

هماهنگی تلویزیون، خانواده و مدرسه در جامعه‌پذیری دانش‌آموزان (بررسی موردی سریال نرگس)

مهرزاد بهمنی*

تاریخ دریافت: ۱۳۸۶/۷/۲۵ تاریخ اصلاح: ۱۳۸۶/۹/۲۸ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۸۶/۱۲/۲۱

چکیده

این پژوهش در پی بررسی این موضوع است که آیا بین تلویزیون و نهاد خانواده و مدرسه در انتقال ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی به دانش‌آموزان مقطع دبیرستان شهر تهران هماهنگی وجود دارد یا خیر و در صورت وجود این هماهنگی، میزان آن چقدر است. برای رسیدن به این هدف، سریال نرگس به عنوان نمونه‌ای از برنامه‌های تلویزیون، پدر و مادر به عنوان نماینده خانواده و آموزگاران به عنوان نماینده مدرسه انتخاب شدند.

از مهم‌ترین نتایج این پژوهش می‌توان به این مورد اشاره کرد که تلویزیون (سریال نرگس) و نهاد خانواده تنها در زمینه هنجار وفاداری به همسر با یکدیگر هماهنگ هستند و در ارزش‌هایی چون علم، ثروت، تقوا، محبت و احترام و همچنین هنجارهایی مثل صداقت، وفاداری به کشور، وفاداری به عهد و پیمان و قانون‌گرایی بین آنها هماهنگی وجود ندارد.

واژه‌های کلیدی: جامعه‌پذیری، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و خانواده.

* کارشناس ارشد تحقیق در ارتباطات.

مقدمه

هماهنگی از مفاهیمی است که در همه علوم وجود دارد. مطابق این مفهوم، پدیده‌ها، منظم (هماهنگ) هستند و وجود همین نظم امکان پیش‌بینی را در علوم مختلف فراهم می‌کند.

انسان‌ها به شیوه‌های گوناگونی برای ایجاد هماهنگی کوشش می‌کنند؛ هماهنگی میان نگرش‌ها و رفتارها، هماهنگی در درک و تصور ما از دنیا و حتی هماهنگی در رشد شخصیت. بنابراین انسان‌ها می‌کوشند دنیای خود را به شیوه‌هایی سامان دهند که به نظر خودشان معنادار و قابل فهم باشد.

جامعه سازوکاری تطابق‌پذیر دارد و اندام‌های تشکیل‌دهنده آن به عنوان واحدی یکپارچه در هماهنگی کامل با هم عمل می‌کنند. جوامع برای استمرار و بقای خود تدابیری می‌اندیشند که جامعه‌پذیری از جمله آنهاست. این فرایند به کمک نهادهای اجتماعی موجود در جامعه، تحقق می‌یابد. انسان در تطابق یا سازگاری با حیات جمعی و با دریافت قواعد و اصول یا هنجارهای اجتماعی، صفت همانند شدن با دیگران را کسب می‌کند. هر قدر در اجتماع، هنجارها بیشتر اخذ شوند و مورد توجه قرار گیرند، تطابق اجتماعی بیشتر و در نتیجه انحرافات کمتر است (محسنی، ۱۳۷۳: ۴۹۰).

پژوهش‌های صورت گرفته نیز نشان می‌دهند انحرافات شخصیتی وقتی بروز می‌کنند که تطابق انسان با محیط، آن‌چنانکه باید، صورت نپذیرد. یعنی اگر هر کس هر کاری را که خوشش بیاید انجام دهد و قوانین را نادیده بگیرد، کارکرد جامعه مختل می‌شود؛ چرا که در این حالت هیچ‌گونه همکاری میان اعضای جامعه پدید نمی‌آید (کوئین، ۱۳۷۶:

۱۷۵). جوامع انسانی از جامعه‌پذیری اعضای خود اهداف خاصی را دنبال می‌کنند که مهم‌ترین آنها، آموزش خویش‌تنداری و نهادینه کردن ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی است. در این فرایند، فرد مهارت‌های لازم را برای مراقبت از خود و فرهنگ جامعه می‌آموزد. همچنین، فرایند جامعه‌پذیری این امکان را فراهم می‌سازد تا دانش و شیوه‌های زندگی مردم وابسته به یک فرهنگ از نسلی به نسل دیگر انتقال یابد (کوئین، ۱۳۷۶: ۸۵). فرایند جامعه‌پذیری معمولاً به دو طریق آگاهانه و ناآگاهانه صورت می‌گیرد. جامعه‌پذیری آگاهانه از طریق آموزش‌های رسمی خانواده، آموزگاران یا همسالان انجام می‌شود. این، همان گونه عمده و آگاهانه جامعه‌پذیری است.

جامعه‌پذیری زمانی ناآگاهانه است که فرد با نگاه کردن و یادگیری غیررسمی از روی اعمال و رفتار دیگران، مهارت‌ها، ارزش‌ها، هنجارها و الگوهای رفتاری را بیاموزد. (کوئین، ۱۳۷۶: ۸۷)

جامعه‌پذیری به طور معمول از طریق نهادهای موجود در جامعه تحقق می‌یابد. به لحاظ اجتماعی به آن گونه ارتباط‌هایی که ۱. شکل مشخص پیدا کنند، ۲. در میان اکثریت مردم یک جامعه یا گروه خاص اجتماعی عمومیت یابند و ۳. در طول زمان تقریباً ثابت باشند یا تغییر اندکی داشته باشند، نهاد می‌گویند (نیک‌گهر، ۱۳۸۲: ۱۸۶). تقسیم‌بندی و طبقه‌بندی‌های مختلفی از نهادهای اجتماعی وجود دارد که مفیدترین و ساده‌ترین این طبقه‌بندی‌ها تقسیم آنها به دو دسته نهادهای اولیه و نهادهای ثانویه است. نهادهای اولیه نهادهایی هستند که نیازهای اصلی افراد را برطرف می‌سازند، دارای اهمیت حیاتی هستند و برای بقای جامعه ضرورت دارند، از این رو، این نهادها عمومی و جهانی هستند. نهادهای ثانویه شامل سازمان‌های ورزشی، تفریحی، تجاری، فرهنگی و به طور کلی مؤسساتی هستند که بنا بر نیاز و توافق اعضای جامعه ایجاد می‌شوند و تا زمانی که کارکرد آنها مورد نیاز جامعه باشد، وجود دارند (وئوتی، ۱۳۷۶: ۱۵۱). براساس این دسته‌بندی، خانواده و مدرسه جزئی از نهادهای اولیه و اصلی محسوب می‌شوند و وسایل ارتباط جمعی با اندکی تسامح در رده نهادهای ثانویه و فرعی قرار می‌گیرند.

روابط موجود بین نهادها

هماهنگی کارکرد نهادهای اصلی و وابستگی متقابل آنها، برای استمرار و بقای فرهنگ و جامعه امری حیاتی است. هیچ نهادی خودبسنده نیست و نمی‌تواند به تنهایی به حیات خویش ادامه دهد. هر نهادی به درجات متفاوت روی نهادهای دیگر اثر می‌گذارد و در مقابل از همه آنها تأثیر می‌پذیرد (نیک‌گهر، ۱۳۸۲: ۱۸۳). کوئین بر این عقیده است که نهادها با یکدیگر کنش متقابل دارند. یک نهاد به طور معمول بر کارکرد نهادهای دیگر تأثیر می‌گذارد. اگر نهادی نتواند نیازی را برآورده سازد، نهاد دیگری باید آن نیاز را مرتفع سازد (کوئین، ۱۳۷۷: ۱۱۶-۱۱۵). از نظر آگوست کنت نیز، میان نهادهای اجتماعی (مانند خانواده، اقتصاد، سیاست و ...) همبستگی منظمی وجود دارد

که سبب روابط و مناسبات متقابل می‌شود. وی نهاد اجتماعی را همانند یک اندام در کل ارگانیزم اجتماعی می‌داند که جدا از اندام‌های دیگر نمی‌تواند معنی اصلی خود را بیابد و در نتیجه در درون ارگانیزم بزرگ جامعه، با توجه به کنش‌های متقابلی که با دیگر نهادهای اجتماعی و با کل جامعه دارد، بررسی و تحلیل می‌شود. (وثوقی، ۱۳۷۶: ۱۴۸)

وابستگی متقابل نهادها گاهی چنان وسیع و در هم فشرده است که مشکل می‌توان به دقت محل و میزان وابستگی نهادهای فرعی را با نهادهای اصلی مشخص کرد. از سوی دیگر، عرصه فعالیت نهادهای اصلی نیز گاهی چنان به هم نزدیک است که نمی‌توان هویت اصلی آنها را به درستی مشخص ساخت و با وجود اینکه نهادهای گوناگون در بافت فرهنگی جامعه در هم آمیخته‌اند و وابستگی متقابل به یکدیگر دارند، اما همیشه با هم هماهنگ نیستند. در بیشتر موارد، الگوهای نهادینه‌شده‌ای وجود دارند که یکدیگر را نقض می‌کنند یا دست کم در برخی نکات با هم جمع‌شدنی نیستند (نیک‌گهر، ۱۳۸۲: ۱۸۸-۱۸۷). به این ترتیب در جوامع پویا باید میان حرکت نهادهای موجود در جامعه هماهنگی و توازن ایجاد شود؛ چرا که اگر تحول در نهادی کند و در نهادی دیگر تند باشد، آن جامعه در معرض گسست قرار می‌گیرد و این گسیختگی روابط بین نهادهای جامعه عامل سقوط و فروپاشی اجتماع خواهد شد.

خانواده: اساسی‌ترین عامل جامعه‌پذیری، بویژه در سال‌های حساس آغاز زندگی است. خانواده جایی است که کودکان نخستین تعلقات عاطفی خویش را در آن می‌سازند، زبان را یاد می‌گیرند و مبادرت به درونی ساختن ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی می‌کنند. کودکان در خانواده در ارتباط با والدین خود به کسب هویت می‌پردازند، همانند آنان می‌شوند و آنچه را آنها می‌کنند و می‌گویند، انجام می‌دهند. محیط تربیتی خانواده به شکلی بسیار پیچیده بر تکامل شخصیت فرد تأثیر می‌گذارد، اما این تأثیرات را نمی‌توان جداگانه مطالعه کرد، بلکه باید از روابط درون خانواده فراتر رفت و شرایط زندگی خارجی و عوامل مؤثر اجتماعی را که بر رفتارهای خانواده اثر می‌گذارد، به طور دقیق و کامل مورد بررسی قرار داد (اعزازی، ۱۳۷۶: ۱۸۷). در جوامع جدید نهاد خانواده در اجتماعی کردن افراد تنها نیست و این فعالیت را در خلاء انجام نمی‌دهد. هماهنگی رفتار تربیتی والدین با سایر عوامل جامعه‌پذیری مانند وسایل ارتباط

جمعی (بویژه تلویزیون) آموزگاران و گروه همسالان، برای دست یافتن به جامعه‌پذیری موفق بسیار مهم و اساسی است.

مدرسه: به عنوان یک عامل جامعه‌پذیری، به طور رسمی از سوی جامعه مسئولیت اجتماعی کردن نوجوانان را در زمینه مهارت‌ها و ارزش‌های خاص بر عهده گرفته است. در مجموعه مدرسه، نوجوان برای نخستین بار تحت نظارت مستقیم کسانی که خویشاوند او نیستند، قرار می‌گیرد و این یعنی او در مدرسه فردی خاص و شناخته‌شده محسوب نمی‌شود، بلکه تنها یکی از افراد گروه دانش‌آموزان است و تابع همان مقررات و انتظاراتی است که تمام افراد این گروه باید از آن تبعیت کنند (رابرتسون، ۱۳۷۴: ۳۵۸). در محیط مدرسه علاوه بر دانستنی‌های علمی، مجموعه‌ای از ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی نیز به دانش‌آموزان آموخته می‌شود. به عبارت دیگر، دانش‌آموزان در کنار دانشی که به طور رسمی به آنها یاد داده می‌شود، مجموعه‌ای از ارزش‌ها و هنجارهای پنهانی را که در مدرسه وجود دارد و به وسیله آموزگاران و حتی دانش‌آموزان دیگر به آنها انتقال می‌یابد، فرا می‌گیرند.

وسایل ارتباط جمعی: به دلیل ماهیت خود، افراد جامعه را با طیف فوق‌العاده وسیعی از مردم که تنها به طور غیرمستقیم شناخته می‌شوند، آشنا می‌سازد. جامعه‌پذیری از طریق وسایل ارتباط جمعی به حدی مسلم است که گاهی به سادگی به فراموشی سپرده می‌شود. وسایل ارتباط جمعی معرفی‌کننده الگوها، ارزش‌ها، هنجارها، نقش‌ها، دیدگاه‌ها و چگونگی روی آوردن به سبک‌های زندگی هستند که ممکن است مردم به راه‌های دیگر هرگز به آنها دسترسی پیدا نکنند (رابرتسون، ۱۳۷۴: ۱۳۲). به همین دلیل در جهان امروز، وسایل ارتباط جمعی مانند نوعی نهاد اجتماعی عمل می‌کنند (باهنر، ۱۳۷۸: ۲). میزان نقش این وسایل در وابستگی افراد به ارزش‌ها نیز در هر جامعه‌ای متفاوت است، لیکن نکته مسلم آن است که فرد از طریق فرهنگ جامعه به ارزش‌ها وابسته می‌شود و محتوای وسایل ارتباط جمعی نیز از فرهنگ نشئت می‌گیرد (محسنیان راد، ۱۳۷۵: ۴۴). در این زمینه مندراس می‌نویسد: «امروزه وسایل ارتباط جمعی (رادپو، تلویزیون، سینما و مطبوعات) نقوش و تصاویری قالبی را به مردم می‌دهد که ممکن است به صورت هنجارها و موازین کلی درآید و افرادی که کاملاً در انبوه جامعه گم شده‌اند، با پیروی از آنها راه و روش زندگی خویش را برگزینند» (محسنیان راد،

۱۳۷۵:۴۴). مرتن و لازارسفلد نیز در مقاله مشهور خود به نام «رسانه‌های جمعی، سلیقه مردم و کنش سازمان‌یافته اجتماعی» کارکرد تقویت هنجارهای اجتماعی از طریق رسانه‌ها را به خوبی مطرح می‌کنند. رسانه‌ها با ارائه درست یا نادرست مطالب جهت‌گیری افراد را شکل می‌دهند و به نوعی قادرند نوعی طرز فکر عمومی را در جامعه ایجاد کنند. مک کوئیل در این زمینه می‌نویسد: «انتقال ارزش‌ها و هنجارهای جامعه از نسلی به نسل دیگر را باید زیرمجموعه انتقال میراث فرهنگی محسوب کرد. به کمک رسانه‌ها یگانگی و انسجام اجتماعی و توسعه آن صورت می‌گیرد و به این ترتیب در بین مردم تجربیات مشترک جریان می‌یابد. برای برقراری یکپارچگی در بین مردم و همچنین انجام فرایند جامعه‌پذیری - چه پیش از نهادهای رسمی و چه بعد از آن - رسانه‌ها نقش مهمی ایفا می‌کنند. آنها در بُعد شخصی، تقویت ارزش‌های شخصی و پیدا کردن الگوهای رفتاری و در نهایت هویت‌بخشی را ممکن می‌سازند و در بُعد اجتماعی باعث همدردی اجتماعی، احساس تعلق و تعامل اجتماعی، کمک به ایفای نقش‌های اجتماعی و برقراری رابطه با دوستان و خانواده و جامعه می‌شوند.» (مک کوئیل، ۱۹۹۳: ۱)

تلویزیون: تلویزیون به عنوان یکی از وسایل ارتباط جمعی با القای این احساس که آنچه انتقال می‌دهد بازتاب راستین جامعه است، هم می‌تواند ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی را تقویت کند و هم می‌تواند آنها را مخدوش سازد. ژان کازنو در کتاب «قدرت تلویزیون» می‌گوید: «بین انواع مختلف رسانه‌های گروهی، تلویزیون بیشتر از همه این توانایی دارد که در تبدیل واقعیت به نمایش نقش داشته باشد، زیرا تلویزیون، با تمام منابع تصویری و صوتی خود، چنان واقعیت و خیال را در هم می‌آمیزد که کل موقعیت انسانی، با تمام شکل‌های خود به نمایش تبدیل می‌شود (کازنو، ۱۳۷۴: ۱۲۶). در همین راستا گی‌روشه در کتاب «کنش اجتماعی» با طرح نقش بسیار مهم و مؤثر وسایل ارتباط جمعی، بویژه تلویزیون در اجتماعی کردن نوجوانان به جهشی که تلویزیون در این زمینه ایجاد کرده است، اشاره می‌کند و می‌گوید: «می‌توان درباره برنامه‌های تربیتی تلویزیون گفت که اغلب اوقات به شیوه غیرمستقیم، اجتماعی‌کننده هستند، به خصوص وقتی برنامه‌های آنها برای تفریح، سرگرمی و آرامش خیال فرد پنخس می‌شوند» (روشه، ۱۳۷۰: ۱۷۴). ویلبر شرام نیز در کتاب «تلویزیون و کودکان»

می‌نویسد: «تلویزیون است که بیش از هر رسانه دیگری مجموعه‌ای عمومی از اطلاعات را برای دوران نخست اجتماعی شدن نوجوانان مهیا می‌کند» (شرام، ۱۳۷۷: ۴۵). وی بر این اعتقاد است که تلویزیون می‌تواند آموزش دهد، اما به منظور ایفای نقش آموزشی خود به صورت مؤثر، باید با نهادهای آموزشی جامعه در تماس باشد (شرام، ۱۳۷۷: ۲۲۸). از نظر کامستاک^۱ تلویزیون روی برخی از نهادها تأثیر می‌گذارد. این نهادها عبارتند از: زندگی خانوادگی و جامعه‌پذیری اطفال، دین، تقویت هنجارها و قوانین، امنیت عمومی و سیاست. کامستاک می‌نویسد: «ارزش‌های مردم از طریق تلویزیون همگن می‌شود و تلویزیون اثری شبیه‌کننده دارد و از سوی دیگر با ایجاد هنجارها و جامعه‌پذیر کردن مردم، در انتقال ارزش‌ها مؤثر است.» (حسنی مقدم، ۱۳۷۶: ۱۷)

روش تحقیق

فرضیه‌های اصلی تحقیق:

۱. بین تلویزیون و نهاد خانواده در انتقال ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی به دانش‌آموزان مقطع دبیرستان شهر تهران هماهنگی وجود ندارد.
۲. بین تلویزیون و نهاد مدرسه در انتقال ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی به دانش‌آموزان مقطع دبیرستان شهر تهران هماهنگی وجود دارد.
۳. بین نهاد خانواده و مدرسه در انتقال ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی به دانش‌آموزان مقطع دبیرستان شهر تهران هماهنگی وجود ندارد.

مفاهیم اصلی تحقیق:

- ارزش اجتماعی^۲: در این تحقیق پنج ارزش اجتماعی (علم، ثروت، تقوا، احترام و محبت) انتخاب شده است. معیار انتخاب این ارزش‌های اجتماعی براساس طبقه‌بندی ارائه‌شده از سوی دکتر منصور وثوقی است (وثوقی، ۱۳۷۶: ۱۹۱). البته مایوس مک

1. Comstock

2. Social Values

روگال و هارولد لاسول نیز همین طبقه‌بندی از ارزش‌ها را ارائه داده‌اند. (محسنیان راد، ۱۳۷۵: ۳۳-۳۲)

– هنجارهای اجتماعی^۱: در این تحقیق پنج هنجار اجتماعی (صداقت، وفاداری به همسر، وفاداری به کشور، وفاداری به عهد و پیمان و قانون‌گرایی) انتخاب شده است. معیار انتخاب با توجه به طبقه‌بندی ارائه‌شده از هنجارهای اجتماعی در کتاب یافته‌های پیمایش ارزش‌ها و نگرش ایرانیان بوده است. (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۱: ۲۳۱)

علاوه بر ارزش‌ها و هنجارها، در این پژوهش آسیب‌های اجتماعی (تظاهر، بی‌اعتمادی و تعارض درونی) نیز مورد بررسی قرار گرفته‌اند. این آسیب‌ها از چارچوب نظری تحقیق استنباط شده‌اند.

با توجه به اهداف، فرضیه‌های تحقیق و متغیرهای مورد سنجش، در این تحقیق از روش پیمایش و تحلیل محتوا استفاده شده است.

جامعه آماری: در روش پیمایش، جامعه آماری، کل دانش‌آموزان مقطع دبیرستان شهر تهران است که با توجه به آمار موجود ۴۳۵۳۳۴ دانش‌آموز را شامل می‌شود. همچنین تعداد آموزگاران نیز ۱۷۵۷۹ نفر بوده است. با توجه به اینکه در میان تمام شبکه‌ها، مجموعه تلویزیونی «نرگس» در شش ماهه نخست سال ۱۳۸۵، پربیننده‌ترین سریال (۷۸/۶ درصد بیننده و ۷۲/۳ درصد رضایت) شناخته شده است (صالحی سده، ۱۳۸۵: ۲۸) و از آنجا که ۶۵ درصد از مردم ایران این سریال را به عنوان بهترین برنامه تابستانی در سال ۱۳۸۵ نام برده‌اند، (نجفی اصل، ۱۳۸۵: ۳۳)، این مجموعه برای تحلیل محتوا انتخاب شده است.

حجم نمونه: در روش پیمایش، به دلیل گسترده بودن جامعه آماری، از نمونه‌گیری استفاده می‌شود. در این تحقیق نمونه‌گیری به صورت خوشه‌ای چندمرحله‌ای^۲ انجام شد و ۱۰ مدرسه دخترانه و پسرانه مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به فرمول کوکران ۴۰۰ دانش‌آموز برای پیمایش انتخاب شد. پس از مراجعه به مدارس، با روش تصادفی

1. Social Norms

2. Multi-Stage Cluster Sampling

نظام‌مند آموزگاران از همان مدارس انتخاب شدند و با توجه به فرمول کوکران از ۹۴ آموزگار پیمایش به عمل آمد. با استفاده از روش تحلیل محتوا نیز کل مجموعه تلویزیونی «نرگس» که شامل ۷۵ قسمت (۲۰۱۱ صفحه) بود، برای کدگذاری و تحلیل محتوا انتخاب شد.

یکسان‌سازی نتایج به دست‌آمده در تحلیل محتوا و روش پیمایش

به منظور نیل به اهداف این پژوهش نیازمند یکسان‌سازی نتایج به دست‌آمده از روش پیمایش و تحلیل محتوا هستیم، به طوری که این نتایج قابل قیاس با یکدیگر باشند. در پیمایش از خانواده‌ها، آموزگاران و دانش‌آموزان، در نهایت به میزان گرایش آنها به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی دست یافتیم (کم، متوسط، زیاد). برای مقایسه نتایج پیمایش با نتایج تحلیل محتوا باید گرایش سریال را نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی به دست می‌آوردیم. برای رسیدن به این هدف اقدامات زیر انجام گرفت:

۱. پس از کدگذاری اولیه و مشخص شدن شخصیت‌ها و گرایش آنها به ارزش‌ها و هنجارها، شخصیت‌های سریال را با کمک داوران و با توجه به نقش آنها در سریال به سه دسته مثبت، منفی و خنثی تقسیم کردیم. سپس به هر یک از شخصیت‌ها کد خاصی اختصاص دادیم: شخصیت مثبت: کد ۱، شخصیت منفی: کد -۱، شخصیت خنثی: کد صفر.

۲. در این مرحله برای رسیدن به میزان گرایش سریال به متغیر X بار دیگر کدگذاری انجام شد:

گرایش مثبت هر شخصیت به متغیر X = کد +۱

گرایش منفی هر شخصیت به متغیر X = کد -۱

و هر گرایشی بجز گرایش به متغیر X = کد ۰

۳. با انجام مراحل پیشین، با دو متغیر (شخصیت‌ها و گرایش‌ها) با کدهای (+۱، -۱ و صفر) روبه‌رو شدیم. کد هر شخصیت در کد رفتار ارزشی‌ای که از خود بروز داده است، ضرب شد تا گرایش سریال در آن صحنه خاص مشخص شود.

نمونه‌ای از عملیات انجام‌شده برای تخمین میزان گرایش سریال «نرگس» به ارزش تقوا

صحنه	شخصیت	گرایش	انجام عملیات	گرایش سریال به ارزش تقوا
۱۲۲	شوکت (-۱)	بی‌تقوایی (-۱)	$-۱ \times -۱ = +۱$	در صحنه ۱۲۲ گرایش مثبت به تقوا
۲۶۵	نرگس (+۱)	تقوا (+۱)	$۱ \times ۱ = ۱$	در صحنه ۲۶۵ گرایش مثبت به تقوا
۳۹۴	احسان (+۱)	بی‌تقوایی (-۱)	$+۱ \times (-۱) = -۱$	در صحنه ۳۹۴ گرایش منفی به تقوا
۱۸۵۰	شوکت (-۱)	تقوا (+۱)	$-۱ \times (+۱) = -۱$	در صحنه ۱۸۵۰ گرایش منفی به تقوا
۵۷۲	نسرین (۰)	تقوا (+۱)	$(۰) \times ۱ = ۰$	در صحنه ۱۸۵۰ گرایش خنثی به تقوا

برای رسیدن به میزان گرایش سریال به ارزش تقوا عملیات بالا برای کل صحنه‌ها (۲۰۱۱) انجام شد.

۴. از آنجا که در هر صحنه امکان داشت شخصیت‌های متفاوت، رفتارهای متفاوتی را نسبت به یک متغیر خاص نشان داده باشند و همچنین به دلیل جمع جبری عملیات انجام‌شده، با طیفی از اعداد که دامنه آنها از ۴- شروع و تا ۷+ ادامه داشت، روبه‌رو شدیم.

۵. برای یکسان‌سازی این نتایج با نتایج مربوط به پیمایش و رسیدن به میزان گرایش (ضعیف، متوسط، قوی) سریال به متغیر خاص، اعداد به دست آمده از عملیات ریاضی را که دامنه آنها ۷+ تا ۴- بود، کدگذاری مجدد کردیم.

ضعیف ← ۱- تا ۴-
متوسط ← صفر
قوی ← ۱ تا ۷

۶. در مرحله آخر با محاسبه فراوانی‌ها و درصدگیری، میزان گرایش سریال به متغیرهای مورد بررسی به دست آمد. به این ترتیب اطلاعات به دست آمده از دو روش

متفاوت، یکسان و قابل قیاس با یکدیگر شد.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات: برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم‌افزار آماری علوم اجتماعی (SPSS) نسخه ۱۴ استفاده شد. توزیع فراوانی داده‌ها بررسی شد. آزمون کای اسکور به منظور تجزیه و تحلیل و بررسی فرضیات مورد استفاده قرار گرفت.

یافته‌های تحقیق

از آنجا که بررسی یافته‌های این تحقیق بسیار گسترده است و ذکر آن در این مقاله نمی‌گنجد، از ذکر جداول نخستین و مقایسه‌های به عمل آمده صرف نظر می‌کنیم و از خواننده می‌خواهیم برای این منظور به اصل این پژوهش مراجعه کند. به همین دلیل تنها جداول نهایی این پژوهش ذکر می‌شود.

میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به ارزش‌ها و هنجارهای مورد بررسی

جدول شماره 1- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و

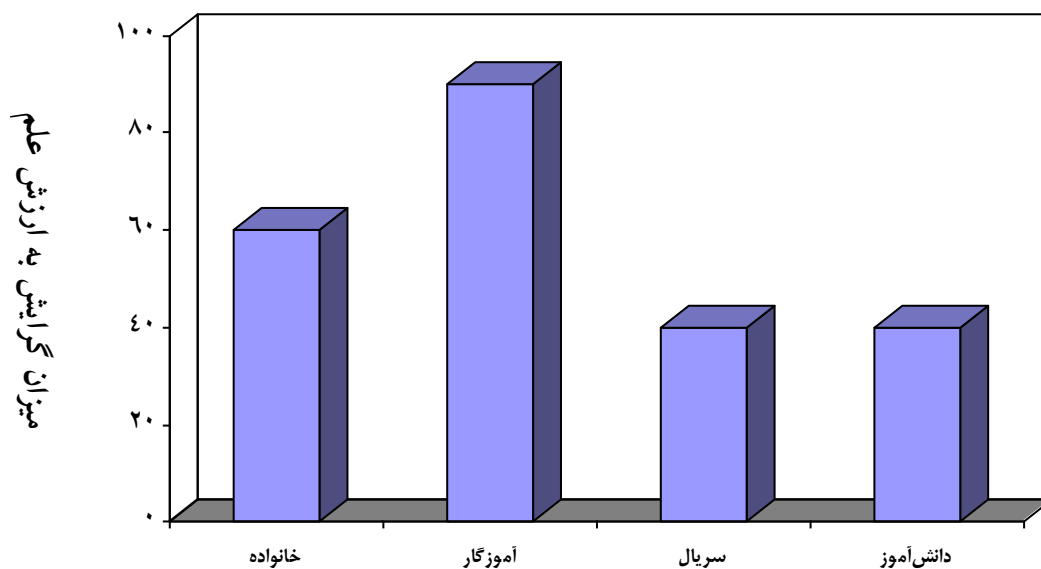
دانش‌آموزان به ارزش «علم»

گرایش	خانواده	آموزگاران	سریال (درصد معتبر)	دانش‌آموزان
ضعیف	۸/۸	۲۸/۷	۰/۷	۱۷/۸
متوسط	۳۴	۳۴	۸/۶	۴۶/۳
قوی	۵۷/۳	۳۷/۲	۹۰/۶	۳۶
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

■ یافته‌ها نشان می‌دهد سریال نرگس در نزدیک به ۹۱ درصد از صحنه‌هایی که به ارزش علم پرداخته است، گرایش «قوی» به این ارزش دارد. در مرحله بعد، حدود ۵۷ درصد از خانواده‌ها گرایش «قوی» به ارزش علم دارند. در مرحله سوم گرایش حدود ۳۷ درصد از آموزگاران به این ارزش «قوی» است و در آخرین مرحله ۳۶ درصد

از دانش‌آموزان گرایش «قوی» به ارزش علم دارند.

نمودار شماره 1- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به ارزش «علم»

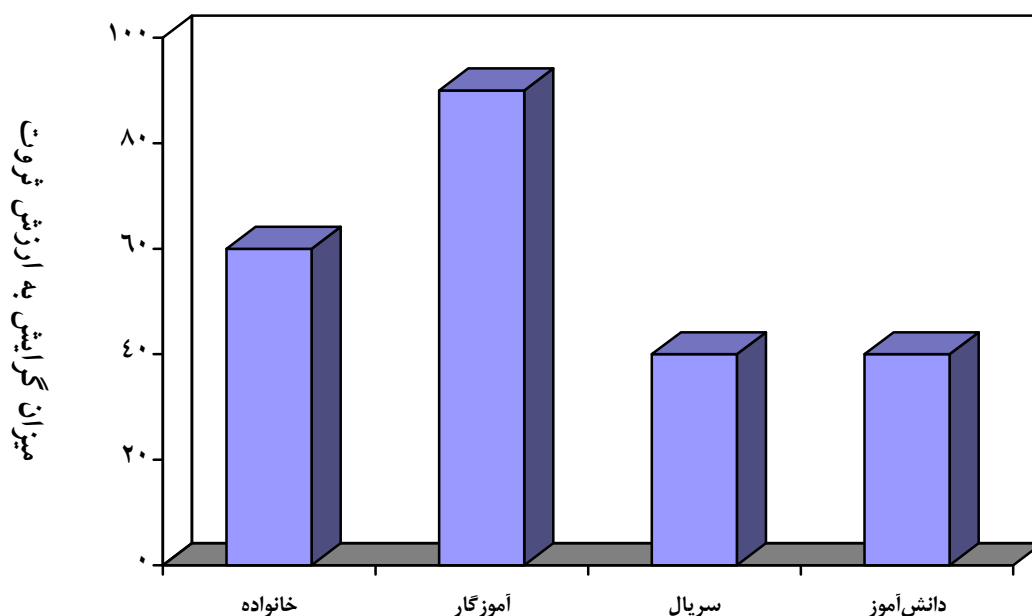


جدول شماره 2- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به ارزش «ثروت»

گرایش	خانواده	آموزگاران	سریال (درصد معتبر)	دانش‌آموزان
ضعیف	۴۰	۳۶/۲	۵۷/۹	۲۶
متوسط	۳۷/۵	۳۵/۱	۴۰/۲	۴۱/۳
قوی	۲۲/۵	۲۸/۷	۱/۹	۳۲/۸
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

■ نتایج نشان می‌دهد حدود ۳۳ درصد از دانش‌آموزان گرایش «قوی» به ارزش ثروت دارند. در مرحله بعد، گرایش حدود ۲۹ درصد از آموزگاران به این ارزش «قوی» است. در مرحله سوم ۲۲/۵ درصد از خانواده‌ها گرایش «قوی» به ارزش ثروت دارند. با توجه به نتایج، در مرحله آخر، سریال نرگس، تنها در ۲ درصد از صحنه‌هایی که به این ارزش پرداخته است، گرایش «قوی» به این ارزش دارد.

نمودار شماره ۲- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به ارزش «ثروت»

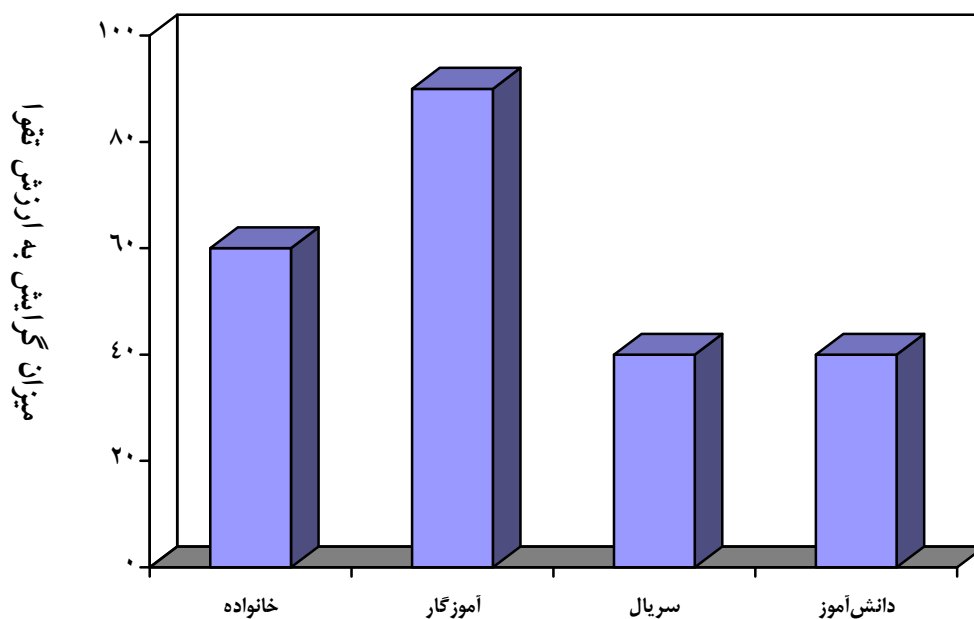


■ براساس یافته‌ها، سریال نرگس در ۹۱ درصد از صحنه‌هایی که به ارزش تقوا پرداخته، گرایش «قوی» به این ارزش داشته است و در مرحله بعد، ۷۹/۵ درصد از خانواده‌ها گرایش «قوی» به ارزش تقوا دارند. در مرحله سوم، گرایش حدود ۷۷ درصد از آموزگاران به ارزش تقوا «قوی» است. در مرحله آخر ۷۱ درصد از دانش‌آموزان گرایش «قوی» به این ارزش دارند.

جدول شماره ۳- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به ارزش «تقوا»

گرایش	خانواده	آموزگاران	سریال (درصد معتبر)	دانش‌آموزان
ضعیف	۱/۳	۳/۲	۱/۵	۲
متوسط	۱۹/۳	۲۰/۲	۷/۴	۲۷
قوی	۷۹/۵	۷۶/۶	۹۱/۱	۷۱
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

نمودار شماره ۳- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به ارزش «تقوا»

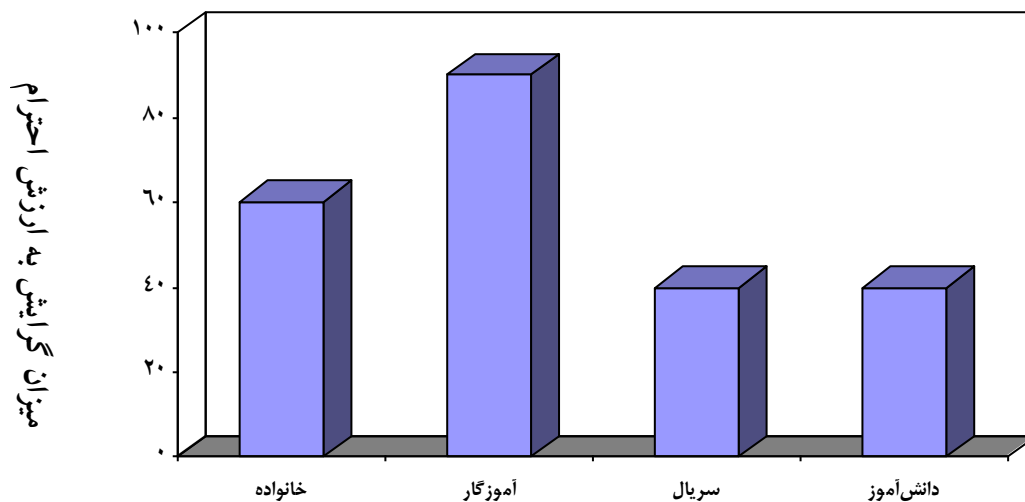


■ ۶۱/۵ درصد از خانواده‌ها گرایش «قوی» به ارزش احترام دارند، در مرحله بعد، سریال نرگس در ۵۹ درصد از صحنه‌هایی که به ارزش احترام پرداخته است، گرایش «قوی» به این ارزش دارد و در مرحله سوم، گرایش حدود ۵۲ درصد از آموزگاران به این ارزش «قوی» است و در مرحله آخر ۳۹ درصد از دانش‌آموزان گرایش قوی به ارزش احترام دارند.

جدول شماره ۴- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به ارزش «احترام»

گرایش	خانواده	آموزگاران	سریال (درصد معتبر)	دانش‌آموزان
ضعیف	۱۱/۵	۱۷	۴/۷	۳۱/۵
متوسط	۲۶/۸	۳/۹	۳۶/۳	۲۹/۵
قوی	۶۱/۵	۵۲/۱	۵۹	۳۹
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

نمودار شماره ۴- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به ارزش «احترام»

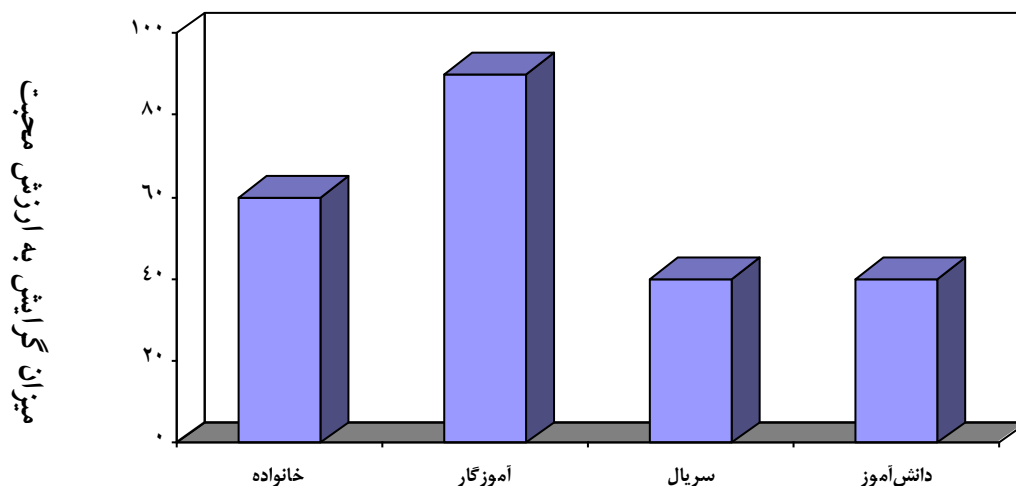


جدول شماره 5- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به ارزش «محبت»

گرایش	خانواده	آموزگاران	سریال (درصد معتبر)	دانش‌آموزان
ضعیف	۷	۸/۵	۱۰/۴	۱۵/۸
متوسط	۴۲/۸	۴۵/۷	۲۴/۹	۴۹/۱
قوی	۵۰/۳	۴۵/۷	۶۴/۷	۳۵/۱
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

■ با توجه به نتایج به دست آمده، سریال نرگس در ۶۵ درصد از صحنه‌هایی که به ارزش محبت پرداخته است گرایش «قوی» به این ارزش دارد. در مرحله بعد، گرایش حدود ۵۰ درصد از خانواده‌ها به این ارزش «قوی» است و در مرحله سوم حدود ۴۶ درصد از آموزگاران گرایش «قوی» به این ارزش دارند. همچنین در مرحله آخر، حدود ۳۵ درصد از دانش‌آموزان گرایش «قوی» به ارزش محبت دارند.

نمودار شماره 5- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به ارزش «محبت»

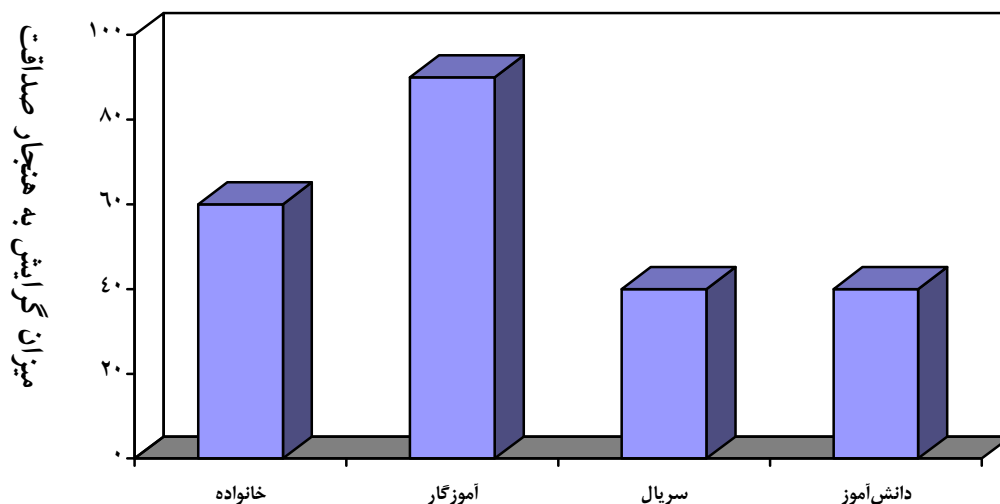


جدول شماره 6- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به هنجار «صداقت»

گرایش	خانواده	آموزگاران	سریال (درصد معتبر)	دانش‌آموزان
ضعیف	۸/۵	۸/۵	۲/۹	۲۱
متوسط	۲۱/۸	۳۰/۹	۴۹	۳۱/۵
قوی	۶۹/۸	۶۰/۶	۴۸	۴۷/۵
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

■ حدود ۷۰ درصد از خانواده‌ها گرایش «قوی» به هنجار صداقت دارند. در مرحله بعد، حدود ۶۱ درصد از آموزگاران گرایش «قوی» به این هنجار دارند. در مرحله سوم سریال نرگس در ۴۸ درصد از صحنه‌هایی که به این هنجار پرداخته است گرایش «قوی» به هنجار صداقت داشته است. با توجه به یافته‌ها، دانش‌آموزان ۴۷/۵ درصد گرایش «قوی» به این هنجار، در مرحله آخر قرار می‌گیرند.

نمودار شماره 6- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به هنجار «صداقت»

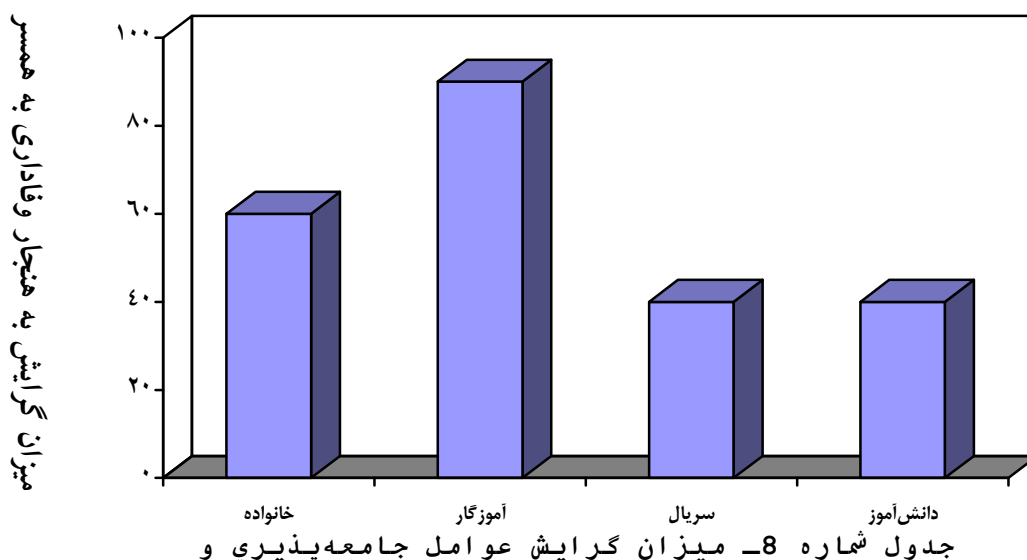


جدول شماره 7- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به هنجار «وفاداری به همسر»

گرایش	خانواده	آموزگاران	سریال (درصد معتبر)	دانش‌آموزان
ضعیف	۰/۵	۱/۱	۱/۴	۱/۸
متوسط	۲۸/۳	۲۵/۵	۲۱/۱	۴۳
قوی	۷۱/۳	۷۳/۴	۷۷/۵	۵۵/۳
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

■ یافته‌ها نشان می‌دهد سریال نرگس در ۷۷/۵ درصد از صحنه‌هایی که به هنجار وفاداری به همسر پرداخته است، گرایش «قوی» به این هنجار دارد. در مرحله بعد، حدود ۷۳ درصد از آموزگاران گرایش «قوی» به این هنجار دارند و در مرحله سوم گرایش حدود ۷۱ درصد از خانواده‌ها به هنجار وفاداری به همسر «قوی» است. دانش‌آموزان با ۵۵ درصد گرایش «قوی» به هنجار وفاداری به همسر، در مرحله آخر قرار می‌گیرند.

نمودار شماره 7- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به هنجار «وفاداری به همسر»



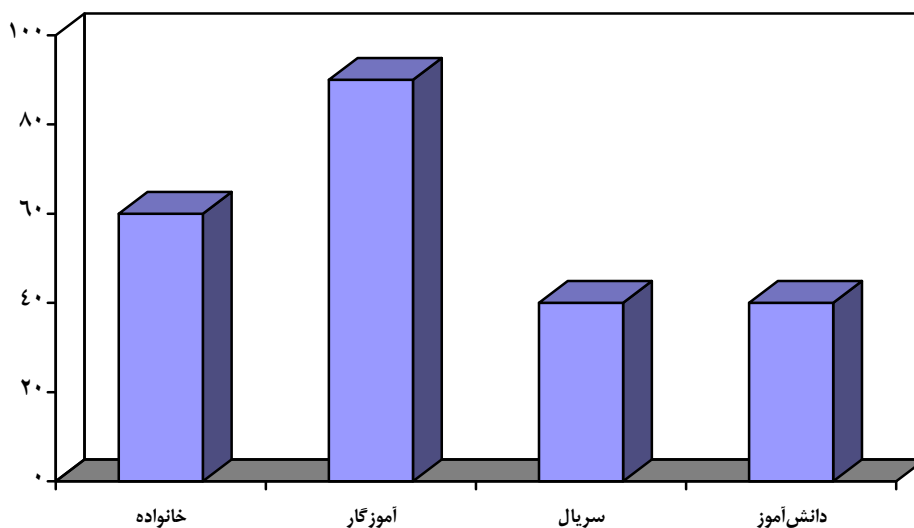
دانش‌آموزان به «وفاداری به کشور»

گرایش	خانواده	آموزگاران	سریال (درصد معتبر)	دانش‌آموزان
ضعیف	۲۴/۸	۱۷	۰	۳۵
متوسط	۴۶/۳	۵۴/۳	۱۹/۶	۴۷
قوی	۲۹	۲۸/۷	۸۰/۴	۱۸
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

■ براساس نتایج به دست آمده، سریال نرگس در ۸۰ درصد از صحنه‌هایی که به هنجار وفاداری به کشور پرداخته است، گرایش «قوی» به این هنجار دارد. در مرحله بعد، گرایش حدود ۲۹ درصد از آموزگاران و خانواده‌ها به این هنجار «قوی» است. همچنین دانش‌آموزان با ۱۸ درصد گرایش «قوی» به این هنجار، در مرحله آخر قرار می‌گیرند.

نمودار شماره ۸ - میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به هنجار «وفاداری به کشور»

میزان گرایش به هنجار وفاداری به کشور

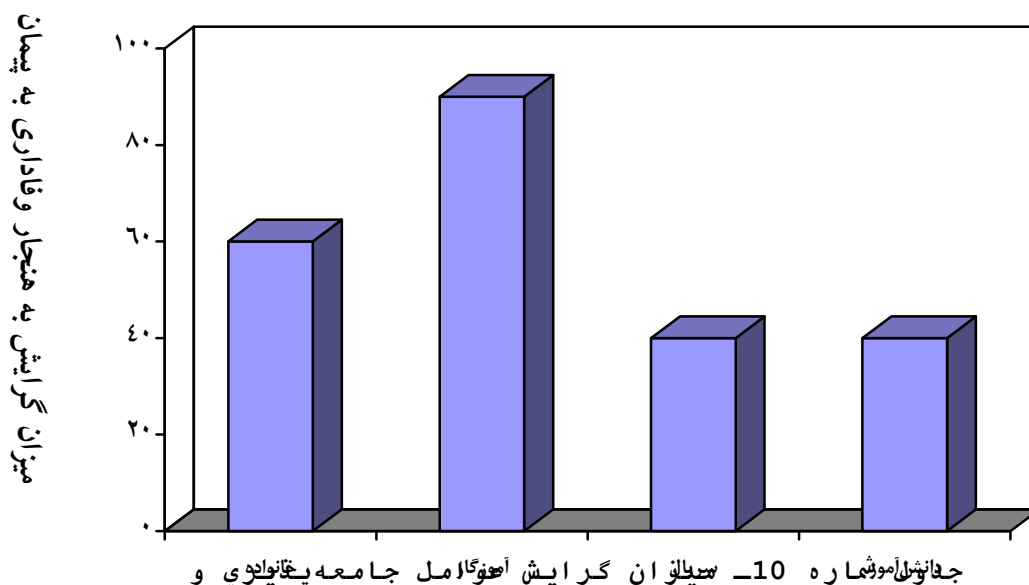


جدول شماره 9- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به هنجار «وفاداری به عهد و پیمان»

گرایش	خانواده	آموزگاران	سریال (درصد معتبر)	دانش‌آموزان
ضعیف	۱۸/۸	۱۲/۸	۶	۲۸/۵
متوسط	۴۲/۸	۳۸/۳	۷۰/۱	۴۰/۳
قوی	۳۸/۵	۴۸/۹	۲۳/۹	۳۱/۳
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

■ جدول فوق نشان می‌دهد حدود ۴۹ درصد از آموزگاران گرایش «قوی» به هنجار وفاداری به عهد و پیمان دارند و در مرحله بعد، ۳۸/۵ درصد از خانواده‌ها گرایش «قوی» به این هنجار دارند. در مرحله سوم، گرایش حدود ۳۱ درصد از دانش‌آموزان به هنجار وفاداری به عهد و پیمان «قوی» است و سریال نرگس با حدود ۲۴ درصد گرایش «قوی» به این هنجار، در مرحله آخر قرار می‌گیرد.

نمودار شماره 9- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به هنجار «وفاداری به پیمان»

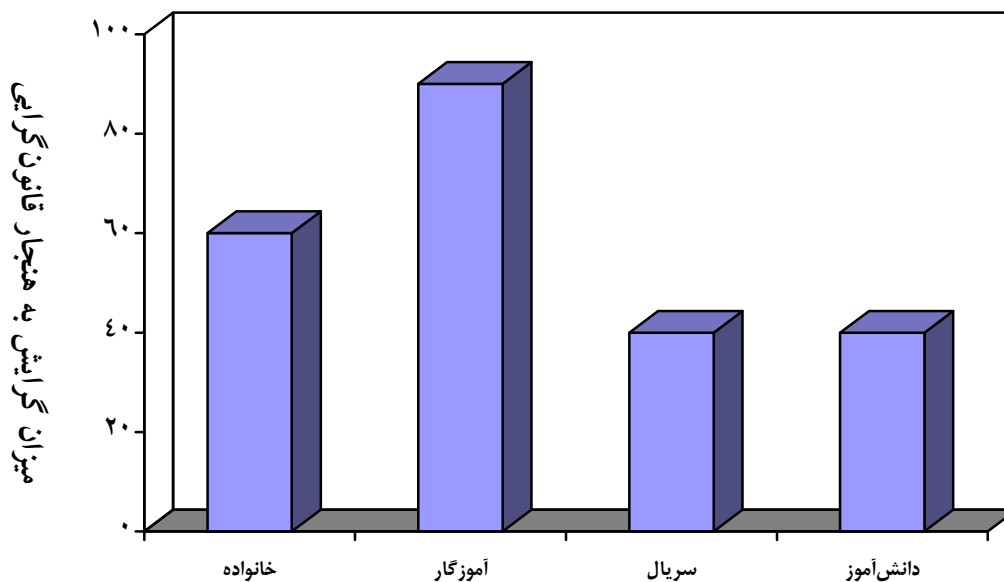


دانش‌آموزان به هنجار «قانون‌گرایی»

گرایش	خانواده	آموزگاران	سریال (درصد معتبر)	دانش‌آموزان
ضعیف	۱۹/۵	۸/۵	۰/۵	۲۴/۸
متوسط	۴۱/۸	۴۲/۶	۱۵	۴۹/۵
قوی	۳۸/۸	۴۸/۹	۸۴/۵	۲۵/۸
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

■ با توجه به یافته‌ها، سریال نرگس در ۸۴/۵ درصد از صحنه‌هایی که به هنجار قانون‌گرایی پرداخته است گرایش «قوی» به این هنجار دارد. در مرحله بعد، حدود ۴۹ درصد از آموزگاران گرایش «قوی» به این هنجار دارند. در مرحله سوم گرایش حدود ۳۹ درصد از خانواده‌ها به این هنجار «قوی» است. این در حالی است که در مرحله آخر، حدود ۲۶ درصد از دانش‌آموزان گرایش «قوی» به این هنجار دارند.

نمودار شماره 10- میزان گرایش عوامل جامعه‌پذیری و دانش‌آموزان به هنجار «قانون‌گرایی»



نتایج تحقیق

- حدود ۹۷ درصد از دانش‌آموزان سریال نرگس را تماشا کرده‌اند.
- با توجه به نتایج آزمون کای اسکور، تلویزیون (سریال نرگس) و نهاد خانواده در هیچ یک از ارزش‌های مورد بررسی در این تحقیق هماهنگ نیستند.
- نتایج آزمون کای اسکور نشان داد تلویزیون (سریال نرگس) و نهاد خانواده تنها در زمینهٔ هنجار وفاداری به همسر، با یکدیگر هماهنگ هستند و در زمینهٔ هنجار صداقت، وفاداری به کشور، وفاداری به عهد و پیمان و قانون‌گرایی، با یکدیگر هماهنگی ندارند.
- با توجه به نتایج آزمون کای اسکور، تلویزیون (سریال نرگس) و نهاد مدرسه در هیچ یک از ارزش‌های مورد بررسی در این تحقیق هماهنگ نیستند.
- با توجه به نتایج آزمون کای اسکور، تلویزیون (سریال نرگس) و نهاد مدرسه تنها در زمینهٔ هنجار وفاداری به همسر، با یکدیگر هماهنگ هستند و در زمینهٔ هنجار صداقت، وفاداری به کشور، وفاداری به عهد و پیمان و قانون‌گرایی، با یکدیگر هماهنگی ندارند.
- با در نظر گرفتن نتایج آزمون کای اسکور، نهاد خانواده و مدرسه (آموزگاران) تنها در زمینهٔ ارزش علم با یکدیگر هماهنگ نیستند و در زمینهٔ ارزش ثروت، تقوا، احترام و محبت با یکدیگر هماهنگی دارند.
- با در نظر گرفتن نتایج آزمون کای اسکور، نهاد خانواده و مدرسه (آموزگاران) در زمینهٔ هنجار صداقت، وفاداری به همسر، وفاداری به کشور، و وفاداری به عهد و پیمان با یکدیگر هماهنگ هستند. این دو عامل تنها در زمینهٔ هنجار قانون‌گرایی با یکدیگر هماهنگ نیستند.
- با توجه به نتایج آزمون کای اسکور، میزان گرایش دانش‌آموزان به ارزش‌ها و هنجارهای مورد بررسی با میزان گرایش تلویزیون (سریال نرگس) به این ارزش‌ها و هنجارها تفاوت معناداری دارد. بنابراین با یکدیگر هماهنگ نیستند.
- با توجه به نتایج آزمون کای اسکور، میزان گرایش دانش‌آموزان به ارزش‌ها و هنجارهای مورد بررسی با میزان گرایش خانواده به این ارزش‌ها نیز تفاوت معناداری

دارد. بنابراین با یکدیگر هماهنگ نیستند.

■ میزان گرایش دانش‌آموزان به ارزش‌ها و هنجارهای مورد بررسی با میزان گرایش مدرسه (آموزگاران) در ارزش ثروت، تقوا و محبت تفاوت معناداری ندارد. به عبارت دیگر، دانش‌آموزان در زمینه این ارزش‌ها با آموزگاران خود هماهنگ هستند و در سایر ارزش‌ها و هنجارها تفاوت معناداری بین آنها دیده شد.

■ با در نظر گرفتن آزمون کای اسکور، هر اندازه ناهماهنگی بین نهاد خانواده و مدرسه (آموزگاران) در زمینه ارزش ثروت و هنجار وفاداری به عهد و پیمان قوی‌تر باشد، «بی‌اعتمادی» در دانش‌آموزان زیادتر می‌شود.

■ با توجه به نتایج آزمون کای اسکور، هر اندازه ناهماهنگی بین نهاد خانواده و مدرسه (آموزگاران) در زمینه ارزش علم و ثروت و هنجار صداقت، وفاداری به همسر و وفاداری به کشور قوی‌تر باشد، «تعارض درونی» در دانش‌آموزان زیادتر می‌شود.

■ با توجه به نتایج آزمون کای اسکور، هر اندازه ناهماهنگی بین نهاد خانواده و مدرسه (آموزگاران) در زمینه ارزش تقوا و هنجار قانون‌گرایی قوی‌تر باشد، «تظاهر» در دانش‌آموزان زیادتر می‌شود و هر قدر ناهماهنگی بین نهاد خانواده و مدرسه (آموزگاران) در زمینه ارزش ثروت قوی‌تر باشد، «تظاهر» در دانش‌آموزان کمتر می‌شود.

سخن آخر

نتایج این تحقیق نشان داد که در بیشتر متغیرهای مورد بررسی، تلویزیون با نهاد خانواده و مدرسه هماهنگ نیست. به عبارت دیگر، هر یک از این عوامل جامعه‌پذیری، آنها را به سمت و سویی می‌کشد و با توجه به اینکه نوجوانان در سن حساسی به سر می‌برند، پیامد این ناهماهنگی می‌تواند ماهیت و دوام جامعه و فرهنگ را به خطر بیندازد. به این ترتیب از آنجا که ماهیت جامعه ما ارزشی است، توجه به این حوزه و رفع معضلات آن باید سرلوحه برنامه‌های نهادهای آموزشی کشور قرار گیرد. براساس نتایج تحقیق، ناهماهنگی بین عوامل جامعه‌پذیری باعث به وجود آمدن آسیب‌های فردی و اجتماعی مانند تعارض درونی، تظاهر و بی‌اعتمادی به دیگران می‌شود. از این رو، این عوامل نباید از اهداف و برنامه‌های یکدیگر غافل شوند و به صورت منفرد به حیات خود ادامه دهند. برای مثال، برنامه‌سازان تلویزیونی باید به گونه‌ای برنامه‌های

خود را بسازند که یا با آموزگاران و خانواده‌ها هماهنگ شوند یا آنها را با خود هماهنگ و هم‌جهت کنند. از سوی دیگر، چون یادگیری و آموزش از تلویزیون نوعی یادگیری اتفاقی است، کوچک‌ترین رفتار شخصیت‌ها علاوه بر گفتار آنها می‌تواند بر روی مخاطبان تأثیر پایداری داشته باشد و از همین رو برنامه‌های تلویزیونی را باید مکمل آموزش‌های مدرسه و خانواده محسوب کرد. هنجارهایی که در بین خانواده و آموزگاران از قداست خاصی برخوردارند، نباید در برنامه‌های تلویزیونی زیر سؤال بروند و کم‌رنگ نشان داده شوند. برای مثال، این تحقیق نشان داد که گرایش ۴۹ درصد از آموزگاران و ۳۸/۵ درصد از خانواده‌ها به هنجار وفاداری به عهد و پیمان قوی است، لیکن در سریال نرگس تنها ۲۴ درصد از صحنه‌ها گرایش قوی به این هنجار دارند. از آنجا که هنجارها در رفتار نمود می‌یابند، در این سریال حتی شخصیت‌های مثبت بارها به این هنجار وفادار نبودند و بعد از پیمان‌شکنی، عمل خود را توجیه کردند. از سوی دیگر، این تحقیق پیشنهاد می‌کند علاوه بر توجه به نیاز مخاطبان در ساخت برنامه‌های تلویزیونی، توجه به بسترهایی که مخاطب در آن رشد یافته و آموزش دیده و به عبارت دقیق‌تر اجتماعی شده نیز ضروری است. به این ترتیب در تولید سریال‌های تلویزیونی بهره‌گیری از دانش متخصصان در حوزه‌های جامعه‌شناسی و روان‌شناسی می‌تواند مثمرتر باشد.

منابع فارسی:

۱. باهنر، ناصر (۱۳۷۸) نقش رسانه و تأثیر فزاینده آن بر حیات اجتماعی، فصلنامه علمی - پژوهشی رادیو و تلویزیون، انتشارات دانشکده صداوسیما، پیش‌شماره، پاییز ۱۳۷۸.
۲. تحلیل ثانویه یافته‌های پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۸۱)، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۳. حسنی مقدم، باهره (۱۳۷۶) انتقال ارزش از طریق برنامه‌های سیما (پژوهش)، مرکز تحقیقات، صداوسیما.
۴. رابرتسون، یان (۱۳۷۴) درآمدی بر جامعه: با تأکید بر نظریه‌های کارکردگرایی ستیز و کنش متقابل نمادی، ترجمه حسین بهروان، مشهد: آستان قدس رضوی.
۵. روشه، گی (۱۳۷۰) مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی عمومی: کنش اجتماعی، مشهد: انتشارات دانشگاه مشهد.
۶. شرام، ویلبر (۱۳۷۷) تلویزیون در زندگی کودکان ما، ترجمه محمود حقیقت کاشانی، تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.
۷. صالحی سده، زیبا (۱۳۸۵) روند پژوهی فیلم‌های سینمایی و سریال‌های شش‌ماهه اول سال ۱۳۸۵ (پژوهش)، مرکز تحقیقات صداوسیما.
۸. کازنو، ژان (۱۳۶۴) قدرت تلویزیون، ترجمه علی اسدی، تهران: امیرکبیر.
۹. کوئن، بروس (۱۳۷۷) درآمدی بر جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: توتیا.
۱۰. محسنی، منوچهر (۱۳۸۲) مقدمات جامعه‌شناسی، تهران: دوران.
۱۱. محسنی، منوچهر (۱۳۷۷) جامعه‌شناسی عمومی، تهران: طهوری.
۱۲. محسنیان راد، مهدی (۱۳۷۵) انقلاب، مطبوعات و ارزش‌ها: مقایسه انقلاب اسلامی و مشروطیت، تهران: سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی.
۱۳. مهاجری، اصغر (۱۳۷۴) کودک و نوجوان در برابر تلویزیون، مطالعه خاص جامعه‌شناختی بر روی کودکان و نوجوانان ۱۱-۶ سال شهرستان ابهر (پژوهش)، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

۱۴. نجفی اصل، مرضیه (۱۳۸۵) پیامگیران سیما در فصل تابستان ، تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
۱۵. نیک گوهر، عبدالحسین (۱۳۸۳) مبانی جامعه‌شناسی، تهران: توتیا.
۱۶. وثوقی، منصور، نیک‌خلق، علی‌اکبر (۱۳۷۶) مبانی جامعه‌شناسی ، تهران: خردمند.

منبع انگلیسی:

1. Mcquail, Denis, (1993) **Mass Communication Theory**. London: Sage Publication.