

چکیده

«امیل دورکیم» تربیت را عملی می‌داند که نسلهای بالغ بر روی نسلهایی که هنوز برای زندگی اجتماعی به حد بلوغ نرسیده‌اند انجام می‌دهند و غرض از آن برانگیختن یک دسته حالات جسمانی، عقلانی و اخلاقی است که مقتضای جامعه سیاسی و محیط اجتماعی است که کودک اختصاصاً برای زندگی در آن آماده می‌شود.

وظیفه و نقش وسایل ارتباط جمعی نیز، انتشار جریان رویدادهای اجتماعی است و همین امر به انسان امکان می‌دهد محیط زندگی را بهتر بشناسد و با توجه به آن، احتیاجات فردی و جمعی خود را مرتفع سازد و در برابر دیگران راه و رسم شایسته پیش بگیرد، اندیشه‌های خوب به دست آورد و قضاوت‌های درست نشان دهد و به‌طور کلی به عنوان عضوی از اعضای جامعه با آگاهی کامل به حقوق و مسئولیت خویش و با آزادی و آسایش به زندگی ادامه دهد. بنابراین با تحلیل محتوای داده‌های وسایل ارتباط جمعی، می‌توان نقش آموزشی و پرورشی آنها را که محصول انتشار اطلاعات عینی و ارائه روشهای زندگی است مشخص کرد. بدین منظور پژوهش حاضر به بررسی تحلیل محتوای وسایل ارتباط جمعی در ارتباط با مسائل تعلیم و تربیت پرداخته است. از بین این وسایل رادیو، تلویزیون و مطبوعات محلی اصفهان با توجه به پوشش وسیعی که از نظر مخاطب دارد، به‌ویژه مخاطب کودک، نوجوان و جوان پرداخته است.

هدف این پژوهش تعیین سهم برنامه‌ها و متون در وسایل ارتباط جمعی محلی استان اصفهان در ارتباط با مسائل تعلیم و تربیت و همچنین بررسی اصول تدوین محتوا و کیفیت ساختار آنهاست. روش انتخاب شده در این تحقیق تحلیل محتواست که با استفاده از فرمهای مقوله‌بندی شده و فهرستهای بازبینی در زمینه ابعاد مختلف تربیتی شامل بعد عقلانی، عاطفی، اجتماعی و اخلاقی - معنوی و همچنین فرمها و جدولهایی برای تعیین سهم برنامه‌ها و متون مربوط به تعلیم و تربیت در وسایل ارتباط جمعی انجام گرفته است.

جامعه آماری این تحقیق، برنامه‌ها و متون وسایل ارتباط جمعی محلی اصفهان است و نمونه‌های انتخاب شده برنامه‌های کودک و نوجوان و جنگ جوان تلویزیون، برنامه‌های امیدهای فردا و جوان رادیو و متون یک روزنامه،

تحلیل محتوای برنامه‌ها و متون ارائه شده در وسایل ارتباط جمعی

شهیندخت عالی*

یک هفته‌نامه، یک ماه‌نامه و یک فصلنامه است. برای تحلیل داده‌ها میزان فراوانی موارد مربوط به ابعاد تربیتی ذکر شده و فرمهای مقوله‌بندی شده و سایر فهرستهای بازیابی محاسبه گردیده است. نتایج به دست آمده حاکی از این است که:

- بیشترین میزان مطلب مربوط به تعلیم و تربیت در مطبوعات متعلق به فصلنامه فرهنگ اصفهان است، اما بیشترین فراوانی ابعاد تربیتی متعلق به هفته‌نامه صدا است. - بیشترین سهم برنامه‌های کودک و نوجوان در تلویزیون به نسبت کل برنامه‌های این شبکه ۵/۳۳ درصد و سهم همین برنامه‌ها در رادیو ۱/۰۴ درصد است.

- از بین ابعاد تربیتی بررسی شده، بعد عقلانی در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی دارای فراوانی بیشتری است. در رادیو ۱/۱۵ فراوانی به طور متوسط در هر برنامه و در تلویزیون ۲/۰۵ فراوانی در هر برنامه متعلق به بعد عقلانی است.

- برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی بیشتر به صورت مصاحبه و گفت‌وگو است. همچنین برنامه‌ها بیشتر شادی‌آور است اما اکثراً مستند نیستند.

- در مطبوعات نیز بعد عقلانی فراوانی بیشتری نسبت به سایر ابعاد دارد که ۴۵/۲۶ فراوانی می‌باشد.

- در مطبوعات بررسی شده برنامه‌ها بیشتر به صورت نثر است و قالب متن‌ها به صورت گزارشی است.

در هر صورت نتایج گویای این است که ابعاد تربیتی مورد بررسی هیچ‌کدام به صورت جدی و برنامه‌ریزی شده در برنامه‌ها پیش‌بینی نگردیده و در نظر گرفته نشده است. البته با توجه به مشاهده برنامه‌های تلویزیونی و شنیدن برنامه‌های رادیویی می‌توان اظهار کرد، همان‌طور که جنبه‌های مثبت تربیتی برنامه‌ها کم است، جنبه‌های منفی آنها نیز قابل توجه نیست.

مقدمه

اعمال تربیت در مورد انسان بدان معنی است که او نه تنها از مرحله یک موجود صرفاً زیستی به مرحله موجود زنده متفکر ارتقا یابد، بلکه بتواند برای خود چنان حقوقی قایل شود که خویشتر را در انتخاب ارزشهای اجتماعی و غایات زندگی مختار بداند و بداند که چه می‌خواهد و چرا چنین می‌خواهد. چنین انسانی می‌تواند مستقل باشد و با سلاح منطق در برابر جریان‌های فکری نامساعد مقاومت کند،

افرادی که می‌دانند چه می‌کنند، ولی نمی‌دانند چرا چنین می‌کنند برای دام‌گذاران حوادث اجتماعی طعمه‌های سهل‌الوصول و برای گردانندگان ناپسامانی‌ها برده‌های سر به راهی هستند.

به وجود آوردن محیطی مناسب و مساعد برای اجرای چنین تربیتی نیازمند به اندیشیدن کافی و تجزیه و تحلیل امکانات موجود برای به فعل در آوردن اندیشه‌ها است. تعریف اندیشه‌ها لازم و تعیین روش اجرای آنها امری ضروری است. اما بدون تردید انسان معاصر را فقط با آموزش نظری در مدارس نمی‌توان به عنوان یک فرد کاملاً آگاه وارد صحنه زندگی کرد. بلکه باید به موازات آموزش مدرسه‌ای، از طریق وسایل ارتباط جمعی، اخبار و اطلاعات محیط زندگی و افکار و عقاید و رفتارهای عمومی و امکانات تفریحی سالم را نیز در اختیار او گذاشت.

در جوامع پیشرفته کنونی، افراد انسانی کوشش می‌کنند همیشه در جریان همه امور و مسائل اجتماعی قرار داشته باشند تا بتوانند به طور مستقیم نقش خاص خویشتر را در زندگی گروهی ایفا کنند. برای همین آگاهی اجتماعی، از مهمترین ویژگیهای زمان معاصر به شمار می‌رود و همین آگاهی است که انسان را به زندگی فردی و جمعی علاقه‌مند می‌سازد و توجه او را به آزادی و مسؤولیت‌های وی جلب می‌کند. در جهان امروز وسایل ارتباط جمعی (مطبوعات، رادیو، تلویزیون) با انتقال اطلاعات و معلومات جدید و مبادله افکار و عقاید عمومی، در راه تعلیم و تربیت و پیشرفت فرهنگ و تمدن بشری نقش بزرگی به عهده گرفته‌اند. به طوری که بسیاری از دانشمندان عصر کنونی زندگی انسان را «عصر ارتباطات» نام گذاشته‌اند (معمدنژاد، ۱۳۷۱).

از سوی دیگر تحلیل محتوا، موضوع اصلی علوم است که درباره انسان بحث می‌کنند. استعداد سخن گفتن، برجسته‌ترین ویژگی انسان است و زبان جزء جدایی‌ناپذیر تفکر منطقی، احساسات و همه عناصر مشخصه زندگی درونی است. اگر درست نگریسته شود، تحلیل محتوا مسأله اصلی مطالعات انسانی است و کوشش در این راه، می‌تواند علوم اجتماعی و رفتاری را به شکل اساسی تغییر دهد. از آنجا که تحقیق شامل سه مقوله تعلیم و تربیت، وسایل ارتباط جمعی و تحلیل محتوا است، در این فصل به اختصار این سه مقوله، در ارتباط با موضوع تحقیق، مرور می‌شود.

انبیا (ع)

دایماً عظمت و گستاخی حمد
 که بود تعظیم از دیده زنده
 عظمت و نهیای بند آسوسته
 ز آنکه تعظیم کرد سوخته
 دفتر پنجم، آیهات ۲۰
 مراد از حال روحی غفلت سخن می‌گوید:
 بدای که گستاخی دارد و تعظیم و بزرگانست
 مبرور را فرک نمی‌کند، او وظایف و بزرگی غفلت
 می‌کند، زنده یعنی درد جسم و در اینجا نادیده
 حقیقت است. تعظیم و حرمت معبود، غفلت و
 نسیان را از میان می‌برد و پناه حق را در دل بنده
 پدید می‌آورد که حاصل این وضعیت انبیا و اگامی
 و قابل بر ادب سادگی است. ۲۱

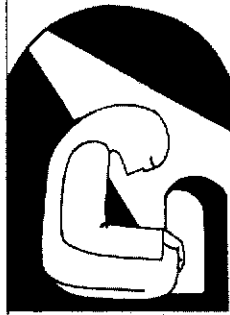
انبیا از برای ادبی

این نگارنده و قلم می‌گفت پوست
 پیشی پختن دام شایهنا بسمیست
 همین سوسو گستاخ در لبه پلا
 همین سوزان گویوشه آتشی کربلا
 دفتر سوم، آیهات ۳۰-۳۱

سخن از ساروت و ساروت است که دست
 شاهانه جمال حق بود در از هر نغزی در
 بیاه عصمت حق می‌دیند. می‌گفتند اگر هر زمین
 بود آن را آباد و پر از عدل و داد و عدالت می‌کردیم
 مراد از آن می‌گردد: نهایی الهی در جواب می‌گفت:
 سیرت، پاش تا ... بایست تا ... آتشی پروتا در دام
 نبی که افتادند و دیدند کربلا یعنی گرفتاری و
 مشکل و ایات بعد از آنکه از راه
 خدا دور افتادند و هلاک شدند همچون اقوام عاد،
 لوط، نوحه و ... که این نهر الهی آنها را نابود کرد. ۲۱

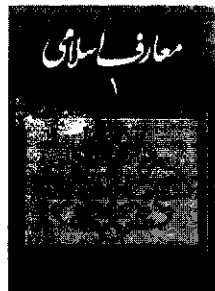
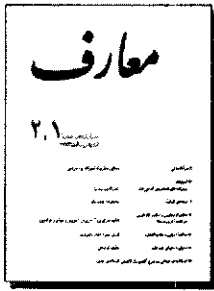
غزوه غمخت (بر ادبی)

لطفه شه جان را جانیهو جو کند
 زانچه شه هر رشت را نهیو کند
 دور مکن رفتی که نیکیهای ما
 پشت آید پیشی آن زبانی ما
 غمخت خود را سزا پیشانی
 تو نویی خرم از آن اندوختنی



چون تو را فکر و دعا دستور شده
 زان نسا کسبهان دلت مسکور شده
 هم سخن بهی تو خود با او خدا
 ای بسا گو زین گمان آتشد چغا
 کچه با تو شه نظمه بسو زبون
 خوبشمن بهشانی و نیکوتر نشین
 نیکسوز دفتر دوم، آیهات ۳۳-۳۴
 انسان گامکار است و پروردگار نوبه‌پذیر، توبه
 او را می‌پذیرد و همین لطف اوست که به جان و دل
 آدمی جرأت گناه کردن می‌دهد. مسخرع دوم بیت
 اول به مضمون آیه ۷۰ سوره فرقان اشاره دارد که
 می‌فرماید: «لَا یُنذِرُکَ وَ لَآ یُنذِرُکَ سِوَا سَالِحٍ مَّا یُؤْتِی
 کَکَ لَا یُکَلِّمُکُمْ صِدْقًا وَ کَلَامًا فُورًا رَجَاءً» یعنی آن
 کسی که توبه کند و عمل صالح و نیک انجام دهد حساب
 پروردگار، به‌جای ایجاب را به نیک تبدیل می‌کند. ۲۱

۱. غزوه، دفتر پنجم، تفسیر محمد اسلامی.
 ۲. همان دفتر سوم، ص ۲۵۸.



دروس معارف، مشکلات و مسائل پیش رو

تداعلی عاشوری تلوی*

فصلت اول

مذاهب بود که بر شی از داستان فاضل
 به سائقه طریقی به این سخن و هم
 بدان سبب که مایه با گروه معارف
 اسلامی یکی از دانشگاه‌های بزرگ در
 ارتباط بوده، به این کشور، آس
 فرمودند که به دلیل همین ارتباط
 نزدیک و اندک‌اندک و آشنایی که با
 گروه‌های معارف اسلامی و دینی
 داشته به آن پیدا کردیم، به‌ویژه آنکه
 سؤالات تازه یکی از این گروه‌ها را
 نیز برعهده دانشپهلوانان این
 گروه واقعاً علوم و بیوسم و با تدارک
 شخصی که در این گروه پیدا کردیم
 بعضی از مشکلات و مسائل دینی
 مرتبط با آن را مطرح کنیم و اینجا اگر
 راه‌حلی هم به نظر می‌رسد ارائه
 نمایم، اگرچه خود هم بین کار چندان
 بی‌عمل نبوده‌ایم تا آن حد که بتوانیم
 پرسش‌ها در این زمینه، بود که بررسی
 احسانی آن شده‌اند و یادمان است، برای
 * عضو هیات علمی دانشگاه آزاد
 اسلامی نجف آباد.

فصلنامه علمی، شماره ۲۱، پاییز ۱۳۸۰

اهداف پژوهش

در این تحقیق دو هدف کلی و اهداف جزئی در نظر گرفته شده است.

۱- تعیین کمیت برنامه‌ها و متون ارائه شده در وسایل ارتباط جمعی در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت. شامل اهداف جزئی زیر:

- تعیین تعداد برنامه‌های رادیو - تلویزیونی در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت
- تعیین میزان برنامه‌های رادیو - تلویزیونی در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت
- تعیین میزان مطالب ارائه شده در مطبوعات در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت

۲- تعیین کیفیت برنامه‌ها و متون ارائه شده در وسایل ارتباط جمعی در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت. شامل اهداف جزئی زیر:

- بررسی میزان در نظر گرفتن ویژگیهای مخاطبان در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی
- بررسی میزان در نظر گرفتن ویژگیهای محتوای برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی ارائه شده در وسایل
- بررسی تعیین کیفیت ساختاری در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و متون مطبوعات محلی

سؤالات اصلی پژوهش

چون در این تحقیق روش و کار بر اساس تحلیل محتوا است، در این صورت به دلیل کیفیت و نوع تحقیق متغیرهای مستقل و وابسته قابل ذکر نبوده و صرفاً به تحلیل محتوا پرداخته می‌شود. سؤالات اصلی پژوهش به شرح زیر است:

- ۱- چه میزانی از مطالب مطبوعات در رابطه با مسائل و تعلیم تربیت است.
- ۲- چه سهمی از برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت است.
- ۳- در برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی که در رابطه با تعلیم و تربیت است، تا چه حد ویژگیهای مخاطبان در نظر گرفته شده است.
- ۴- در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی که در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت است تا چه حد اصول و ویژگیهای محتوا مناسب تعلیم و تربیت در نظر گرفته شده است.
- ۵- در برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی که در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت است تا چه حد ویژگیهای مناسب ساختاری برنامه در نظر گرفته شده است.
- ۶- در متون ارائه شده در مطبوعات که در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت است، چه حد اصول و ویژگیهای مناسب تعلیم و تربیت در تدوین محتوا در نظر گرفته شده است.

مروری بر پیشینه تحقیق

اولین بررسی در حوزه تحلیل محتوا، از فنون تبلیغات دوران جنگ جهانی اول بود، که در آن چهار هدف عمده تبلیغات و فنون مناسب دستیابی به هر هدف به این ترتیب تعیین شده بود: تحریک تنفر از دشمن، حفظ دوستی با متحدان، جلب همکاری کشورهای بیطرف و ترساندن دشمن (همایی). از نتایج این تحقیق نتیجه‌گیری شد که وقتی چهار موضوع در تبلیغات هر کشور ارائه می‌شود، با درجات متفاوتی از موفقیت به کار می‌رفتند.

برای بررسی برنامه‌های پخش شده بریتانیا و آلمان در ایالت متحده طی سال ۱۹۴۰ مجموعه‌ای از مقوله‌های متفاوت تهیه شد. بر این اساس فهرست آزمایشی تهیه شده برای توصیف تبلیغات ۹ بعدی را شناسایی کردند. تجزیه‌کننده - متحدکننده، منفی - مثبت، شخصی - غیرشخصی، طبقه طبقه - یکدست، اختیاری - تصادفی، نزدیک - دور، محاوره‌ای، تکراری، تکرار شونده (همایی).

مطالعاتی که عموماً بر روی کودکان سنین تحصیل صورت گرفت، پیشرفت بیشتری نموده‌اند، اما تهیه فهرستی از مجموع آنان امکان‌پذیر نیست. در مورد آثاری که قبل از ۱۹۶۵ در این زمینه به وجود آمده‌اند، می‌توان به کتاب‌شناسی برجسته شرام اشاره کرد. وی نتایج اصلی تمامی تحقیقات را برشمرده و مخصوصاً از بین آنان چهار تحقیق اصلی را به بحث نهاده است. از تحقیق «همپلوت و اپنهام» نیز یاد می‌کنیم. این مطالعه اساساً بر تحقیقی که در مورد کودکان بین ۱۰ تا ۱۱ ساله و ۱۳ تا ۱۴ ساله که بعضی در خانه تلویزیون داشتند و بعضی فاقد آن بودند به عمل آمد. این روشی است بسیار ساده در شناخت تأثیرات تلویزیون (ساروخانی، ۱۳۶۹). به آثار برشمرده شرام، باید مطالعه «کوموروسکا» در لهستان نیز افزوده شود. این بررسی مخصوصاً از این جهت بر دیگران رجحان دارد که توجهی خاص به خانواده معطوف می‌دارد. در واقع با توجه به داده‌های این تحقیق تأثیر تلویزیون در هر یک از انواع سه‌گانه خانواده تمایز می‌یابد: خانواده شهری، متجدد و گسسته.

نتیجه‌نهایی اینکه هرگز نباید تلویزیون را به‌عنوان یگانه عامل در نظر گرفت. این وسیله روندهایی را که بر اثر محیط نزدیک فرد پدید می‌آیند، تقویت می‌نماید. از جهت دیگر چند داده جزئی نیز از این تحقیق حاصل می‌شود: به نظر نمی‌رسد که تلویزیون آثار مهمی بر کم و کیف مطالعه داشته باشد، لکن استقلال و رشد فکری کودک را در خانواده تقویت می‌کند، همچنان که تأثیر گروه همسالان در تکوین شخصیت را وسیع‌تر می‌نماید. همچنین ظهور روحیه‌ای انتقادی را در کودک نسبت به عقاید معلمان تسریع و توجه آنان را به بازی جلب می‌کند.

هدف این پژوهش تعیین سهم برنامه‌ها و متون در وسایل ارتباط جمعی محلی استان اصفهان در ارتباط با مسائل تعلیم و تربیت و همچنین بررسی اصول تدوین محتوا و کیفیت ساختار آنها است.

در بررسی مطالعاتی که در مورد کودکان، به‌منظور شناخت تأثیر تلویزیون بر تکوین شخصیت آنان به عمل آمده است، باید از تحقیقاتی نام برد که در مورد نوجوانان صورت گرفته و مهمترین آنها در زبان فرانسه اثر «میشل سوشون» است که شامل مطالعه‌ای است، از طریق مصاحبه آزاد در آموزشگاه فنی بر روی جوانان ۱۴ تا ۱۷ ساله و مطالعه‌ای دیگر با استفاده از پرسشنامه، در مجموعه کانونهای آموزشی در «سنت اتین» بین جوانان ۱۶ تا ۱۸ ساله. بعضی از جالب‌ترین نتایج تحقیق را یادآور می‌شویم: زمانی که از نوجوانان در مورد ارزشی که برای انواع گوناگون راههای گذران اوقات فراغت قایل‌اند، پرسش به عمل می‌آید، ملاحظه می‌شود که گردش با آشنایان و ورزش در رأس دیگر طرق گذران اوقات فراغت قرار می‌گیرند. یک نفر از ۶ نفر جوان مورد مصاحبه، مطالعه را در رأس دیگر فعالیتهای ممکن در هنگام گذران اوقات فراغت به حساب می‌آورد، در این میان تلویزیون ارزش و اهمیت کمتری می‌یابد، زیرا فقط برای ۲۵ درصد پاسخگویان در رأس دیگر فعالیتهای جای می‌گیرد (ساروخانی، ۱۳۶۹).

در فرانسه در سال ۱۹۷۱ گروهی مرکب از دانشمندان و پژوهشگران توسط سازمانی به ریاست «پرمیشاله» در پاریس به‌وجود آمد. برنامه آنان در این سال تحت عنوان «باغ جادویی» بعد از انجام سلسله بررسی‌هایی عرضه شد. هدف اساسی این برنامه تأمین رشد فکری کودک از طریق بازی بود. از تحقیقات نتایجی می‌توان گرفت که جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی را مفید افتد، نتایجی که خود بر کوششهای بسیار دقیق و علمی استوار است. از جمله اینکه در بین کودکان ۳ تا ۶ ساله تماشای ممتد تلویزیون موجبات پیدایی نیازهای خاص به تصاویر ثابت را فراهم می‌آورد. در این تصاویر کودک بر آهنگ حرکت اشیایی که در برابر چشمانش قرار دارد، مسلط است در صورتی که گذر تصاویر در صفحه تلویزیون چنین امکاناتی را فراهم نمی‌آورد. نتیجه مهم دیگری که از این تحقیقات مقدماتی برای برنامه «باغ جادویی» به‌دست آمد، این بود که با استفاده از امکانات تلویزیون می‌توان به رشد کودک از طریق برانگیختن تمایل وی به خلاقیت مدد رسانید.

مقوله‌های مختلف طبقه‌بندی شده و موارد مربوط در آن در نظر گرفته شده است. مثلاً بعد عقلانی دارای چهار مقوله است که هر یک از مقوله‌ها با توجه به معیارهای مربوط به آن نیز طبقه‌بندی گردیده است. به صورتی که فرم تحلیل محتوای رادیو و تلویزیون دارای ۱۵ مقوله و چهار بعد تربیتی و ۵۸ مورد بررسی و کدگذاری شده است.

از آنجا که در پژوهشهای مربوط به تحلیل محتوا به ویژه در زمینه‌های فیلم و تلویزیون ممکن است نظر و سلیقه‌های شخصی تأثیرگذار باشد، در این تحقیق برای تحلیل محتوای برنامه‌های تلویزیونی از سه پژوهشگر استفاده شده و سپس معدل این سه نظر به عنوان نتیجه در مورد هر یک از مقوله‌ها و موارد مربوط در نظر گرفته شده است. اما برنامه‌های رادیو و متون مطبوعات را یک پژوهشگر بررسی کرده است.

برای تحلیل محتوا از فراوانی استفاده شده و برای تعیین میزان مقوله‌های مختلف در برنامه‌های صدا و سیما و متون مطبوعات مقوله‌ها از نظر کمیت با یکدیگر مقایسه شده‌اند. لازم به توضیح است که تعیین و طبقه‌بندی مقوله‌ها را سه پژوهشگر مورد بحث و تبادل نظر قرار داده و سپس تهیه و تدوین گردیده است. همچنین در این تحقیق بررسی سهم برنامه‌های صدا و سیما شبکه اصفهان که در ارتباط با مسائل تعلیم و تربیت هستند و همین‌طور میزان متون مطبوعات محلی اصفهان در این زمینه مشخص می‌گردد.

جامعه، نمونه‌های آماری و روشهای نمونه‌گیری

در این تحقیق جامعه آماری عبارت است از:

- ۱- برنامه‌های سیما اصفهان در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت، در شش ماه از سال ۱۳۸۰ (خرداد تا آذرماه)
- ۲- برنامه‌های صدای اصفهان در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت، در شش ماه از سال ۱۳۸۰ (اول خرداد تا اول آذرماه)
- ۳- مطالب و متون ارائه شده در مطبوعات محلی اصفهان در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت، در شش ماه از سال ۱۳۸۰ (اول خردادماه تا اول آذرماه)

نمونه‌گیری

از بین برنامه‌هایی که از طریق سیما اصفهان پخش می‌شود و در رابطه با تعلیم و تربیت هستند انتخاب نمونه صورت گرفته است. بنابراین با توجه به اینکه بیشترین برنامه‌هایی که در رابطه با تعلیم و تربیت هستند، برنامه‌های مربوط به کودکان، نوجوانان و جوانان است، برنامه‌های «کودک و نوجوان» و «جنگ جوان» به عنوان



بنابراین تصاویری پرمعنا بر او عرضه کرد که شکوفایی شخص وی را بدون ایجاد بینشی یکجانبه موجب گردد.

در تحقیقی که سعیدیان (۱۳۶۴) در زمینه تحلیل محتوای برنامه تلویزیونی «ابر و باد و ماه و خورشید» انجام داد، نتایج نشان داد ۶۵ درصد از کل زمان فیلم (۲۱ دقیقه) به پیام اصلی (نحوه تشکیل ابر و باران) اختصاص داده شده است. همچنین طولانی بودن مدت زمان برنامه موجب کسالت و خستگی مخاطبان شده و به پیگیری آنها از برنامه لطماتی وارد می‌کند.

روش پژوهش

این پژوهش یک پژوهش تحلیل محتوا است که به بررسی و تحلیل برنامه‌ها و متون و وسایل ارتباط جمعی محلی اصفهان پرداخته است. وسایل ارتباط جمعی موردنظر این تحقیق شامل برنامه‌های تلویزیون (سیما) برنامه‌های رادیو (صدا) و نشریات است که عبارت‌اند از: روزنامه، هفته‌نامه، ماهنامه و فصلنامه.

تحلیل محتوا در این تحقیق براساس چهارچوب نظری صورت گرفته است که ابعاد مختلف تربیتی را در برمی‌گیرد. این ابعاد تربیتی شامل چهار بعد عقلانی، عاطفی، اجتماعی، اخلاقی - معنوی است که هر بعد خود در

جدول ۱- جامعه آماری وسایل ارتباط جمعی
(خرداد تا آذرماه)

تعداد	نوع وسیله
۱۸۰	۱- سیمای (تلویزیون) اصفهان (شامل کودک و نوجوان و جنگ جوان)
۷۲+۷۲-۱۴۴	۲- صدا (رادیو) اصفهان (شامل گلهای امروز و امیدهای فردا)
	۳- مطبوعات شامل:
۱۵۶	- روزنامه
۲۴	- هفته نامه
۶	- ماهنامه
۲	- فصلنامه

جدول ۲- نمونه های صدا و سیما (اول مرداد تا اول آذر)

تعداد	نام برنامه
۱۲	۱- برنامه کودک و نوجوان سیما
۱۲	۲- برنامه جنگ جوان سیما
۱۲	۳- برنامه گلهای امروز صدا
۱۲	۴- برنامه امیدهای فردا صدا
۴۸	جمع

جدول ۳- نمونه های مطبوعات

تعداد نمونه ای	تعداد کل نمونه	نام نشریه
۳۹	۴۸	۱- روزنامه نسل فردا
۵	۱۲	۲- هفته نامه صدا
۳	۶	۳- ماهنامه سراب
۱	۲	فصلنامه پژوهشی فرهنگ و ارشاد اسلامی

لازم به توضیح است که نمونه های بررسی شده همه دارای متون و مطالب در رابطه با تعلیم و تربیت نبودند، بنابراین از بین آنها نشریاتی که مطلب در این زمینه داشته اند مورد بررسی و تحلیل محتوا قرار گرفته است.

نمونه انتخاب شده است که برنامه کودک و نوجوان هر روز به مدت ۲۵ دقیقه پخش شده و برنامه «جنگ جوان» هفته ای دو روز به مدت ۲۵ دقیقه پخش گردیده است. برای انتخاب نمونه هر ۱۵ روز یک برنامه ضبط شده و مورد بررسی قرار گرفته است. یعنی هر ماه دو برنامه «کودک و نوجوان» و دو برنامه «جنگ جوان» تحلیل محتوا شده است. بنابراین مجموعاً ۲۴ برنامه که از طریق سیمای اصفهان در شش ماه مورد نظر پخش گردیده تحلیل محتوا شده است.

از بین برنامه هایی که از طریق صدای اصفهان پخش می شود و در رابطه با تعلیم و تربیت است انتخاب نمونه تصادفی صورت گرفته است. با توجه به اینکه برنامه های مربوط به کودکان و نوجوانان بیشتر در ارتباط با تعلیم و تربیت بوده است تحلیل محتوا گردیده است. برای انتخاب نمونه، هر ۱۵ روز یک برنامه «گلهای امروز» و یک برنامه «امیدهای فردا» ضبط و تحلیل شده است که مجموعاً در شش ماه ۲۴ برنامه کودک، نوجوان و جوان بررسی شده است.

برای انتخاب نمونه مطبوعات به فهرست نشریات محلی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی مراجعه گردید و از بین آنها نشریات مورد بررسی انتخاب شد:

- روزنامه: از بین تمام روزنامه های شش ماه که جمعاً ۱۵۶ نسخه بوده است، هفته ای دو روزنامه به صورت تصادفی انتخاب شد که جمعاً تعداد ۴۸ روزنامه مورد بررسی قرار گرفت. سپس در روزنامه ها متون و مطالبی که مربوط به تعلیم و تربیت بود تحلیل محتوا شد. روزنامه انتخاب شده محلی روزنامه نسل فردا می باشد.

- هفته نامه: از بین کلیه هفته نامه ها در شش ماه، در هر ماه دو هفته نامه به عنوان نمونه انتخاب شد (به صورت یک هفته در میان) و از هفته نامه های انتخاب شده که مورد بررسی قرار گرفت متونی که مربوط به تعلیم و تربیت بود تحلیل محتوا گردید. هفته نامه مورد بررسی هفته نامه صدا می باشد.

- ماهنامه: ماهنامه محلی که مورد بررسی قرار گرفت ماهنامه سراب است. در مورد ماهنامه انتخاب نمونه صورت نگرفت و کلیه ماهنامه ها مورد بررسی قرار گرفت و مطالب متونی که در رابطه با تعلیم و تربیت بود تحلیل محتوا گردید.

- فصلنامه: فصلنامه مورد بررسی فصلنامه پژوهشی اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی اصفهان است که در طول شش ماه دو فصلنامه منتشر شده که هر دو مورد بررسی قرار گرفته و مطالب و متونی که مربوط به مسائل تعلیم و تربیت است، تحلیل محتوا گردیده است.

آگاهی اجتماعی، از مهمترین ویژگیهای زمان معاصر به شمار می‌رود و همین آگاهی است که انسان را به زندگی فردی و جمعی علاقه‌مند می‌سازد و توجه او را به آزادی و مسؤولیت‌های وی جلب می‌کند.

تحلیل محتوا مسأله مرکزی مطالعات انسانی است و کوشش در این راه می‌تواند علوم اجتماعی و رفتاری را به شکل اساسی تغییر دهد.

ابزار اندازه‌گیری

در این تحقیق اندازه‌گیری شامل فهرست‌های بازبینی و فرم‌های مقوله‌بندی شده است. فهرست‌های بازبینی به منظور اندازه‌گیری اصول تدوین محتوا و ویژگیهای مخاطبان براساس چهارچوب نظری تحقیق که هدف تعیین میزان ابعاد تربیتی عقلانی، عاطفی، اجتماعی و اخلاقی - معنوی می‌باشد؛ با نظر سه همکار پژوهشگر تهیه و تدوین شده است. تدوین واحدهای مقوله‌های تربیتی پس از مطالعه و بررسی متون تحقیق و با استفاده از نظر متخصصان و پژوهشگران همکار انجام گرفته است. با توجه به پایایی محاسبه شده از فهرست‌های بازبینی روایی آنها که براساس نظر متخصصان به دست آمد، ابزار اندازه‌گیری دارای روایی و پایایی مناسب هستند. سایر ابزار اندازه‌گیری شامل فرم‌های مربوط به ساختار برنامه‌ها و متون وسایل ارتباط جمعی و فرم‌ها و جدول‌ها برای تعیین میزان برنامه‌ها و متون در رابطه با تعلیم و تربیت است. ابزار مورد استفاده عبارت است از:

- ۱- فهرست بازبینی و فرم‌های مقوله‌بندی شده مربوط به اصول در نظر گرفتن محتوا و ویژگیهای مخاطبان در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی به شرح زیر:
الف - فرم مقوله‌بندی شده بعد عقلانی شامل چهار مقوله و شانزده واحد
ب - فرم مقوله‌بندی شده بعد اجتماعی شامل سه مقوله و پانزده واحد
ج - فرم مقوله‌بندی شده بعد عاطفی شامل شش مقوله و چهارده واحد
د - فرم مقوله‌بندی شده بعد اخلاقی - معنوی شامل دو مقوله و سیزده واحد
- هدف استفاده از این فرم‌ها و مقوله‌های اندازه‌گیری شده دستیابی به اطلاعاتی است که گویای میزان در نظر گرفتن اصول تهیه یک برنامه تربیتی و ویژگیهای مخاطبان برنامه‌ها باشد.
- ۲- فهرست بازبینی و فرم مقوله‌بندی شده مربوط به معیارهای در نظر گرفتن ساختار برنامه در رادیو و تلویزیون به شرح زیر:

الف - فرم قالب مقوله‌بندی شده زبان برنامه‌ها

ب - فرم قالب و نوع برنامه‌ها

ج - فرم میزان بومی‌گرایی برنامه‌ها

د - مقوله‌های فرایندمدار و یا حادثه‌مدار بودن برنامه‌ها
۳- فهرست بازبینی و فرم‌های مقوله‌بندی شده مربوط به اصول تدوین محتوا در مطبوعات به شرح زیر:

الف - فرم مقوله بعد عقلانی

ب - فرم مقوله بعد اجتماعی

ج - فرم مقوله بعد عاطفی

د - فرم مقوله بعد اخلاقی - معنوی

۴- فهرست بازبینی و فرم مقوله‌بندی شده مربوط به معیارهای در نظر گرفتن ساختار متون در مطبوعات به شرح زیر:

الف - فرم مربوط به مقوله زبان متن

ب - فرم مربوط به مقوله قالب متن

ج - فرم مربوط به مقوله مستند بودن و میزان بومی‌گرایی متون
۵- فرم و جدول مربوط به بررسی موارد کمی برنامه‌های رادیو و تلویزیون در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت (نسبت میزان برنامه‌های مربوط به تعلیم و تربیت).

۶- فرم و جدول مربوط به بررسی موارد کمی متون مطبوعات در رابطه با تعلیم و تربیت (نسبت میزان متون مربوط به تعلیم و تربیت).

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این تحقیق با توجه به اینکه روش پژوهش تحلیل محتوا است، برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش کمی و کیفی استفاده شده است. در روش کیفی برای تجزیه و تحلیل ابتدا در زمینه تعلیم و تربیت مطالعه به عمل آمده و براساس معیارهای در نظر گرفته شده ابعاد تربیتی مشخص و کدگذاری گردید. سپس کدها سازمان‌بندی شده و تحت ابعادی نظیر عقلانی، اجتماعی، عاطفی و اخلاقی - معنوی مقوله‌بندی شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. اطلاعات کمی حاصل از شمارش کدها تحت مقوله‌های مربوط به صورت توصیفی و به کمک تهیه جدولها، فراوانی‌ها، درصد و میانگین مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

بحث و نتیجه گیری

با توجه به نتایج به دست آمده در اینجا به بحث و نتیجه‌گیری تحقیق پرداخته می‌شود. در این تحقیق تحلیل محتوای وسایل ارتباط جمعی شامل تلویزیون، رادیو و مطبوعات محلی صورت گرفته است. بدین منظور از فهرست بازبینی و فرمهای مقوله‌بندی شده استفاده شده است که در این فرمها برنامه‌های تلویزیون و رادیو و همچنین متون مطبوعات که در رابطه با تعلیم و تربیت می‌باشد به صورت کمی و کیفی بررسی شده است. در بررسی کمی تعداد و میزان برنامه‌ها و متون در ارتباط با تعلیم و تربیت مشخص گردیده و در بررسی کیفی از فهرست‌های بازبینی که ابعاد مختلف تربیتی و چگونگی ساختار برنامه‌ها و متون را در برمی‌گیرد استفاده شده است.

نتایج در مورد سؤال اول که عبارت است از: «چه میزانی از مطالب مطبوعات در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت است»، گویای این است که بیشترین میزان مطلب به تربیت متعلق به فصلنامه فرهنگ اصفهان، ماهنامه سراب، هفته‌نامه صدا و روزنامه نسل فردا است. سؤال دوم این است که چه سهمی از برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت است. برای بررسی این سؤال باید یادآور شد که پژوهشگر فقط دو برنامه را که در رابطه با تعلیم و تربیت است از برنامه‌های این دو رسانه انتخاب نموده و ارقام حاصل فقط میزان و سهم این دو برنامه را در جدولهای مربوط نشان داده است. ارقام این جدولها گویای این است که سهم برنامه‌های کودک و نوجوان و جوان در تلویزیون اصفهان به نسبت کل برنامه‌های این شبکه ۵/۳۳ درصد و سهم همین برنامه‌ها در رادیو فقط ۱/۰۴ درصد است.

نتایج در مورد سؤال سه و چهار که عبارت است از: «در برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی که در رابطه با تعلیم و تربیت است، تا چه حد ویژگیها و شرایط مخاطبان و اصول محتوای مناسب در نظر گرفته شده است»، گویای این امر است که ابعاد تربیتی در این گونه برنامه‌ها دارای فراوانی قابل ملاحظه‌ای نیستند و به همین دلیل به نظر می‌رسد که برنامه‌های تلویزیونی و رادیو اگرچه در تقویت رفتارهای ناهنجار خیلی تأثیر ندارند، اما در عین حال در ایجاد رفتارهای مناسب نیز به همان اندازه خنثی هستند.

برای پاسخ به سؤال سه و چهار ابعاد تربیتی به چهار بعد عقلانی، اجتماعی، عاطفی و اخلاقی - معنوی تقسیم گردیده و در هر بعد چند مقوله مشخص و طبقه‌بندی شده است تا با دقت بیشتری بر این سؤال پاسخ داده شود، همچنین برای کدگذاری مقوله‌های طبقه‌بندی شده از سه همکار پژوهشگر استفاده شده است، تا میزان خطا کاهش یابد. در هر حال رقم‌های به دست آمده مشخص می‌کند که



جدول ۴- نسبت فراوانی ابعاد تربیتی در برنامه‌های تلویزیون و مطبوعات (نتیجه نهایی)

ابعاد تربیتی	برنامه‌های رادیو		برنامه‌های تلویزیون	
۱- بعد عقلانی	۱/۱۵		۲/۰۵	
۲- بعد اجتماعی	۰/۵۷		۲/۶۲	
۳- بعد عاطفی	مقوله‌های مثبت	مقوله‌های منفی	مقوله‌های مثبت	مقوله‌های منفی
	۰/۲۱	۰/۸۴	۱/۹۹	۱/۰۹
۴- بعد اخلاقی - معنوی	۰/۴۹		۰/۹۳	
مجموع	۳/۰۲		۳/۰۲	

مصاحبه و گفت‌وگو است و برنامه مستند نبوده و بیشتر فرایندمدار است تا حادثه‌مدار، لازم به ذکر است نسبت حادثه‌مداری برنامه‌های رادیو و تلویزیون بیشتر است و قالب برنامه‌های رادیو نیز کاملاً شادی‌آور است و موارد غم‌انگیز فقط ۶ فراوانی مشاهده شده است. همچنین از نظر بومی‌گرایی بودن در کل برنامه‌ها ۶ فراوانی وجود داشته است. در پاسخ به سؤال شش تحقیق که عبارت است از «در متون ارائه شده در مطبوعات که در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت می‌باشد تا چه حد اصول و ویژگی‌های مناسب تدوین محتوا در نظر گرفته شده است» نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که در مطبوعات نیز بعد عقلانی فراوانی بیشتر نسبت به سایر ابعاد و پس از آن به ترتیب بعد اجتماعی، عاطفی و اخلاقی - معنوی دارای فراوانی بیشتری هستند.

در مورد ویژگی‌های ساختاری مطبوعات نتایج گویای این است که زبان متن بیشتر تفسیری و توصیفی بوده، متون به صورت نثر است و از ۳۹ متن فقط ۷ متن آن به صورت مصاحبه و گفت‌وگو بوده است. قالب متن به صورت گزارش و مقاله است و ۱۹ متن از ۳۹ متن مورد بررسی مستند بوده و ۲۷ مورد آن مربوط به جامعه محلی است. در پایان تجزیه و تحلیل می‌توان نتیجه گرفت که در بین رادیو و تلویزیون، برنامه‌های تلویزیون نسبت به رادیو، بیشتر به ابعاد تربیتی و مقولات مربوط به آن پرداخته است. ولی در عین حال موارد منفی مشاهده شده در بعد عاطفی تلویزیون نیز بیشتر از رادیو بوده است.

در مورد مطبوعات نیز نتیجه می‌گیریم که هفته‌نامه صدا بیش از سایر مطبوعات محلی به مسائل تربیتی پرداخته است و ارقام مشاهده شده در نهایت گویای این است که این هفته‌نامه به طور متوسط در هر نشریه دارای ۲۷/۹۲ مورد فراوانی ابعاد تربیتی است و سایر نشریات به ترتیب روزنامه نسل فردا، ماهنامه سراب و فصلنامه فرهنگ اصفهان دارای فراوانی‌های مربوط هستند.

بعد عقلانی بیش از سایر ابعاد در برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی دارای فراوانی است یعنی ۲/۰۵ فراوانی به طور متوسط در برنامه‌های تلویزیونی، مقوله‌های مربوط به بعد عقلانی مشاهده شده و ۱/۱۵ فراوانی در برنامه‌های رادیو مشاهده گردیده است. سایر ابعاد تربیتی رقمی کمتر از این بعد را داشته‌اند، که به ترتیب عبارت هستند از بعد اخلاقی، اجتماعی و عاطفی. قابل ذکر است با توجه به اینکه مقوله‌های مربوط به بعد عاطفی به دو قسمت مثبت و منفی تقسیم شده است، فراوانی مقوله‌های منفی در برنامه‌های تلویزیونی کمی بیشتر از مقوله‌های مثبت مشاهده گردیده است، ولی در برنامه‌های رادیویی مقوله‌های مثبت کمی بیش از مقوله‌های منفی مشاهده گردیده است.

به هر حال با توجه به ارقام و فراوانی‌های مشاهده شده، می‌توان نتیجه گرفت که ابعاد مورد بررسی هیچ کدام به صورت جدی و برنامه‌ریزی شده در برنامه‌ها پیش‌بینی نگردیده و در نظر گرفته نشده است، البته با توجه به مشاهده برنامه‌های تلویزیونی و شنیدن برنامه‌های رادیویی می‌توان اظهار نمود، همان‌طور که جنبه‌های مثبت برنامه‌ها کم است جنبه‌های منفی آنها نیز قابل توجه نیست و به همین دلیل این‌گونه برنامه‌ها با توجه به اینکه بخشهای اضافه و بدون تأثیر زیاد دارند، در نتیجه تأثیرات تربیتی آنها کم است. زیرا در خیلی از موارد فراوانی مقولات نزدیک به صفر و یا صفر است. سؤال پنج تحقیق این است که «در برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی که در رابطه با مسائل تعلیم و تربیت است، تا چه حد ویژگی‌های مناسب ساختاری برنامه در نظر گرفته شده است» نتایج مشاهدات در پاسخ به این سؤال نشان می‌دهد که زبان برنامه‌های تلویزیونی بیشتر به صورت مصاحبه و گفت‌وگو است و قالب برنامه‌ها صد درصد شادی‌آور است و نیز برنامه‌ها بیشتر فرایندمدار است تا حادثه‌مدار، اما برنامه‌ها مستند نیستند و میزان بومی‌گرایی آنها فقط ۲۵ درصد است. در مورد برنامه‌های رادیو نیز زبان متن برنامه‌ها بیشتر

پیشنهاد‌های عملی برای کاربری یافته‌ها

- ۱- استفاده از متخصصان تربیتی برای تهیه برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی که در ارتباط با مسائل تعلیم و تربیت باشند.
- ۲- تغییر ساختار برنامه از گفت‌وگو و مصاحبه به برنامه‌هایی پویا و تحرک‌آفرین به ویژه در زمینه‌های عقلانی، عاطفی، اجتماعی و معنوی
- ۳- تقویت ابعاد مختلف تربیتی در برنامه‌ها با در نظر گرفتن معیارهای تربیتی
- ۴- حذف بخشی از برنامه‌ها که نه تنها مورد استفاده همه جوانان نیست، بلکه باعث کسالت و آزار آنها می‌شود، مثل مصاحبه‌های بسیار طولانی.
- ۵- ارتباط بیشتر صدا و سیما با آموزش و پرورش و استفاده از نظریات آنها
- ۶- استفاده صدا و سیما از نتایج تحقیقات مربوط

پیشنهاد موضوع‌های پژوهشی

- پیشنهاد برای سایر تحقیقات در مورد موضوع این پژوهش به شرح زیر ارائه می‌گردد.
- ۱- بررسی سایر برنامه‌های تلویزیونی و رادیو محلی که در ارتباط با مسائل تعلیم و تربیت باشد.
 - ۲- بررسی سایر مطبوعات محلی در مورد متونی که در ارتباط با مسائل تعلیم و تربیت باشد.
 - ۳- انجام تحقیق در مورد سایر زمینه‌های تربیتی در برنامه‌های تلویزیونی و رادیو محلی
 - ۴- انجام تحقیق در مورد سایر زمینه‌های تربیتی در متون مطبوعات محلی

منابع

- ۱- آلبر، پیر و آده ژان تودسک. تاریخچه رادیو و تلویزیون، ترجمه جمشید ارجمند، تهران، ۱۳۶۸.
- ۲- اتسلندر، پتر. روشهای تجربی تحقیق اجتماعی، ترجمه بیژن کاظم‌زاده، انتشارات آستان قدس رضوی، ۱۳۷۱.
- ۳- اولسون، دیوید. رسانه‌ها و نمادها، ترجمه محبوبه مهاجر، انتشارات سروش، ۱۳۷۷.
- ۴- رفیع پور، فرامرز. آنا تومی جامعه، تهران، شرکت سهامی انتشارات، ۱۳۷۷.
- ۵- ساروخانی، باقر. جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران، انتشارات اطلاعات، ۱۳۶۹.
- ۶- ساروخانی، باقر. روشهای تحقیق در علوم اجتماعی، (جلد دوم، بینش‌ها و فنون)، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی، ۱۳۷۷.
- ۷- سیف، علی‌اکبر. روان‌شناسی پرورشی، مؤسسه انتشارات آگاه، ۱۳۷۹.

- ۸- شریعتمداری، علی. رسالت تربیتی و علمی مراکز آموزشی، انتشارات سمت، ۱۳۷۴.
- ۹- طالب، مهدی. چگونگی انجام مطالعات اجتماعی، انتشارات امیرکبیر، ۱۳۶۹.
- ۱۰- عریضی، فروغ. تحلیل محتوای پنج فیلم ویدئویی پربیننده در استان اصفهان، طرح پژوهشی اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی اصفهان، ۱۳۷۴.
- ۱۱- فرمینی فراهانی. محسن. فرهنگ توصیفی علوم تربیتی، انتشارات اسرار دانش، ۱۳۷۸.
- ۱۲- کازنو، ژان. جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی، منوچهر محسنی، انتشارات اطلاعات، ۱۳۷۰.
- ۱۳- کازنو، ژان. قدرت تلویزیون، ترجمه علی اسدی، انتشارات امیرکبیر، ۱۳۶۴.
- ۱۴- کریپندورف، کلوس. تحلیل محتوا، مبانی روش‌شناسی، ترجمه هوشنگ نایبی، انتشارات سروش، ۱۳۷۸.
- ۱۵- کمپ، استورات. روان‌شناسی اجتماعی کاربردی، ترجمه فرهاد ماهر، انتشارات آستان قدس رضوی، ۱۳۷۰.
- ۱۶- کینز، آلبوت. تحلیل وسیله ارتباط جمعی، تحلیل محتوا، ترجمه سعید آذری، انتشارات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۴.
- ۱۷- محسنیان‌راد، مهدی. ارتباط‌شناسی، انتشارات سروش، ۱۳۶۹.
- ۱۸- معتمدزاد، کاظم. وسایل ارتباط جمعی، دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۷۱.
- ۱۹- مک‌براید، شن. یک جهان چندین صدا. ترجمه ایرج راد، انتشارات سروش، ۱۳۶۹.
- ۲۰- ملون مارتینز، اتریک. تلویزیون در خانواده و جامعه، ترجمه جمشید ارجمند، انتشارات رادیو و تلویزیون ایران، ۱۳۵۴.
- ۲۱- نقیب‌السادات، حسین. تحلیل محتوای رسانه‌ای، تهران، مرکز تحقیقات صدا و سیما، ۱۳۷۶.
- ۲۲- همایی، رضا. تحلیل محتوای پنج فیلم پربیننده تلویزیونی عرضه شده در فروشگاههای محصولات فرهنگی استان اصفهان ۷۹-۱۳۷۸، اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی.

23- Blumer, J.G. (1979). The Role of Theory in uses and Gratification studies, communication Research.

24- Bryant, J. Zilman, D. (1984). Using television to alleviate.

25- Huxley, Pat. (1993). Location and stigma of mental Health, logmans to mental illness, Tournal.