توحیدی و همه با هم مجتمع برای خدا کار انجام دهید.
(رادیو و تلویزیون) یک دستگاه آموزنده برای ملت و مملکت
باشد.»

از سقراط حکیم پرسیدند: چرا بیشتر با جوانان مجالست و همنشینی می‌کنی؟
وی پاسخ داد: شاخه‌های نازک‌تر را می‌توان راست کرد، ولی چوب‌های
سخت که طراوت آن رفته باشد به استقامت نگراید.

«مردان و ملت‌ها تنها در نوجوانی قابل اصلاح‌اند. وقتی بزرگسال شدند
دیگر نمی‌توان آنها را اصلاح کرد.
«روسو»

فهرست کلی مطالب

صفحه	عنوان
۶	مقدمه
۶	طرح مسئله
۳۶	مبانی نظری تحقیق
۶۹	روش تحقیق
۹۲	نتایج
۲۲۶	منابع
۲۳۴	ضمائم

فهرست جزئی مطالب

صفحه	فصل اول	عنوان
۱		چکیده
۳		پیشگفتار
۶		۱- مقدمه
۶		۱-۱- طرح مسئله
۷		۱-۱-۱- چرا کودکان و نوجوانان تلویزیون تماشا می‌کنند؟
۹		۱-۱-۲- کودکان و نوجوانان چگونه تحت تأثیر برنامه‌های تلویزیونی قرار می‌گیرند؟
۱۱		۱-۲- اهمیت موضوع
۱۳		۱-۳- اهداف تحقیق
۱۴		۱-۴- پیشینه تئوریک موضوع
۱۷		۱-۵- پیشینه پژوهش
۱۷		۱-۵-۱- نقش تلویزیون در شکل‌گیری و تقویت مفاهیم مذهبی و اخلاقی کودکان و نوجوانان
۱۸		۱-۵-۲- تحلیل محتوی دو سریال (پربیننده ترین سریال کودک و نوجوان)
۱۹		۱-۵-۳- تاثیرات ارزشی فیلم‌های سینمایی بر جامعه
۲۰		۱-۵-۴- مطالعه تجربی تاثیرات تلویزیون بر نوجوانان (۱۹۸۵)
۲۱		۱-۶- مروری بر ادبیات نظری تحقیق
۲۱		۱-۶-۱- تعریف مفاهیم
۲۲		۱-۶-۱-۱- تعریف ارزش «Value»
۲۴		۱-۶-۱-۲- تعریف نوجوان و نظریات مربوط به دوره نوجوانی
۲۶		۱-۶-۱-۳- تعریف دین
۲۷		۱-۶-۱-۷- دین از دیدگاه صاحب‌نظران اسلامی
۲۷		۱-۶-۱-۷-۱- اعتقادات
۲۸		۱-۶-۱-۷-۲- اخلاق

۲۸ عمل ۱-۶-۱-۷-۳
۲۹ نوجوانان و اعتقادات مذهبی ۱-۷
۳۰ احساسات دینی و مذهبی ۱-۷-۱
۳۱ رغبت‌های دینی نوجوانان ۱-۸-۱
۳۱ دوره بیداری دینی ۱-۸-۱-۱
۳۲ دوره تردید و بی دینی ۱-۸-۱-۲
۳۲ دوره بازسازی دینی ۱-۸-۱-۳
۳۲ تغییرات اخلاقی در دوره نوجوانی ۱-۹
۳۳ مسائل دینی و اخلاقی نوجوانان ۱-۱۰

صفحه	عنوان
------	-------

۳۶ مبانی نظری تحقیق ۲
۳۶ تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر ارزش‌ها ۲-۱
۳۹ عوامل مؤثر در درونی کردن ارزشها در نوجوانان ۲-۲
۴۲ عوامل مؤثر بر جامعه پذیری ۲-۲-۱
۴۲ خانواده ۲-۲-۱
۴۳ مدرسه ۲-۲-۲
۴۴ وسایل ارتباط جمعی ۲-۲-۳
۴۶ عوامل شکل دهنده ارزشها ۲-۳
۴۹ عوامل مؤثر در انتقال ارزشها از طریق تلویزیون ۲-۴
۴۹ خصوصیات فرستنده پیام ۲-۴-۱
۵۱ خصوصیات پیام ۲-۴-۲
۵۷ خصوصیات پیام گیران (مخاطبین) ۲-۴-۳
۶۴ خلاصه بحث تئوریک (فرضیات تحقیق) ۲-۵

صفحه	فصل سوم	عنوان
------	---------	-------

۶۹		۳- روش تحقیق
۶۹		۳-۱- روش سنجش متغیرهای مورد بررسی
۷۱		۳-۱-۱- روش سنجش ارزشهای دینی در این تحقیق
۷۱		۳-۱-۱-۱- روش سنجش ارزشهای دینی از طریق طیف لیکرت
۷۲		۳-۲- عوامل موثر در انتقال ارزشی از طریق تلویزیون به مخاطب
۷۲		۳-۲-۱- گویه‌های مربوط به خصوصیات منبع پیام
۷۳		۳-۲-۲- گویه‌های مربوط به خصوصیات پیام
۷۴		۳-۲-۳- گویه‌های مربوط به خصوصیات مخاطبین پیام
۷۴		۳-۲-۳-۱- گویه‌های مربوط به گروه مرجع مخاطب
۷۵		۳-۲-۳-۲- گویه‌های مربوط به عقاید دینی خانواده
۷۵		۳-۲-۳-۳- گویه‌های مربوط به عقاید دینی مخاطب
۷۶		۳-۳- موانع سنجش دین
۷۶		۳-۳-۱- احساس عدم امنیت
۷۷		۳-۳-۲- وجود گروه‌ها و تشکلات سیاسی
۷۷		۳-۳-۳- بی‌اهمیت دانستن تحقیقات
۷۸		۳-۴- تنظیم پرسشنامه
۷۸		۳-۵- تحقیق مقدماتی
۷۹		۳-۶- تحقیقات اصلی
۷۹		۳-۶-۱- نمونه‌گیری
۷۹		۳-۶-۱-۱- تعداد نمونه
۸۰		۳-۶-۱-۲- ضوابط انتخاب مناطق
۸۱		۳-۶-۱-۳- ضوابط انتخاب مدارس

۸۱	۳-۶-۱-۴- ضوابط انتخاب پاسخگویان
۸۲	۳-۶-۲- معرفی
۸۳	۳-۶-۲-۱- پرکردن پرسشنامه
۸۴	۳-۷- استخراج
۸۴	۳-۸- روشهای آماری
۸۷	۳-۸- دشواریها و موانع موجود بر سر راه تحقیقات

صفحه	عنوان
۹۲	۴- نتایج
۹۴	۴-۱- مشخصات پاسخگویان
۱۰۴	۴-۲-۳- انگیزه‌های متفاوت مخاطبین از مشاهده بخش خاصی از برنامه نیم‌رخ
۱۰۶	۴-۲-۳-۲- رابطه علت علاقه به بخشی خاصی از برنامه نیم‌رخ با پایبندی دینی
۱۱۱	۴-۲- خصوصیات منبع پیام (اعتبار منبع پیام)
۱۲۲	۴-۳- خصوصیات پیام
۱۴۸	۴-۳-۱- بررسی روابط متغیرهای مستقل با پایبندی دینی از طریق نیم‌رخ
۱۵۲	۴-۴- خصوصیات مخاطب
۱۵۲	۴-۴-۱- خصوصیات فردی مخاطب
۱۶۰	۴-۴-۲- خصوصیات اجتماعی مخاطب
۱۷۰	۵-۴-۳- گروه مرجع مخاطب
۱۸۰	۴-۴-۲-۱- سازگاری ایده جدید با ایده قبلی مخاطب
۱۸۵	۴-۴-۱-۲- اعتقادات دینی مخاطب
۱۹۱	۴-۵- نتایج متغیر وابسته
۲۰۷	۴-۶- تأثیر تلویزیون بر امور مختلف
۲۱۴	۴-۷- تحلیل چند متغیری داده‌ها (رگرسیون چند متغیری)

۲۱۸	۴-۸- مدل رگرسیونی
۲۲۰	۴-۹- تحلیل عاملی (Factor analysis)
۲۲۳	۴-۱۰- پیشنهادات و راهکارهای عملی

ضمائم

۲۳۵	* آشنایی با صدا و سیما، اهداف کارکردها و سیاستهای آن
۲۳۵	۱- تاریخچه تلویزیون در جهان
۲۳۵	۲- تعاریف تلویزیون
۲۳۶	۳- تاریخچه تلویزیون در ایران
۲۳۶	۴- معرفی اجمالی سیمای جمهوری اسلامی ایران
۲۳۹	۴-۱- نحوه نظارت بر سازمان
۲۴۰	۴-۲- اهداف و سیاستهای جمهوری اسلامی در قبال رسانه‌های جمعی
	۴-۳- بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با مسئولین و اعضای شورای سیاست‌گذاری و مسئولان اجرایی سازمان صدا و سیما
۲۴۱	
۲۴۳	۴-۴- بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با گروههای کودک و نوجوان سازمان صدا و سیما
۲۴۶	۵- معرفی شبکه‌های مختلف سیمای جمهوری اسلامی ایران
۲۴۷	۶- معرفی برنامه تلویزیونی مورد بررسی
۲۴۷	۶-۱- مقدمه
۲۴۸	۶-۲- اهداف برنامه
۲۴۸	۶-۳- سیاستهای برنامه

فهرست جداول

صفحه	عنوان
۹۵	جدول (۴-۱-۱): توزیع فراوانی پاسخگویان (N=۳۰۰).....
۹۶	رابطه تماشای نیم رخ با پایبندی دینی از طریق نیم رخ.....
۹۶	جدول (۴-۱-۲) توزیع فراوانی دبیرستانهای دخترانه و پسرانه با توجه به منطقه آموزش و پرورش (N=۳۰۰).....
۹۷	جدول (۴-۱-۳): توزیع فراوانی بینندگان نیم رخ در مناطق ششگانه آموزش و پرورش (N=۲۶۰).....
۹۷	جدول (۴-۱-۴): توزیع فراوانی منطقه آموزش و پرورش با توجه به مدت تماشای نیم رخ.....
۹۸	جدول (۴-۱-۵): رابطه منطقه آموزش و پرورش با پایبندی دینی از طریق نیم رخ.....
۹۹	جدول (۴-۲): توزیع فراوانی مدت تماشای برنامه نیم رخ «به دقیقه» (N=۲۶۰).....
۱۰۰	جدول (۴-۲-۱): رابطه مدت تماشای برنامه نیم رخ با ارزشهای دینی انتقال یافته از طریق این برنامه به مخاطبین.....
۱۰۲	جدول (۴-۲-۲): توزیع فراوانی بخشهای مختلف نیم رخ (N=۲۶۰).....
۱۰۳	جدول (۴-۲-۲-۱): توزیع فراوانی بخشهای مختلف برنامه با توجه به مدت تماشای آن (N=۲۶۰).....
۱۰۵	جدول (۴-۲-۳-۱): توزیع فراوانی علت دوست داشتن بخش خاصی از برنامه نیم رخ (N=۲۶۰).....
۱۰۷	جدول (۴-۲-۳-۲-۱): رابطه علت علاقه به بخش خاصی از برنامه نیم رخ با پایبندی دینی از طریق این برنامه.....
۱۰۹	جدول (۴-۲-۳-۲-۱-۱).....
۱۱۰	جدول (۴-۲-۳-۲-۲): رابطه علاقه به بخش خاصی از برنامه نیم رخ با پایبندی دینی.....
۱۱۲	جدول (۴-۲-۱): توزیع فراوانی «تخصصر در کار» (N=۲۶۰).....
۱۱۲	جدول (۴-۲-۲): توزیع فراوانی پرکردن ساعات برنامه بدون توجه به محتوی (N=۲۶۰).....
۱۱۳	جدول (۴-۲-۳): توزیع فراوانی آینده شغلی در صدا و سیما (N=۲۶۰).....
۱۱۴	جدول (۴-۲-۴): توزیع فراوانی قبول نداشتن مسئولین صدا و سیما (N=۲۶۰).....

- جدول (۴-۲-۵): توزیع فراوانی جذابیت برنامه‌های تلویزیونی (N=۲۶۰) ۱۱۴
- جدول (۴-۲-۶): توزیع فراوانی برنامه‌های ماهواره بهتر از T.V (N=۲۶۰) ۱۱۵
- جدول (۴-۲-۷): توزیع فراوانی پخش اخبار واقعی از تلویزیون (N=۲۶۰) ۱۱۵
- جدول (۴-۲-۸): توزیع فراوانی اعتبار منبع پیام (N=۲۶۰) ۱۱۶
- جدول (۴-۲-۹): توزیع فراوانی شاخص اعتبار منبع پیام (N=۲۶۰) ۱۱۹
- جدول (۴-۲-۱۰): رابطه اعتبار منبع پیام نزد پاسخگویان با پایبندی دینی از طریق نیم‌رخ (N=۲۶۰) ۱۲۰
- جدول (۴-۳-۱): توزیع فراوانی «دادن اطلاعات جدید به نوجوانان» از طریق نیم‌رخ (N=۲۶۰) .. ۱۲۲
- جدول (۴-۳-۱-۱): توزیع فراوانی انتقال اطلاعات به مخاطبین با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ... ۱۲۳
- جدول (۴-۳-۲): توزیع فراوانی موضوعات جالب نیم‌رخ (N=۲۶۰) ۱۲۴
- جدول (۴-۳-۲-۱): توزیع فراوانی موضوعات جالب نیم‌رخ با توجه به مدت تماشای آن ۱۲۵
- جدول (۴-۳-۳): توزیع فراوانی به نتیجه رسیدن موضوعات برنامه (N=۲۶۰) ۱۲۶
- جدول (۴-۳-۳-۱): توزیع فراوانی به نتیجه رسیدن موضوعات طرح شده در برنامه با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۲۷
- جدول (۴-۳-۴): توزیع فراوانی «سرگرم کننده بودن نیم‌رخ» (N=۲۶۰) ۱۲۸
- جدول (۴-۳-۴-۱): توزیع فراوانی موضوع سرگرم کننده با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۲۹
- جدول (۴-۳-۵): توزیع فراوانی «کوتاه بودن مدت پخش برنامه نیم‌رخ» (N=۲۶۰) ۱۳۰
- جدول (۴-۳-۵-۱): توزیع فراوانی مدت پخش برنامه با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۳۱
- جدول (۴-۳-۶): توزیع فراوانی «پرداختن به مشکلات نوجوانها» توسط نیم‌رخ (N=۲۶۰) ۱۳۲
- جدول (۴-۳-۶-۱): توزیع فراوانی پرداختن به مشکلات مخاطبین با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۳۳
- جدول (۴-۳-۷): توزیع فراوانی «تناسب برنامه با نیاز مخاطبین» (N=۲۶۰) ۱۳۴
- جدول (۴-۳-۷-۱): توزیع فراوانی «تناسب با نیاز» مخاطب با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۳۴
- جدول (۴-۳-۸): توزیع فراوانی سبک موسیقی برنامه (N=۲۶۰) ۱۳۵

- جدول (۴-۳-۸-۱): توزیع فراوانی موسیقی برنامه با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۳۶
- جدول (۴-۳-۹): توزیع فراوانی «آرزوی بجای مجری بودن» (N=۲۶۰) ۱۳۷
- جدول (۴-۳-۹-۱): توزیع فراوانی آرزوی بجای مجری بودن با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ... ۱۳۷
- جدول (۴-۳-۱۰): توزیع فراوانی «عدم نیاز به برنامه» (N=۲۶۰) ۱۳۸
- جدول (۴-۳-۱۰-۱): توزیع فراوانی عدم نیاز به برنامه با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۳۹
- جدول (۴-۳-۱۱): توزیع فراوانی «عدم پخش نیم‌رخ» (N=۲۶۰) ۱۴۰
- جدول (۴-۳-۱۱-۱): توزیع فراوانی «عدم پخش نیم‌رخ» با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۴۱
- جدول (۴-۳-۱۲): توزیع فراوانی مباحث پیش پا افتاده برنامه (N=۲۶۰) ۱۴۲
- جدول (۴-۳-۱۲-۱): توزیع فراوانی مباحث پیش پا افتاده در نیم‌رخ با توجه به مدت تماشای آن . ۱۴۳
- جدول (۴-۳-۱۳): توزیع فراوانی تناسب دکور برنامه با موضوع آن (N=۲۶۰) ۱۴۴
- جدول (۴-۳-۱۳-۱): توزیع فراوانی تناسب دکور برنامه با موضوعات برنامه با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۴۵
- جدول (۴-۳-۱۴): توزیع فراوانی نتیجه‌گیری اخلاقی از برنامه (N=۲۶۰) ۱۴۶
- جدول (۴-۳-۱۴-۱): توزیع فراوانی عدم نتیجه‌گیری اخلاقی از برنامه با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۴۶
- جدول (۴-۳-۱۵): رابطه متغیرهای مستقل با پایبندی دینی از طریق نیم‌رخ (N=۲۶۰) ۱۴۷
- جدول (۴-۴-۱): توزیع فراوانی سن پاسخگویان (N=۲۶۰) ۱۵۲
- جدول (۴-۴-۱-۱): توزیع فراوانی سن پاسخگویان با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۵۳
- جدول (۴-۴-۲): توزیع فراوانی جنس مخاطبین برنامه نیم‌رخ (N=۲۶۰) ۱۵۴
- جدول (۴-۴-۲-۱): توزیع فراوانی جنس پاسخگویان با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۵۴
- جدول (۴-۴-۳): توزیع فراوانی رشته تحصیلی پاسخگویان (N=۲۶۰) ۱۵۵
- جدول (۴-۴-۳-۱): توزیع فراوانی رشته تحصیلی پاسخگویان با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ... ۱۵۶
- جدول (۴-۴-۳-۲): رابطه نوع رشته تحصیلی با پایبندی دینی پاسخگویان از طریق نیم‌رخ ۱۵۷
- جدول (۴-۴-۴): توزیع فراوانی مقطع تحصیلی پاسخگویان با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۵۸

- جدول (۴-۲-۱): توزیع فراوانی میزان تحصیلات پدر و مادر پاسخگویان (N=۲۶۰) ۱۶۰
- جدول (۴-۲-۱-۱): توزیع فراوانی میزان تحصیلات پدر پاسخگو با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۶۱
- جدول (۴-۲-۲): توزیع فراوانی تحصیلات مادر پاسخگو با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۶۲
- جدول (۴-۲-۳): رابطه میزان تحصیلات والدین پاسخگویان با پایبندی دینی از طریق نیم‌رخ ۱۶۳
- جدول (۴-۵): توزیع فراوانی شغل پدر پاسخگویان (N=۲۶۰) ۱۶۴
- جدول (۴-۶): توزیع فراوانی شغل مادر پاسخگویان (N=۲۶۰) ۱۶۵
- جدول (۴-۵-۱): رابطه شغل پدر با پایبندی دینی از طریق نیم‌رخ ۱۶۶
- جدول (۴-۶-۱): رابطه شغل مادر با پایبندی دینی از طریق نیم‌رخ ۱۶۶
- جدول (۴-۷): توزیع فراوانی میزان درآمد خانواده (N=۲۶۰) ۱۶۷
- جدول (۴-۷-۱): توزیع فراوانی میزان درآمد خانواده با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۶۸
- جدول (۴-۸): توزیع فراوانی کفاف درآمد خانواده پاسخگویان ۱۶۹
- جدول (۴-۸-۱): توزیع فراوانی کفاف درآمد خانواده با توجه به مدت تماشای نیم‌رخ ۱۷۰
- جدول (۴-۳-۱): توزیع فراوانی پسندیدن موسیقی خارجی (N=۲۶۰) ۱۷۱
- جدول (۴-۳-۲): توزیع فراوانی هنر پیشه خارجی بهتر از هنر پیشه ایرانی (N=۲۶۰) ۱۷۲
- جدول (۴-۳-۳): توزیع فراوانی پسندیدن تیپ خارجی (N=۲۶۰) ۱۷۲
- جدول (۴-۳-۴): توزیع فراوانی «فیلم ایرانی بهتر از خارجی» (N=۲۶۰) ۱۷۳
- جدول (۴-۳-۵): توزیع فراوانی گویه‌های گروه مرجع و شاخص آن به روی طیف (N=۲۶۰) .. ۱۷۴
- جدول (۴-۳-۵-۱): رابطه گروه مرجع پاسخگو با پایبندی دینی از طریق نیم‌رخ (N=۲۶۰) ۱۷۶
- جدول (۴-۲-۱-۱): اعتقادات دینی خانواده پاسخگویان ۱۸۰
- جدول (۴-۲-۱-۱): توزیع فراوانی موسیقی مورد علاقه خانواده (N=۲۶۰) ۱۸۰
- جدول (۴-۲-۱-۲): توزیع فراوانی شهر مورد نظر برای مسافرت (N=۲۶۰) ۱۸۱
- جدول (۴-۲-۱-۳): توزیع فراوانی نام گذاری اسلامی بر روی فرزندان ۱۸۲
- جدول (۴-۲-۱-۳-۱): رابطه مسافرت به شهرهای مذهبی با پایبندی دینی از طریق نیم‌رخ ۱۸۳