





دانشگاه علامه طباطبائی
مرکز آموزش های نیمه حضوری / تخصصی آزاد
گروه علوم ارتباطات اجتماعی
جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد

عنوان:

بازنمایی روابط بین نسلی در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
پس از انقلاب

استاد راهنما: دکتر رضا نقیب السادات

استاد مشاور: دکتر علی اصغر کیا

محقق: میترا میرزایی

سال تحصیلی: ۱۳۹۰-۱۳۹۱

فهرست عناوین

صفحه	عنوان
	فصل اول: کلیات پژوهش
	الف (مقدمه
۱	۱- طرح موضوع و تعریف آن
۴	۲- ضرورت و اهمیت موضوع تحقیق
۴	۳- تشریح فرآیند تاریخی موضوع تحقیق
	ب) اهداف تحقیق
۵	۱- اهداف کلی تحقیق
۵	۲- اهداف جزئی تحقیق
۵	۱-۲- اهداف یک متغیری
۷	۱-۳- اهداف رابطه ای و چند متغیری تحقیق
	فصل دوم: بررسی منابع (تدارک نظری تحقیق)
	مقدمه
۹	بخش اول: تاریخچه
۱۰	۱-۲- روابط بین نسلی و رسانه
۱۱	۲-۲- روابط بین نسلی در جهان
۱۲	۱-۲-۲- مانهایم
۱۳	۲-۲-۲- گیدنز
۱۴	۳-۲-۲- بوردیو
۱۴	۴-۲-۲- اینگلهارت
۱۵	۵-۲-۲- بالس
۱۵	۳-۲- سریالهای تلویزیونی در جهان
۱۷	۴-۲- روابط بین نسلی در ایران
۲۰	۵-۲- سریالهای تلویزیونی در ایران
۲۱	۶-۲- روابط بین نسلی در تلویزیون ایران
	بخش دوم: تدارک نظری تحقیق
۲۲	۲- روانشناختی ارتباط موثر والدین با فرزندان
۲۲	۱-۲- نگرش
۲۲	۲-۲- دلبستگی
۲۳	۳-۲- همدلی
۲۳	۴-۲- ابراز عواطف مثبت
۲۳	۵-۲- ارتباط کلامی
۲۴	۶-۲- پذیرش غیر مشروط

۲۵	۳- مخاطبان
۲۸	۱-۳-۲-انتظارات مخاطبان از تلویزیون
۳۰	۲-۳-۲- مخاطبان از دیدگاه برنامه سازان
۳۲	۳-۳-۲-تفاوت های مخاطبان در دریافت پیام
۳۳	۴-۳-۲- دلایل از دست رفتن مخاطبان تلویزیون
۳۵	۴- آثار اجتماعی
۳۵	۱-۴-۲- جامعه شناسی تلویزیون
۳۶	۲-۴-۲- آثار وسایل ارتباط جمعی
۳۹	بخش سوم: پژوهشهای پیشین
۳۹	۱-۳-۲- مقدمه
۴۰	۲-۳-۲- تقسیم بندی نسلها
۴۰	۱-۲-۳-۲- تقسیم بندی نسلها در جهان
۴۰	۲-۲-۳-۲- تقسیم بندی نسلها در ایران
۴۱	۳-۳-۲- تحقیقات خارجی
۴۳	۴-۳-۲- تحقیقات داخلی
	بخش چهارم: چهارچوب نظری
۴۷	۱-۴-۲- نظریه برجسته سازی پیام
۴۷	۲-۴-۲- نظریه کاشت
۴۸	۳-۴-۲- نظریه بازنمایی رسانه ای
	فصل سوم: روش شناسی تحقیق
۵۸	۱-۳- شمای تحقیق
۵۸	۱-۱-۳- عنوان تحقیق
۵۸	۲-۱-۳- هدف اصلی تحقیق
۵۸	۳-۱-۳- تعیین متغیره تحقیق
۶۰	۲-۲- سوال های تحقیق
۶۳	۳-۳- تعاریف نظری و عملی متغیرها و مفاهیم به کار رفته در سوال یا فرضیه ها
۷۸	۴-۳- روش تحقیق
۷۸	۵-۳- تکنیک تحقیق
۷۸	۶-۳- واحد تحلیل
۷۸	۷-۳- جامعه آماری
۷۹	۸-۳- برآورد حجم نمونه
۷۹	۹-۳- روش نمونه گیری
۷۹	۱۰-۳- رویه جمع آوری اطلاعات
۷۹	۱۱-۳- سطح تجزیه و تحلیل اطلاعات و تکنیک آماری مورد استفاده
۷۹	۱۲-۳- سنجش ضریب قابلیت اعتماد
	فصل چهارم : بررسی یافته ها
۸۱	۱-۴- مقدمه
۸۲	۲-۴- توصیف یافته ها
۱۳۰	۳-۴- تحلیل یافته ها

فصل پنجم : جمع بندی و نتیجه گیری و پیشنهادات

۱۷۳	۵-۱- جمع بندی
۱۷۸	۵-۲- نتیجه گیری
۱۸۲	۵-۳- پیشنهادات
۱۸۲	الف- پیشنهادات به سیاست گذاران جامعه
۱۸۲	ب- پیشنهادات به دست اندر کاران سازمان صدا و سیما
۱۸۲	ج- پیشنهادات به دست اندر کاران علوم ارتباطات و محققین این رشته
۱۸۳	۵-۴- محدودیت ها و تنگناهای تحقیق
۱۸۴	منابع و ماخذ
۱۹۱	پیوست ها

فهرست جداول

جداول توزیع فراوانی سوالات تک متغیری

- ۸۲ - جدول شماره ۱- توزیع فراوانی برحسب نام سریال
- ۸۳ - جدول شماره ۲- توزیع فراوانی برحسب موضوعات اجتماعی
- ۸۴ - جدول شماره ۳- توزیع فراوانی برحسب سبک های مورد بهره برداری
- ۸۵ - جدول شماره ۴- توزیع فراوانی برحسب ریتم صحنه
- ۸۶ - جدول شماره ۵- توزیع فراوانی برحسب تاکید و توجه صحنه بر محیط
- ۸۷ - جدول شماره ۶- توزیع فراوانی برحسب محتوای نمایش
- ۸۸ - جدول شماره ۷- توزیع فراوانی برحسب تحرک در صحنه
- ۸۹ - جدول شماره ۸- توزیع فراوانی برحسب ارتباطات انسانی بکار رفته در محیط
- ۹۰ - جدول شماره ۹- توزیع فراوانی برحسب شخصیت قهرمان
- ۹۱ - جدول شماره ۱۰- توزیع فراوانی برحسب شخصیت ضد قهرمان
- ۹۲ - جدول شماره ۱۱- توزیع فراوانی برحسب شخصیت جوان
- ۹۳ - جدول شماره ۱۲- توزیع فراوانی برحسب شخصیت والدین
- ۹۴ - جدول شماره ۱۳- توزیع فراوانی برحسب نوع نمایش شخصیت جوان
- ۹۵ - جدول شماره ۱۴- توزیع فراوانی برحسب نوع نمایش شخصیت والدین
- ۹۶ - جدول شماره ۱۵- توزیع فراوانی برحسب نوع محتوای صحنه ها براساس وسایل ارتباط جمعی
- ۹۷ - جدول شماره ۱۶- توزیع فراوانی برحسب تاکید بر جنبه های آسیب زا
- ۹۸ - جدول شماره ۱۷- توزیع فراوانی برحسب خلاقیت و نوآوری
- ۹۹ - جدول شماره ۱۸- توزیع فراوانی برحسب ماهیت محتوا
- ۱۰۰ - جدول شماره ۱۹- توزیع فراوانی برحسب سرعت ارائه پیام
- ۱۰۱ - جدول شماره ۲۰- توزیع فراوانی برحسب مخاطب پیام
- ۱۰۲ - جدول شماره ۲۱- توزیع فراوانی برحسب زبان قالب
- ۱۰۳ - جدول شماره ۲۲- توزیع فراوانی برحسب اولویت های اجتماعی
- ۱۰۴ - جدول شماره ۲۳- توزیع فراوانی برحسب ابعاد فردی تقویت شده
- ۱۰۵ - جدول شماره ۲۴- توزیع فراوانی برحسب موقعیت صحنه
- ۱۰۶ - جدول شماره ۲۵- توزیع فراوانی برحسب ارتباط پیام با زندگی روزمره
- ۱۰۷ - جدول شماره ۲۶- توزیع فراوانی برحسب میزان ارتباط پیام با زندگی روزمره
- ۱۰۸ - جدول شماره ۲۷- توزیع فراوانی برحسب پیام سریال برای ایجاد تغییر
- ۱۰۹ - جدول شماره ۲۸- توزیع فراوانی برحسب وضوح و روشنی پیام
- ۱۱۰ - جدول شماره ۲۹- توزیع فراوانی برحسب پیام صحنه
- ۱۱۱ - جدول شماره ۳۰- توزیع فراوانی برحسب نوع کنش قهرمان
- ۱۱۲ - جدول شماره ۳۱- توزیع فراوانی برحسب نوع کنش ضد قهرمان
- ۱۱۳ - جدول شماره ۳۲- توزیع فراوانی برحسب ویژگی محیط زندگی شخصیتها
- ۱۱۴ - جدول شماره ۳۳- توزیع فراوانی برحسب تاکید ارزشها در صحنه
- ۱۱۵ - جدول شماره ۳۴- توزیع فراوانی برحسب ارزش اقتصادی شخصیت جوان
- ۱۱۶ - جدول شماره ۳۵- توزیع فراوانی برحسب ارزش های فرهنگی و اخلاقی جوان
- ۱۱۷ - جدول شماره ۳۶- توزیع فراوانی برحسب ارزشهای فرهنگی و اخلاقی والدین

- ۱۱۸ - جدول شماره ۳۷- توزیع فراوانی برحسب ارزشهای مذهبی جوان
- ۱۱۹ - جدول شماره ۳۸- توزیع فراوانی برحسب ارزشهای مذهبی والدین
- ۱۲۰ - جدول شماره ۳۹- توزیع فراوانی برحسب ارتباط میان نسل قدیم و جدید
- ۱۲۱ - جدول شماره ۴۰- توزیع فراوانی برحسب نوع روابط بین نسلی
- ۱۲۲ - جدول شماره ۴۱- توزیع فراوانی برحسب دلیل تضعیف ارتباط میان نسل قدیم و جدید
- ۱۲۳ - جدول شماره ۴۲- توزیع فراوانی برحسب اولویت های روابط بین نسلی
- ۱۲۴ - جدول شماره ۴۳- توزیع فراوانی برحسب انواع روابط بین نسلی
- ۱۲۵ - جدول شماره ۴۴- توزیع فراوانی برحسب نوع تعامل بین والدین و فرزندان
- ۱۲۶ - جدول شماره ۴۵- توزیع فراوانی برحسب تاکید صحنه بر خشونت
- ۱۲۷ - جدول شماره ۴۶- توزیع فراوانی برحسب نوع روابط شخصیت جوان با شخصیت والدین
- ۱۲۸ - جدول شماره ۴۷- توزیع فراوانی برحسب ویژگی پوششی شخصیت جوان
- ۱۲۹ - جدول شماره ۴۸- توزیع فراوانی برحسب ویژگی پوششی شخصیت والدین

فهرست نمودارها

- ۸۲ - شکل شماره ۱- شکل توزیع فراوانی برحسب نام سریال
- ۸۳ - شکل شماره ۲- شکل توزیع فراوانی برحسب موضوعات اجتماعی
- ۸۴ - شکل شماره ۳- شکل توزیع فراوانی برحسب سبک های مورد بهره برداری
- ۸۵ - شکل شماره ۴- شکل توزیع فراوانی برحسب ریتم صحنه
- ۸۷ - شکل شماره ۶- شکل توزیع فراوانی برحسب محتوای نمایش
- ۸۸ - شکل شماره ۷- شکل توزیع فراوانی برحسب تحرک در صحنه
- ۹۰ - شکل شماره ۹- شکل توزیع فراوانی برحسب شخصیت قهرمان
- ۹۱ - شکل شماره ۱۰- شکل توزیع فراوانی برحسب شخصیت ضد قهرمان
- ۹۲ - شکل شماره ۱۱- شکل توزیع فراوانی برحسب شخصیت جوان
- ۹۳ - شکل شماره ۱۲- شکل توزیع فراوانی برحسب شخصیت والدین
- ۹۴ - شکل شماره ۱۳- شکل توزیع فراوانی برحسب نوع نمایش شخصیت جوان
- ۹۵ - شکل شماره ۱۴- شکل توزیع فراوانی برحسب نوع نمایش شخصیت والدین
- ۹۶ - شکل شماره ۱۵- شکل توزیع فراوانی برحسب نوع محتوای صحنه ها براساس وسایل ارتباط جمعی
- ۹۷ - شکل شماره ۱۶- شکل توزیع فراوانی برحسب تاکید بر جنبه های آسیب زا
- ۹۸ - شکل شماره ۱۷- شکل توزیع فراوانی برحسب خلاقیت و نوآوری
- ۹۹ - شکل شماره ۱۸- شکل توزیع فراوانی برحسب ماهیت محتوا
- ۱۰۰ - شکل شماره ۱۹- شکل توزیع فراوانی برحسب سرعت ارائه پیام
- ۱۰۲ - شکل شماره ۲۱- شکل توزیع فراوانی برحسب زبان قالب
- ۱۰۳ - شکل شماره ۲۲- شکل توزیع فراوانی برحسب اولویت های اجتماعی
- ۱۰۴ - شکل شماره ۲۳- شکل توزیع فراوانی برحسب ابعاد فردی تقویت شده
- ۱۰۵ - شکل شماره ۲۴- شکل توزیع فراوانی برحسب موقعیت صحنه
- ۱۰۶ - شکل شماره ۲۵- شکل توزیع فراوانی برحسب ارتباط پیام با زندگی روزمره
- ۱۰۷ - شکل شماره ۲۶- شکل توزیع فراوانی برحسب میزان ارتباط پیام با زندگی روزمره
- ۱۰۸ - شکل شماره ۲۷- شکل توزیع فراوانی برحسب پیام سریال برای ایجاد تغییر
- ۱۰۹ - شکل شماره ۲۸- شکل توزیع فراوانی برحسب وضوح و روشنی پیام
- ۱۱۰ - شکل شماره ۲۹- شکل توزیع فراوانی برحسب پیام صحنه

- ۱۱۱ - شکل شماره ۳۰- شکل توزیع فراوانی برحسب نوع کنش قهرمان
- ۱۱۲ - شکل شماره ۳۱- شکل توزیع فراوانی برحسب نوع کنش ضد قهرمان
- ۱۱۳ - شکل شماره ۳۲- شکل توزیع فراوانی برحسب ویژگی محیط زندگی شخصیتها
- ۱۱۴ - شکل شماره ۳۳- شکل توزیع فراوانی برحسب تاکید ارزشها در صحنه
- ۱۱۵ - شکل شماره ۳۴- شکل توزیع فراوانی برحسب ارزش اقتصادی شخصیت جوان
- ۱۱۶ - شکل شماره ۳۵- شکل توزیع فراوانی برحسب ارزش های فرهنگی و اخلاقی جوان
- ۱۱۷ - شکل شماره ۳۶- شکل توزیع فراوانی برحسب ارزشهای فرهنگی و اخلاقی والدین
- ۱۱۸ - شکل شماره ۳۷- شکل توزیع فراوانی برحسب ارزشهای مذهبی جوان
- ۱۱۹ - شکل شماره ۳۸- شکل توزیع فراوانی برحسب ارزشهای مذهبی والدین
- ۱۲۰ - شکل شماره ۳۹- شکل توزیع فراوانی برحسب ارتباط میان نسل قدیم و جدید
- ۱۲۱ - شکل شماره ۴۰- شکل توزیع فراوانی برحسب نوع روابط بین نسلی
- ۱۲۲ - شکل شماره ۴۱- شکل توزیع فراوانی برحسب دلیل تضعیف ارتباط میان نسل قدیم و جدید
- ۱۲۳ - شکل شماره ۴۲- شکل توزیع فراوانی برحسب اولویت های روابط بین نسلی
- ۱۲۴ - شکل شماره ۴۳- شکل توزیع فراوانی برحسب انواع روابط بین نسلی
- ۱۲۵ - شکل شماره ۴۴- شکل توزیع فراوانی برحسب نوع تعامل بین والدین و فرزندان
- ۱۲۶ - شکل شماره ۴۵- شکل توزیع فراوانی برحسب تاکید صحنه بر خشونت
- ۱۲۷ - شکل شماره ۴۶- شکل توزیع فراوانی برحسب نوع روابط شخصیت جوان با شخصیت والدین
- ۱۲۸ - شکل شماره ۴۷- شکل توزیع فراوانی برحسب ویژگی پوششی شخصیت جوان
- ۱۲۹ - شکل شماره ۴۸- شکل توزیع فراوانی برحسب ویژگی پوششی شخصیت والدین

جداول سوالات رابطه ای و چند متغیری

- ۱۳۰ جدول شماره ۱- رابطه بین زبان قالب و نوع تعامل بین والدین و فرزندان
- ۱۳۲ جدول شماره ۲- رابطه بین ارزشهای موجود در صحنه و نوع تعامل بین والدین و فرزندان
- ۱۳۴ جدول شماره ۳- رابطه بین روابط بین نسلی و نوع تعامل بین والدین و فرزندان
- ۱۳۶ جدول شماره ۴- رابطه بین اولویت های اجتماعی و نوع تعامل بین والدین و فرزندان
- ۱۳۸ جدول شماره ۵- رابطه بین انواع روابط بین نسلی و نوع تعامل بین والدین و فرزندان
- ۱۴۰ جدول شماره ۶- رابطه بین نمایش خشونت و نوع تعامل بین والدین و فرزندان
- ۱۴۱ جدول شماره ۷- رابطه بین ارزشهای فرهنگی و اخلاقی جوان و نوع تعامل بین والدین و فرزندان
- ۱۴۳ جدول شماره ۸- رابطه بین ارزشهای مذهبی و نوع تعامل بین والدین و فرزندان
- ۱۴۵ جدول شماره ۹- رابطه بین ویژگی پوششی جوان و نوع تعامل بین والدین و فرزندان
- ۱۴۷ جدول شماره ۱۰- رابطه بین جنبه های آسیب زاو نوع تعامل بین والدین و فرزندان
- ۱۴۸ جدول شماره ۱۱- رابطه بین ماهیت محتوا و نوع تعامل بین والدین و فرزندان
- ۱۵۰ جدول شماره ۱۲- رابطه بین اولویت های اجتماعی و نوع تعامل بین والدین و فرزندان
- ۱۵۲ جدول شماره ۱۳- رابطه بین ارزشهای فرهنگی والدین و نوع تعامل بین والدین و فرزندان
- ۱۵۴ جدول شماره ۱۴- رابطه بین ارزشهای مذهبی والدین و نوع تعامل بین والدین و فرزندان
- ۱۵۶ جدول شماره ۱۵- رابطه بین نام سریال و ارتباط میان نسل قدیم و جدید
- ۱۵۷ جدول شماره ۱۶- رابطه بین نام سریال و ارزشهای موجد در صحنه
- ۱۵۹ جدول شماره ۱۷- رابطه بین نام سریال و روابط بین نسلی
- ۱۶۱ جدول شماره ۱۸- رابطه بین نام سریال و اولویت های روابط بین نسلی
- ۱۶۳ جدول شماره ۱۹- رابطه بین نام سریال و انواع روابط بین نسلی

۱۶۵	جدول شماره ۲۰-رابطه بین نام سریال و جنبه های آسیب زا
۱۶۶	جدول شماره ۲۱-رابطه بین نام سریال و ماهیت محتوا
۱۶۷	جدول شماره ۲۲-رابطه بین نام سریال و اولویت های اجتماعی
۱۶۹	جدول شماره ۲۳-رابطه بین نام سریال و ویژگی پوششی والدین
۱۷۰	جدول شماره ۲۴-رابطه بین نام سریال و ویژگی پوششی جوان
۱۷۱	جدول شماره ۲۵-رابطه بین نام سریال و ارزشهای مذهبی جوان
۱۷۲	جدول شماره ۲۶-رابطه بین نام سریال و ارزشهای فرهنگی و اخلاقی جوان

الف - مقدمه

عنوان تحقیق

بازنمایی روابط بین نسلی در سریال‌های خانوادگی شبکه ۳ سیمای جمهوری اسلامی ایران پس از انقلاب

این پایان نامه با هدف بررسی و مطالعه محتوای سریال‌های سیمای جمهوری اسلامی ایران از نظر روابط بین نسلی و همچنین متوجه ساختن مسئولیت سیما نسبت به مشکلات و نواقص برنامه‌های تولیدی در زمینه شیوه ارائه روابط بین نسلی در بین والدین و فرزندان می‌شود.

۱- طرح موضوع و تعریف آن

امروزه ارتباطات به عنوان مقصر اساسی و موثر در توسعه جوامع محسوب می‌شود. در جوامع امروزی رسانه‌های جمعی از اهمیت خاصی برخوردارند و کسب آگاهی‌های ضروری به پیام‌های این رسانه‌ها می‌باشد. یکی از نظریه پردازان به نام دیوید رایزمن در کتاب خود به نام انبوه تنها سیر تحول جوامع و دگرگونی‌های آنها را ناشی از تحول ارتباطات و وسایل ارتباطی می‌داند وی سیر زندگی بشر را به سه دوره تقسیم بندی کرده است. در این دوره‌ها به نقش رسانه‌ها در تغییر سنت‌ها و ایجاد شکاف نسلی اشاره کرده است. دوره اول دوره نسبت وابسته است. این دوره نسبت‌ها فرهنگ را انتقال می‌دهند و هر نسل پیوند خود با نسل‌های پیشین را از طریق اشتراک سنن باز می‌یابد.

دوره دوم درون راهبر است این دوره با کاهش تدریجی اهمیت سنت‌ها آغاز و باعث کاهش تشابهات در رفتارها و اعمال می‌شود. دوره سوم دوره دگر راهبر است. که دوران ظهور وسایل ارتباط جمعی است و پدیده‌هایی چون هدایت از راه دور، بت‌واره پرستی، شی‌سروری و بحران هویت از ویژگی‌های آن است. اینگهارت معتقد است که تغییر ارزشی روندی است که از نسلی به نسل دیگر رخ می‌دهد نه به طور مداوم از سالی به سال دیگر وی معتقد است که اشاعه رسانه‌های جمعی منجر به تغییر ارزش‌ها شده است به طوری که در عنصر کنونی جهانی شدن ارتباطات و رسانه‌ها بر شکاف ارزش‌های نسلی تاثیر گذاشته است. منظور از نسل: یک نسل عبارت است از فاصله میان والدین و فرزندان (جعفرزاده پور، ساعی، ۴۸، ۸۸)

مفهوم نسل به افرادی که در یک دوره تاریخی که میان تولد شده اند اشاره دارد کسانی که در یک فضای اجتماعی - تاریخی یکسان زندگی می‌کنند و از تجربیات جوانی مشابهی در سالهای شکل‌گیری آگاهی دارند. روابط بین نسلی یعنی روابط بین پدر و فرزندان و مادر و فرزندان و در کل روابط بین والدین و فرزند که این روابط بین نسل‌ها از نظر اجتماعی به سه شکل قابل تصور است یکی پیوستگی میان آن‌ها دوم تفاوت یا فاصله نسلی و سوم تضاد یا کشمکش نسلی که در دنیای کنونی پیوستگی کامل نسلی یک امر کمیاب است بر خلاف این واقعیت فاصله تضاد نسلی را چه در مقاطع زمانی سی ساله در نظر بگیریم و چه به طور تاریخی و در یک فرآیند طولانی مدت مطرح نماییم به صورت یک امر اجتناب ناپذیر درآمده در جامعه ما (ایران) علاوه بر فاصله بین نسلی، باید تفاوت و تعارضی بین نسلی را نیز مورد توجه قرار داد. این نوع تعارض اگر از حد رقابت فراتر رود به صورت ستیزه‌ای تامین شود خود عاملی از تاخیر هویت‌یابی و مانعی در مسیر توسعه در تکامل اجتماعی

خواهد بود. روابط نسلی مفهوم ساخته ای از روابط خانوادگی یا والدین و جوانان است (معاونت مطالعات و تحقیقات، ۲۴-۸۷) و تعریف بازنمایی روابط بین نسلی در سریال های خانوادگی شبکه ۳ سیمای جمهوری اسلامی ایران بعد از انقلاب این بازبینی و دوباره پژوهی روابط بین والدین و فرزندان در برنامه های نمایشی شبکه ۳ جمهوری اسلامی ایران بعد از انقلاب با معیارهای تلویزیونی که معمولاً بین ۳۰ تا ۶۰ دقیقه ساخته می شود.

فاصله و تفاوت نسلی نباید به شکاف و کشش نسلی تبدیل شود. هر نسلی ظرف ده سال به هویت خود نائل می شود. یعنی زمانی که آحاد آن نسل تقریباً بیست الی سی ساله اند. سی سالگی زمانی است که فرد می تواند دوران کودکی نوجوانی خود را به صورت یک رشته متصل در نظر ببرد. پویایی و تکامل جامعه بر دوش نسل هایی قرار دارد که فاصله ها را به شکاف و تضاد نسلی تبدیل نمی کنند. مسیر هویت یابی به معنای یافتن خویشتن فرهنگی و نیز رسیدن به توسعه حداقل (رفاه و امکانات عادلانه) و توسعه حداکثری (تعالی و کمال انسان) از جاده پیوستگی در عین حال تفاوت نسلی می گذرد هر نسل حداقل با اتکا بر ریشه ها و باز جوانی و نقد گذشته خود می تواند حال و آینده اش را بسازد در این راستا که تکامل جامعه بر دوش فرزندان و نسل هایی است که فاصله ها را به شکاف نباید تبدیل کنند و رسانه های ما (تلویزیون) این وظیفه مهم را در چگونگی نمایش این روابط بر عهده دارند. دیوید مادن کارشناس وسایل ارتباطی می گوید: «فرهنگ مردمی هر چیزی است که توسط ارتباط جمعی تولید و منتشر شود یا به صورت کالایی است که با تولید انبوه به همه جا منتقل شود و به طور مستقیم یا غیر مستقیم به تعداد زیادی از مخاطبان می رسد.» (دفلور - دنیس، ۱۳۸۳: ۴۰۲)

هیده توشی کاتو^۱ جامعه شناس ژاپنی تاکید دارد که وسایل ارتباط جمعی به یکی از موثرین و مهمترین عوامل شکل دهی اکثریت هر جامعه ای تبدیل شده اند. کاتو می گوید: «سیستم های اعتقادی و باورها و الگوهای اعتقادی رفتاری نسل جوان هر جامعه ای در اکثر اجتماعات امروزی به طور قوی و تعیین کننده ای تاثیر گرفته از پیام هایی هستند که آن ها ترجیح می دهند به طور مستقیم یا غیرمستقیم از طریق وسایل ارتباط جمعی دریافت کنند و یا محبور به دریافت آن ها می شوند.» (دفلور - دنیس، ۱۳۸۳-۳۸۷)

دانشمند ارتباطات، میشل ریل^۲ نفوذ فرهنگ بر مخاطبان، از طریق رسانه ها را «فرهنگ با واسطه رسانه ها» نامیده است. وی استدلال می کند با وجود آنکه ممکن است برخی از این مسئله خشنود نباشند، دلایل روشنی برای مطالعه چنین فرهنگی و یا به قول او، فرهنگ با واسطه رسانه وجود دارد. برخی از این دلایل عبارتند از:

- ۱- این فرهنگ برای همه افراد شادی به ارمغان می آورد.
- ۲- این فرهنگ بازتابی از زندگی مردم است و در عین حال بر آن نیز تاثیر گذار است.
- ۳- این فرهنگ برخی افکار و ایدئولوژی ها را به صورت بین المللی گسترش می دهد.
- ۴- این فرهنگ مسائل و مشکلات بلند مدت را مطرح می کند و سیستم های آموزشی و تحقیقاتی را به مبارزه می طلبد.

¹ Hidetoshi Kato

² Michael Real

۵- این فرهنگ در واقع خود ما هستیم. (دفلور - دنیس، ۱۳۸۳: ۴۰۴)

به طور کلی نباید فراموش کرد که وسایل ارتباطی و فرهنگ همیشه تاثیرات متقابل دارند. در عین حال این وسایل به سبب نقش خاصی که در انتقال و انتشار فرهنگ ایفا می‌کنند، در صورتی که براساس منافع و مصالح عمومی اداره شوند، می‌توانند در تحولات گوناگون اجتماعی تاثیرات مثبت باقی بگذارند. بنابراین مهمترین مسئله‌ای که باید در روابط متقابل وسایل ارتباط جمعی و فرهنگ مورد نظر باشد، نقش انسان‌هاست. انسان‌هایی که وارث فرهنگ گذشته، دارنده فرهنگ کنونی و سازنده فرهنگ آینده‌اند. بدون تردید انسان‌های آگاه، آزاد و مسئول می‌توانند امکانات فراوان وسایل ارتباطی کنونی را در راه پیشرفت فرهنگ سوق دهند و معایب و مخاطراتی را که سود جویی‌ها و قدرت طلبی‌های اداره - کنندگان ارتباطات در نظام سیاسی مختلف پدید می‌آورد از میان بردارند (حسنی مقدم، باهره... ۱۸، ۱۳۷۷)

نقش سازنده رسانه‌ها عبارتند از:

۱- باز آفرینی فرهنگ بومی و غلبه بر عوارض ناشی از گسستگی تاریخی.

۲- برقراری پیوند میان جهان و جامعه (تبادل فرهنگی).

۳- کاهش از هم گسستگی درون بخشی و میان بخشی و حل تعارض‌های اجتماعی (فرهنگ سنتی و مدرن، فرهنگ ملی و پاره فرهنگ‌ها، شکاف میان نسل‌ها و گروه‌های اجتماعی و ...).

۴- ارتقای حیات و هویت مدنی و تقویت فرهنگ مشارکت، رقابت و گفتگو.

۵- پاسداری از عناصر انسجام بخش اجتماعی و فرهنگی در گذر شتابان توسعه (دین، زمان، تاریخ و ... در برابر هجوم‌های فرهنگی)

۶- متوازن کردن نسبت میان اجزای پایدار (آموزش و تربیت) و ناپایدار (بخش عمومی و رسانه‌ای) فرهنگ به عنوان «واسط» و «مترجم» میان بخش‌ها و نسل‌های جامعه.

۷- کم کردن فاصله میان پیشرفتهای فناورانه و ساختار و نظام سنتی ارتباطی و اطلاع‌رسانی. (خانیکی، ۱۳۸۱: ۷۷)

مسئله اساسی در این پژوهش بازنمایی روابط بین نسلی در سریال‌های اجتماعی شبکه ۳ سیمای جمهوری اسلامی ایران (سریال فاصله‌ها و دلنوازان) و نمایش صحنه‌های در بر دارنده تعامل بین والدین و فرزندان در تلویزیون ایران است. از آن جا که رسانه‌ها منبع مهمی برای انتقال آداب و رسوم در روابط هستند و شبکه ۳ سیما با نمایش سریال‌های (فاصله‌ها و دلنوازان) روابط بین والدین و فرزندان را بیشتر به صورت شکاف بین نسلی مطرح کرده تا روابط بین نسلی به همین دلیل بر آن شدم تا تحقیقی راجع به بازنمایی روابط بین نسلی در سریال‌ها انجام داده و همچنین نمایش دادن این روابط به صورت شکاف که منجر به عمیق تر شدن این فاصله‌ها بین والدین و فرزندان شده و مشکلات دیگری من جمله یادگیری رفتارهای نادرست جوانان و بدآموزی. تاکید من در این تحقیق بیشتر بر انواع روابط بین نسلی، اولویت‌های روابط در سریال‌های خانوادگی شبکه ۳ سیما و انواع شخصیت‌ها من جمله قهرمان و ضد قهرمان.

نوع تعامل بین والدین با فرزندان و موضوعات مطرح شده در مورد روابط و معاهدات بین فرزندان و والدین مدنظر است. و فقدان بی توجهی به این مقوله ها مثل نوع مناسبات، نوع روابط، نوع شناخت این روابط باعث می شود که افراد همانطور که گفته شد بی احترامی به پدر و مادر را یاد بگیرند و هر طور شده نیاز به خواسته خود را عمل کنند هر چند با فرار از خانه با تهدید کردن و مجهولی که من می خواهم حل کنم که آیا محتوای سریالهای (فاصله ها، دلنوازان) بر تحکیم روابط بین نسلی تاکید می کند یا منجر به تضعیف این روابط می گردد و آسیب هایی من جمله شکاف که بین والدین و فرزندان افتاده و احترامی که باید به پدر و مادر گذاشته شود را مورد بازنمایی قرار دهم و متاسفانه با نمایش این سریالها احترام کم رنگ می شود و فرزندان رو به دوستان خود می آورد و به جای اینکه با پدر و مادر خود مشورت کند.

همچنین تاکید بر محتوای فیلم که چه نوع سبک زندگی، موضوعات و معیارهایی تاکید می کند و متغیرهایی مثل خشونت، احترام به والدین، ارزشهای اقتصادی، مذهبی، فرهنگی و ... مورد بازنمایی قرار گیرد.

۲- بیان ضرورت و اهمیت موضوع تحقیق

۱-۲- ضرورت و اهمیت نظری یا علمی تحقیق:

امروزه نمایش صحنه در رسانه مخصوصا تلویزیون منجر به ادراکی منفی از صحنه شده و بهتر است که به رسانه ها بازگو کنیم که در جهت بهبود نمایش این روابط و ترکیب بهتر کار کنند نه اینکه در جهت بدآموزی. همچنین اهمیت نظری تحقیق من این است که بتوانم ملاک تشخیص روابط بین نسلی درستی به دست آوریم و اگر فرزندان از والدین خود درخواستی داشتن و والدین آن را برآورده نکرد این باعث نشود که فرزندان به والدین بی احترامی کنند و با صدای بلندی با آن ها صحبت کنند و اینکه رسانه ها در جهت بهبود این روابط پیش بروند نه شکاف آن ها و عمیق تر کردن این فاصله ها و دادن ایده و فکر مناسب در جهت تشخیص درست این روابط مدنظر است.

۲-۲- ضرورت و اهمیت عملی یا اجتماعی تحقیق:

چون رسانه ها نقش اساسی در یادگیری جوانان دارد بیاییم با بهتر نمایش دادن این روابط سعی کنیم که مشکلات خانواده را حل کنیم و سعی کنیم بین والدین و فرزندان روابط عاطفی و احساسی را عمیق تر کنیم و این فاصله ها را کم تر و کمتر و همچنین با حل کردن مشکلات خانواده به تبع آن مشکلات جامعه هم حل می شود وقتی مشکلات جامعه حل شود آینده ای درخشان خواهیم داشت حال به دلیل مشکلات و تبعاتی که نمایش این سریال داشت بر آن شوم تا با تحقیق حاضر تعریف درستی از روابط نسلی و چگونگی بهبود این روابط ارائه دهم و کمکی کوچک به جامعه بزرگ ایران جهت پیشرفت و شکوفایی داشته باشم.

۳- تشریح فرایند تاریخی موضوع تحقیق

در جامعه ما باور نسبت به روابط بین نسلی و خصوصا تعریف آن چه در خانواده و چه در برون خانواده دچار تغییراتی شده است. در یک دهه بعد از انقلاب بیشتر به جنبه شکاف بین نسلی اشاره شده است تا به روابط بین والدین و سریال های ما عمدتا تاکید بر شکاف بین نسلها و تضاد بین روابط

والدین و فرزندان دارد. پدیده شکاف نسل ها به منزله یک عارضه اجتماعی را می توان به ۳ گروه تفکیک کرد. نخست گردهمایی که شکاف بین نسل ها را به دگرگونی های طولی و ناشی از دگرگونی های ناشی از توسعه جامعه جدید و مدرن نسبت می دهند. دومین الگو، با منظرگاهی به نسبت عرضی میان نسل ها می نگردد و تفاوت میان آنان را در همین نسبت های عرضی و هم زمان می توان بررسی کرد و گروههایی که اثر رخدادهای خاص در بروز شکاف بین نسل ها را مورد توجه قرار می دهند. بنابراین علی رغم آن که مطالعه و تحقیقاتی در رابطه با موضوع حاضر انجام نشده است. اما در سالهای اخیر کارهایی در این زمینه انجام شده است که برخی از آنها عبارتند از:

- همانند سازی و فراگیری مشاهده ای از فیلم، ماکین-۱۹۵۷
- تلویزیون در زندگی کودکان ما، شران ویلبر
- تصوراتی از جوانان، تحلیل محتوای (شخصیت های جوانان در برنامه پرایم تایم)-هینازنولز
- صورتهای نوعی گسست نسلی و فرهنگی - مددپور، ۱۳۸۳
- روانشناسی سیاسی انقطاع نسلیها، باقری-۱۳۸۳
- شکاف نسلی میان مادران و دختران، توکلی-۱۳۸۳
- میزان تاثیر تلویزیون به رفتارهای خشونت آمیز در میان دانش آموزان مقطع دبیرستان مناطق ۵و۲ تهران، نیک بخش-۱۳۸۳

و همچنین مقالاتی پیرامون این موضوع وجود دارد و تحقیقاتی راجع به روابط بین نسلی در برنامه های تلویزیونی نیز کم و بیش انجام گرفته است اما همچنان نیاز به پرداختن علمی به مقوله روابط بین والدین و فرزندان در رسانه و مطالعه دقیق و همه جانبه در چگونگی تصاویر ارائه شده از سیما وجود دارد.

ب) بیان هدف تحقیق

۱- هدف اصلی تحقیق:

شناخت نوع نمایش روابط بین نسلی در سریال های خانوادگی شبکه ۳ جمهوری اسلامی ایران پس از انقلاب

۲-اهداف فرعی تحقیق:

۱-۲-اهداف جزئی یک متغیر

- ۱-شناخت موضوعات مطرح شده در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۲- شناخت سبک های مورد بهره برداری در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۳-شناخت ریتم هر صحنه در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۴-شناخت تاکید و توجه صحنه بر محیط در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۵-شناخت محتوای نمایش داده شده در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۶-شناخت تحرک در صحنه در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۷- شناخت نوع ارتباطات انسانی به کار رفته در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما

- ۸- شناخت جنس قهرمان به کار رفته در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۹- شناخت جنس ضد قهرمان به کار رفته در صحنه در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۰- شناخت شخصیت جوان به کار رفته در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۱- شناخت شخصیت والدین در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۲- شناخت نوع نمایش شخصیت جوان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۳- شناخت نوع نمایش شخصیت والدین در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۴- شناخت نوع محتوای صحنه های سریال براساس وظایف وسایل ارتباط جمعی در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۵- شناخت جنبه های آسیب زا در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۶- شناخت خلاقیت و نوآوری در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۷- شناخت ماهیت محتوای ارائه شده در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۸- شناخت سرعت ارائه پیام در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۹- شناخت مخاطب پیام در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۲۰- شناخت زبان قالب در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۲۱- شناخت اولویت های اجتماعی در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۲۲- شناخت ابعاد فردی تقویت شده در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۲۳- شناخت موقعیت صحنه در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۲۴- شناخت ارتباط پیام صحنه با زندگی روزمره در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۲۵- شناخت میزان ارتباط پیام صحنه با زندگی روزمره در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۲۶- شناخت پیام سریال برای ایجاد تغییر در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۲۷- شناخت وضوح و روشنی پیام در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۲۸- شناخت پیام صحنه در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۲۹- شناخت نوع کنش قهرمان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۳۰- شناخت نوع کنش ضد قهرمان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۳۱- شناخت ویژگی محیط زندگی شخصیت ها در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۳۲- شناخت ارزشهای موجود در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۳۳- شناخت ارزشهای اقتصادی شخصیت جوان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۳۴- شناخت ارزشهای فرهنگی و اخلاقی شخصیت جوان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- سیما
- ۳۵- شناخت ارزشهای فرهنگی و اخلاقی شخصیت والدین در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- سیما
- ۳۶- شناخت ارزشهای مذهبی شخصیت جوان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۳۷- شناخت ارزشهای مذهبی شخصیت والدین در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما

- ۳۸- شناخت ارتباط میان نسل قدیم و جدید در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۳۹- شناخت روابط بین نسلی مطرح شده در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۴۰- شناخت دلیل تضعیف ارتباط میان نسل قدیم و جدید در سریالهای خانوادگی شبکه ۳

سیما

- ۴۱- شناخت اولویت های روابط بین نسلی مطرح شده در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۴۲- شناخت انواع روابط بین نسلی در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۴۳- شناخت نوع تعامل بین والدین و فرزندان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۴۴- شناخت نمایش خشونت در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۴۵- شناخت نوع روابط شخصیت جوان با والدین در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۴۶- شناخت ویژگی پوششی شخصیت جوان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۴۷- شناخت ویژگی پوششی شخصیت والدین در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما

۱-۳- اهداف جزئی چند متغیری (رابطه ای)

- ۱- شناخت رابطه بین زبان غالب و نوع تعامل بین والدین و فرزندان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۲- شناخت رابطه بین ارزشهای موجود در صحنه و نوع تعامل بین والدین و فرزندان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۳- شناخت رابطه بین روابط بین نسلی و نوع تعامل بین والدین و فرزندان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۴- شناخت رابطه بین اولویت های روابط بین نسلی و نوع تعامل بین والدین و فرزندان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۵- شناخت رابطه بین انواع روابط بین نسلی و نوع تعامل بین والدین و فرزندان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۶- شناخت رابطه بین نمایش خشونت بکار رفته در صحنه و نوع تعامل بین والدین و فرزندان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۷- شناخت رابطه بین ارزشهای فرهنگی و اخلاقی شخصیت جوان و نوع تعامل بین والدین و فرزندان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۸- شناخت رابطه بین ارزشهای مذهبی شخصیت جوان و نوع تعامل بین والدین و فرزندان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۹- شناخت رابطه بین ویژگی پوششی شخصیت جوان و نوع تعامل بین والدین و فرزندان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۰- شناخت رابطه بین جنبه های آسیب زا در صحنه و نوع تعامل بین والدین و فرزندان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما

- ۱۱- شناخت رابطه بین ماهیت محتوا و نوع تعامل بین والدین و فرزندان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۲- شناخت رابطه بین اولویت های اجتماعی و نوع تعامل بین والدین و فرزندان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۳- شناخت رابطه بین ارزشهای فرهنگی و اخلاقی شخصیت والدین و نوع تعامل بین والدین و فرزندان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۴- شناخت رابطه بین ارزشهای مذهبی والدین و نوع تعامل بین والدین و فرزندان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۵- شناخت رابطه بین نام سریال و ارتباط میان نسل قدیم و جدید در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۶- شناخت رابطه بین نام سریال و ارزشهای موجود در صحنه در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۱۷- شناخت رابطه بین نام سریال و روابط نسلی در صحنه در سریالهای خانوادگی شبکه ۳
- ۱۸- شناخت رابطه بین نام سریال و اولویت های روابط بین نسلی در سریالهای خانوادگی شبکه
- ۱۹- شناخت رابطه بین نام سریال و انواع روابط بین نسلی در سریالهای خانوادگی شبکه ۳
- ۲۰- شناخت رابطه بین نام سریال و جنبه های آسیب زا در سریال های خانوادگی شبکه ۳
- ۲۱- شناخت رابطه بین نام سریال و ماهیت محتوا در سریال های خانوادگی شبکه ۳
- ۲۲- شناخت رابطه بین نام سریال و اولویت های اجتماعی در سریال های خانوادگی شبکه
- ۲۳- شناخت رابطه بین نام سریال و ویژگی پوششی والدین در سریال های خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۲۴- شناخت رابطه بین نام سریال و ویژگی پوششی شخصیت جوان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۲۵- شناخت رابطه بین نام سریال و ارزشهای مذهبی شخصیت جوان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما
- ۲۶- شناخت رابطه بین نام سریال و ارزشهای فرهنگی و اخلاقی شخصیت جوان در سریالهای خانوادگی شبکه ۳ سیما

فصل دوم: بررسی منابع (تدارک نظری تحقیق)

مقدمه:

توجه به روابط بین نسل‌ها از منظرهای مختلف قابل تامل است. بی‌تردید انتقال فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارهای یک جامعه به نسل‌های آتی از طریق تعاملات و مناسبات بین نسلی امکان‌پذیر می‌گردد. بنابراین بقا و تداوم یک فرهنگ، مستلزم تعامل و روابط بهینه و دونسل و پیوند نسلی است در جوامعی که روابط بین نسلها با تغییراتی مواجه می‌شود انتقال و تداوم فرهنگ و ارزش‌ها در آن جامعه دچار چالش شده که در حادثترین صورت آن انقطاع نسلی است. انقطاع نسلی بدین معنا که دو نسل دارای هنجارها و ارزش‌های مشابهی نبوده و فضای فکری آن دو از یکدیگر فاصله دارد. اکنون دیگر تنها خانواده عامل جامعه‌پذیر کردن فرزندان نیست عوامل دیگری نیز در این فرآیند تأثیر گذارند. در بیشتر جوامع سنتی، خانواده‌ای که فرد در آن متولد می‌شود تا اندازه زیادی تعیین کننده موقعیت اجتماعی فرد در بقیه زندگانش است. گرچه خانواده تأثیر بسزایی در رفتارهای فرد داشت، ولی امروزه وجود منابع گوناگون اجتماعی کننده از جمله تلویزیون در کنار خانواده، به ناهمگرایی‌هایی میان ارزشها و رفتارهای فرزندان و نسل والدین انجامیده است.

تلویزیون، یکی از رسانه‌های جمعی است که نقشهای متفاوتی از آموزش، جامعه‌پذیری و انتقال فرهنگ تا تغییر اجتماعی را ایفا می‌کند. روابط نسلی از دیگر حوزه‌هایی است که نظریاتی در این ارتباط ارائه شده و برخی از محققین براین باورند که در بین نسل‌ها توافق وجود دارد در حالی که هستند گروهی دیگر از محققین که بر تعارض و شکاف نسلی تأکید دارند. دسته سوم کسانی را شامل می‌شود که به رخ داد گسست نسلی معتقدند. نگرشهای ارزشی به عنوان یکی از مولفه‌هایی است که در بیان تفاوت‌های اجتماعی و نسلی مورد توجه قرار گرفته‌اند. زیرا انسانها در حیات اجتماعی خود همیشه کمال مطلوب را در نظر دارند که مجموعه‌ای از باورها و ارزشها را شکل می‌دهد که از آن به عنوان نظام ارزشی یاد می‌شود. این فصل دارای یک روال منطقی می‌باشد لذا با توجه به نکات ذکر شده این فصل در بردارنده مباحث زیر است.

در بخش اول از فصل دوم برای آشنایی هر چه بیشتر با رسانه و آثار آن در جامعه به بررسی تاریخچه مختصری از روابط بین نسلی و رسانه، روابط بین نسلی در جهان، سریالهای تلویزیونی در جهان، تلویزیون در ایران سریالهای تلویزیونی در ایران می‌پردازیم.

در بخش دوم از فصل دوم به بررسی منابع موجود در ارتباط با موضوع تحقیق می‌پردازیم تا ضمن تحلیل مطلب و بررسی کلی ابعاد موضوع به متغیرها و همچنین تعاریف مورد نیاز ابعاد و عوامل آن دستیابیم. در این بخش به مباحث روانشناختی ارتباط موثر با فرزندان، مخاطبان، انتظارات مخاطبان از تلویزیون، مخاطبان از دیدگاه برنامه‌سازان، تفاوت‌های مخاطبان در دریافت پیام، آثار اجتماعی، جامعه‌شناسی تلویزیون، آثار وسایل ارتباط جمعی، می‌پردازیم.

در بخش سوم از فصل دوم به مقدمه‌ای در مورد پژوهش‌های مطالعات بین نسلی، طبقه بندی نسلها تقسیم بندی نسلها در جهان، طبقه بندی نسلها در ایران، تحقیقات خارجی، تحقیقات داخلی می‌پردازیم.

در بخش چهارم از فصل دوم در خصوص چهارچوب نظری این تحقیق باید گفت از آنجا که پژوهش حاضر بازنمایی روابط بین نسلی در سریالهای شبکه ۳ سیما جمهوری اسلامی ایران بعد از انقلاب می باشد که نقش نظریه منظم کردن تجربه محقق از موضوع است و در اینجا اصل اکتشاف و شناخت عناصر مورد نظر است و نه اثبات فرضیه یا اثبات نظریه ای خاص، در همین خصوص^۳ نظریه که در رابطه با موضوع است عنوان می شود و همچنین در آخر فصل به فرموله کردن تحقیق در قالب جدول پرداخته ایم.

بخش اول: تاریخچه

۲-۱- روابط بین نسلی و رسانه

رسانه های جمعی تاثیر بسیار عمیقی بر تمام جنبه های زندگی اجتماعی دارند و استفاده مناسب و خلاقانه از آنها می تواند مانع انفعال مخاطبان شود. تلویزیون به عنوان یک رسانه جمعی، به طور همزمان نقش اطلاع رسانی، سرگرم کنندگی و آموزش را ایفا می کند و به طور محسوس و نا محسوس بر اذهان عمومی تاثیر می گذارد. تلویزیونی ابزاری است که از طریق کودکان و نوجوانان رفتارهای مناسب، به ویژه مطالعات متعدد تحلیل محتوا حاکی از سوگیری یا نابرابری جنسی در ارائه تصویری شخصیت ها و فضاهای آگهی های تجاری است. آگهی های تجاری تلویزیون تمایل به تغییر رفتار دارند. همه این مطالعات نشان داده اند برنامه های تلویزیونی به ویژه آگهی های تجاری می توانند بر ادراک و اعتقاد بینندگان تاثیر بگذارند. این فرضیه که نگرش ها و عقاید قالبی در مورد جنسیت، از تلویزیون متاثر می شود را مطالعات تجربی و طولی تایید کرده است. (میرسارد؛ صداقت؛ ۸۶-۳۲)

ارزشها و هنجارهای اجتماعی در هر جامعه ای از طریق انتقال از نسلی به نسل دیگر تداوم می یابد. بنابراین تداوم هر جامعه ای در گرو جریان انتقال فرهنگی در آن جامعه است. جریان این انتقال همیشه و در تمام جوامع یکسان نیست. انتقال ارزشها و هنجارها از نسلی به نسل دیگر بدون تغییر و کامل صورت نمی گیرد. بدیهی است هر نسلی کاملاً از ارزشها و هنجارهای نسل گذشته خود پیروی نمی کند. به همین دلیل باید پذیرفت که تداوم فرهنگی به معنای تغییر ناپذیری و انتقال بدون تغییر نیست. حتی در جوامع سنتی، نسل جدید ارزشها و هنجارهای نسل گذشته را به طور کامل نمی پذیرد برخی از آنها را مردود می شمارد و در بعضی دیگر نوآوری هایی ایجاد می کند.

از آن جا که فرهنگ و تمدن یک جامعه از طریق تعاملات بین نسلی انتقال و تداوم می یابد توجه به مسئله نسلها و روابط مابین آنها بسیار مهم و اساسی است. به همین دلیل این موضوع در طی سالیان اخیر مورد اقبال محققان و صاحب نظران قرار گرفته و مطالعاتی در این زمینه انجام شده است به دلیل تازگی موضوع، محققین برای بررسی آن از شاخص ها و جوامع آماری مختلفی استفاده نموده و به نتایج متفاوتی رسیده اند. عده ای بر این عقیده اند که روابط نسلها در جامعه امروز ایران از نوع توافقی است در حالیکه سایر مطالعات روابط تفاوتی و تعارضی عنوان نموده اند حتی برخی از مطالعات این روابط را در حد گسست و تعارض دانسته اند. بی تردید برای اظهار نظر قطعی در مورد وضعیت و چگونگی روابط بین نسلی و الگوی غالب آن در کشور نیاز به مطالعات بیشتری است. (میرسارد، صداقت، ۸۶-)

تاثیر رسانه‌ها در الگوی روابط بین نسلی مهم است. بی‌شک رسانه‌های دیداری و شنیداری به عنوان یکی از عوامل قدرتمند در جامعه نسل جوان امروز نقش موثری ایفا می‌کنند در بین رسانه‌های دیداری و شنیداری نقش تلویزیون به دلیل انتقال پیام به صورت دیداری و شنیداری و سهولت دسترسی به آن قابل توجه است. اگر تلویزیون یک قصه‌گویی فرهنگی فرض کنیم، برنامه‌هایی که از تلویزیون پخش می‌شوند هم پرتاب‌کننده ارزشها و ایده‌های یک جامعه بوده و هم نگرش و اعتقادات مشاهده‌کنندگان را شکل می‌دهند. بنابراین می‌توان اظهار داشت محتوای ظاهری و معانی درونی برنامه‌های تلویزیون حاوی پیام‌هایی در ارتباط با اولویت‌های فرهنگی و گروه‌های مختلف، رفتارها و ایدئولوژی آنان است. به همین ترتیب چگونگی توصیف و معرفی گروه‌ها و طبقات مختلف اجتماع در تلویزیون می‌تواند بر تصور آنان از خود و نیز نگاهی که بینندگان گروه‌های دیگر از آنان دارند موثر باشد. تاثیر تلویزیون به گونه‌ای است که کسانی که بیشتر تلویزیون تماشا می‌کنند بر این عقیده‌اند که چیزهایی که در برنامه‌های تلویزیون نشان داده می‌شوند بازتاب جهان خارج است و اعتقادات خود را بر اساس اطلاعات ارائه شده از تلویزیون شکل می‌دهند. (جعفرزاده، ساعی، جاروندی، ۸۹-۱۲۰)

مطالعات نشان می‌دهد که جوانان و نوجوانان بیشترین درصد مشاهده‌کنندگان تلویزیون را تشکیل می‌دهند. با توجه به ویژگی‌های گروه سنی این گروه، نقش آنان در تداوم فرهنگ و تمدن ایرانی، ارزیابی و سنجش پیامهای ارسالی از طریق تلویزیون به خانه‌های ایرانیان بسیار مهم و اساسی است. بررسی سریالهای تلویزیونی نشان خواهد داد که این رسانه در طی سالهای گذشته چه الگوهای برای روابط بین نسلی (توافقی، تفاوتی و تعارضی) به مخاطبین خود نمایش داده و چه الگوهای را به عنوان ارزش و هنجارهای اجتماعی برای نسلی فرستاده است. به همین دلیل یکی از راه‌های شناخت انواع روابط بین نسلی، بررسی الگوهای است که در توسط رسانه برای افراد جامعه فرستاده می‌شود. (جعفرزاده، ساعی، جاروندی، ۸۹-۱۲۲)

۲-۲- روابط بین نسلی در جهان

در نیمه اول دهه هشتاد موضوع و بحث نسل‌ها به طور جدی توجه جامعه‌شناسان را به خود جلب نمود. نگاه یک نسل، چگونگی و نحوه شکل‌گیری نسل‌ها توسط نظریه پردازان مختلفی در آن سالها مورد توجه و بررسی قرار گرفته است. نظریه پردازانی چون مانهایم، اینگلهارت و ترنر تحولات نسلی را به منزله عنصر اساسی تحول اجتماعی فرهنگی در نقد از تاثیرات اقتصادی و جبرگرایانه را برای تبیین دگرگونی‌های ارزشی بین نسلی استفاده نموده‌اند. گیدنز تعریف خاصی از «نسل»، ارائه کرد. او نسل‌ها را همچون هم‌دوره‌ای‌های اجتماعی که در طول زمان ترسیم شده‌اند، در نظر می‌گیرد، اگر چه یک نسل به سال‌های زندگی نسبت داده می‌شود، ولی از این نوع تعریف از نسل‌ها صرفاً معطوف به سال یا تجربه زندگی گروهی است. بورديو توجه خاصی به ایده فرهنگ جمعی و مشترک در ارتباط با مفهوم نسل داشت وی همچنین به احساسات، رجحان‌ها و خلق و خو و مجموعه‌ای از اعمال از قبیل ورزش و فعالیت‌های تفریحی حافظه جمعی تاکید کرد و معتقد بود که این عوامل خلق فرهنگی یا سنت نسلی را تعیین می‌کنند.