بازنمایی تک فرزندی در خانواده‌های ایرانی (مطالعه موردی فیلم همبازی)

طاهره زاهدی[1]

چکیده

خانواده، مهم‌ترین نهاد جامعه است که تحت تأثیر علل و عواملی همچون فرایند نوسازی و اجرای سیاست‌های تنظیم خانواده، دگرگونی‌های قابل توجهی در ساختار آن رخ داده و شکل خانواده به سوی تک‌فرزندی سوق پیدا کرده است. استفاده از رسانه و سینما در فرهنگ‌پذیری و هدایت افکار عمومی برای تنظیم سیاست جمعیتی منطقی و هدفمند به طور قابل توجهی مؤثر است. فیلم همبازی، علل تک‌فرزندی در ایران را بازنمایی می‌کند. هدف از این نوشتار، بررسی تأثیر فرایند نوسازی بر ساختار خانواده و تطبیق آن با فیلم سینمایی همبازی است. در این مقاله با استفاده از روش نشانه‌شناسی جان فیسک، رمزگان اجتماعی، فنی و ایدئولوژیک فیلم همبازی بررسی شده و لایه‌های معانی رمزگذاری‌شده در این فیلم تحلیل می‌شود. مفاهیم ایدئولوژیک به کار رفته در این فیلم فردگرایی، خودگرایی و خودخواهی، مصرف‌گرایی و راحت‌طلبی است. حاصل اینکه علل ارائه شده در این فیلم برای فرزندآوری نه تنها با فرهنگ اسلامی تطبیق ندارد؛ بلکه بر خلاف آن است.

واژگان کلیدی: تک‌فرزندی، خانواده، فیلم همبازی، سینما.

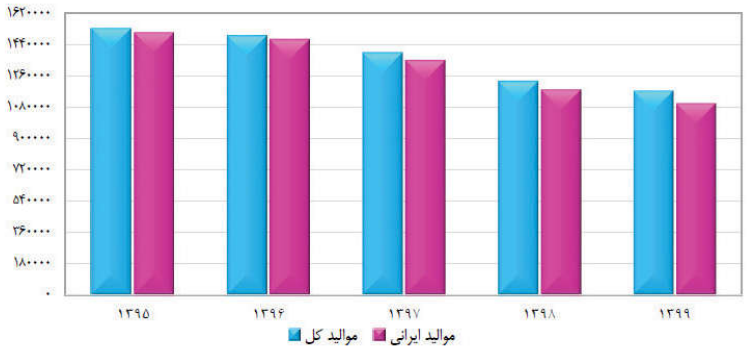
۱. دانش‌آموخته سطح ۳ مطالعات اسلامی زنان جامعة الزهراء علیها السلام. قم. ایران. t.zahedi14@gmail.com

مقدمه

اجرای بیش از دو دهه سیاست تحدید موالید در کشور و اقدام‌های گوناگون فرهنگی ـ اجتماعی که در این زمینه انجام شد، موجب تغییر اساسی بینش، نگرش و رفتار خانواده‌ها در زمینه فرزندآوری شده است. امروزه بیشتر زوج‌های جوان حتی اگر مشکل اقتصادی هم نداشته باشند، به تک‌فرزندی اکتفا می‌کنند و فرزندداری را مزاحم رفاه و رشد و پیشرفت (اشتغال، تحصیل) خود می‌دانند.

محاسبه شاخص میزان باروری کل (TFR) ایران نشان می‌دهد که این شاخص از سال ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۹، روند نزولی داشته و از ۲٫۰۹ فرزند در سال ۱۳۹۶ به ۱٫۶۵ در سال ۱۳۹۹ رسیده است. میزان باروری کل ایران برای جمعیت ایرانی در سال‌های ۱۳۹۶، ۱۳۹۷، ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ به ترتیب برابر ۲٫۰۹، ۱٫۹۵، ۱٫۷۴ و ۱٫۶۵ فرزند محاسبه شده است. (فتحی، ۱۳۹۹، ص ۷)

نمودار ۱. تعداد موالید کل کشور ۱۳۹۹ ـ ۱۳۹۵



ادامه این تحدید جمعیتی، اثرات جبران‌ناپذیری بر خانواده و اجتماع خواهد گذاشت و این تحدید جمعیتی از مهم‌ترین چالش‌های عصر حاضر محسوب می‌شود. از جمله پیامدهای آن می‌توان به چالش‌های ذیل اشاره کرد:

۱. چالش‌های سیاسی و امنیتی؛ کاهش جمعیت جوان به معنای کم شدن تعداد نیروهای توانمند برای دفاع از اقتدار، امنیت و تمامیت ارضی کشور است.

۲. چالش‌های فرهنگی ـ اجتماعی؛ مهم‌ترین چالش‌های این حوزه بحران ساختاری

خانواده، شکاف‌های نسلی، کاهش چترهای حمایتی خانواده از سالمندان و افول تدریجی سرمایه اجتماعی است.

۳. چالش‌های جمعیتی؛ بحران میزان باروری و تمدید مثل، کاهش حجم جمعیت ملی، بحران کاهش نیروی کار، افزایش مهاجرت‌های بین‌المللی و تغییرات هویتی و فرهنگی. (کریمی‌نیا، ۱۴۰۰، ص۷۷)

مطالعه مؤلفه‌های مؤثر بر تغییرات جمعیتی و راهکارهای افزایش جمعیت برای جلوگیری از تحدید نسلی و به عنوان مؤلفه قدرت در کشور حائز اهمیت است. یکی از مؤلفه‌ها برای تغییر نگرش و اقناع‌سازی افراد، استفاده حداکثری از ابزار هنر و رسانه است. رسانه به دلیل نقش بی‌بدیلی که در مدیریت و هدایت فرهنگ و افکار عمومی دارد، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و می‌تواند شکل‌دهنده و تغییردهنده ارزش‌ها و اعتقادات باشد و ماهیت خانواده‌های پرجمعیت را متزلزل، متشتت و در حال فروپاشی بازنمایی کند و یا برای تقویت این نهاد اجتماعی، بر ارزشمندی و اهمیت نقش‌های والدینی و همسری تأکید کند. تحقیقات نشان می‌دهد که میزان استفاده از رسانه، از طریق تأثیر بر فردگرایی قادر به تبیین ترجیح باروری است. (محمدی، ۱۳۹۶، ص ۶۴)

سینما، پدیده‌ای بسیار جذاب و تأثیرگذار است. این خصوصیت سینماست که آن را مورد توجه اهل فرهنگ و هنر، سیاست و اقتصاد در سطح جهان قرار داده است. اصولاً سینما، یک پدیده چند وجهی و چند بعدی است که از فرهنگ بشری تأثیر گرفته است و بر فرهنگ‌های بیشتری تأثیر می‌گذارد. همان‌گونه که سایر هنرها می‌توانند مسائل اجتماعی را بازتاب دهند، سینما نیز می‌تواند بازتاب‌دهنده مهم‌ترین مسائل هر اجتماعی باشد. بنابراین اهمیت بررسی سینما به عنوان میدان هنری و عنصر فرهنگی، در وهله اول به سبب اهمیت بازنمایی یا تأثیرگذاری آن دارای اهمیت است. (ترکمان و همکاران، ۱۳۹۳) سینما، از جمله رسانه‌هایی است که می‌تواند در تحقق سیاست افزایش جمعیت، به اصلاح و تغییر بینش، نگرش و رفتار خانواده‌ها در زمینه فرزندآوری بپردازد و با ارائه پیام‌های مناسب در هر سه حوزه شناختی، عاطفی و رفتاری بر مخاطبان اثر بگذارد.

متأسفانه مسئله جمعیت و فرزندآوری در آثار سینمایی به درستی تبیین نشده است. حذف کودکان از داستان، نشان دادن بی‌دلیلِ خانه‌ها و زندگی‌های اشرافی و پرتجمل، سقط جنین، بالا بودن منزلت اجتماعی خانواده‌های بی‌فرزند یا تک‌فرزند، مزاحم تلقی شدن فرزند و مانع بودن فرزند بیشتر از پیشرفت، مسائلی است که مخاطبان فراوان آن‌ها را در فیلم‌های زیادی همچون «دعوت»، «زندگی مشترک آقای محمودی و بانو»، «زندگی خصوصی آقا و خانم میم»، «سعادت‌آباد» و «فرشته‌ها با هم می‌آیند» دیده می‌شود. فیلم‌هایی همچون «همبازی» و «خجالت نکش» نیز برای تشویق به فرزندآوری و نکوهش تک‌فرزندی ساخته شده است. البته یک فیلم خوب باید بتواند پیام فرزندآوری را مبتکرانه و زیبا و به دور از شعارزدگی به تصویر بکشد. تک‌فرزندی، موضوع محوری قرار گرفتن و اشاره به علل عدم فرزندآوری، دلایل انتخاب فیلم همبازی است.

به طور کلی مطالعات در حوزه تک‌فرزندی، به جنبه‌های مختلفی از این موضوع پرداخته‌اند که از آن جمله می‌توان به بررسی شیوع تک‌فرزندی و علل تک‌فرزندی (سماکار ۱۳۹۰؛ خلج‌آبادی و سرایی، ۱۳۹۵) و نیز پیامدهای آن از جمله پیامدهایی که متوجه خانواده، فرزندان و جامعه می‌شود، (فاضلی‌مهر و رضوانی، ۱۳۹۹؛ علیزاده، کریمی‌نیا و انصاری‌مقدم، ۱۴۰۰) اشاره نمود. وجه تمایز این نوشتار در بررسی نوع بازنمایی تک‌فرزندی و علل آن در سینماست.

چارچوب نظری تحقیق

گرایش به فرزندآوری از طریق نظریه‌های مختلفی مانند نظریه ارتقای اجتماعی، نظریه نوسازی و نظریه بازنمایی قابل تفسیر است که در این نوشتار به نظریه نوسازی و نظریه بازنمایی اشاره شده است.

۱. نظریه نوسازی

یکی از نظریه‌ها در گرایش به فرزندآوری، نظریه نوسازی است. نظریه نوساز که ذیل

تئوری‌های اجتماعی فرهنگی در تبیین باروری است، بر این نکته تأکید می‌ورزد که نوسازی سبک زندگی و تفکر افراد، موجب رشد تمایلات آینده‌نگرانه و مطالبه زندگی مرفه‌تر است و موجب کاهش توجه آن‌ها به خانواده می‌شود. نوگرایی با ارائه و ترویج سبک زندگی و نظام معنایی خاص، به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر طیف گسترده‌ای از پدیده‌های فرهنگی اجتماعی تأثیر گذاشته است. زندگی پرتنوع و پیچیده نوین موجب تغییر ارزش‌ها، نگرش‌ها، انتظارات، ترجیحات و رفتارهای افراد شده و حس رفاه‌جویی و داشتن زندگی بهتر را در آن‌ها تقویت کرده است. (شرف‌الدین، ۱۳۹۳، ص ۵۸) نظریه‌سازان نوسازی معتقدند که نوسازی، یک تغییر روان‌شناختی از تقدیرگرایی به احساسی از کنترل سرنوشت خود شامل کنترل بر اندازه خانواده است. (لوکاس، ۱۳۸۴، ص ۳۸)

بررسی‌های جامعه‌شناختی نشانگر آن است که نوسازی فیزیکی و آبادانی و بازسازی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، روش اندیشه مردمان را دگرگون می‌کند و خانواده‌گرایی را کم‌ارزش و آینده‌نگری فردی و گرایش به زندگی مادی را که در آن آسایش و شادکامی از برتری بیشتری برخوردار است، نیرومند و پرتوان می‌کند. (کلانتری، ۱۳۸۵، ص ۱۲۵)

۲. نظریه بازنمایی

یکی از نظریه‌ها در حوزه فرزندآوری، نظریه بازنمایی[1] (استورات هال،[2] ۱۹۹۷) است. بازنمایی، لغتی با گستره معنایی گسترده و پیچیده‌ای است که از تقلید تا بازتاب ذهنی و حتی استفاده از زبان را در بر می‌گیرد. استوارت هال که یکی از شاخص‌ترین چهره‌های مطالعات فرهنگی است، بازنمایی را تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و زبان تعریف می‌کند. (اسماعیلی، ۱۳۹۲، ص ۱۳۱) زبان به واسطه بازنمایی در فرایند تولید معنا، نقش کلیدی در هر گونه صورت‌بندی اجتماعی و فرهنگی دارد؛ چراکه تولید معنا از طریق زبان صورت می‌گیرد. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷، ص ۲۲) اصطلاح زبان در اینجا به صورت گسترده مد نظر است. هر صدا، واژه، تصویر یا شیء‌ای که به عنوان یک نشانه عمل می‌کند و همراه دیگر

1. Representation
2. Stuart Hall

نشـانه‌ها در نظامـی سـازمان می‌یابد که قابلیـت حمل و بیان معنی را دارد، یک زبان اسـت. (هال، ۱۳۸۷، ص ۳۵۶)

از دیـدگاه هـال، سـه رویکـرد مطـرح در زمینـه بازنمایـی وجـود دارند کـه چگونگی عمل بازنمایی معنی از طریق زبان را تبیین می‌کنند. این سه رویکرد، بازتابی، ارادی و برساخت‌گرا نامیده می‌شـود. (همان) بر اسـاس رویکرد بازتابی، معنی در شـیء، شـخص، ایده، یا رویداد موجـود در جهان خارج نهفته اسـت و زبان مانند آیینـه‌ای عمل می‌کند که معنی حقیقی را به همان صورت که در جهان خارج وجود دارد؛ بازتاب می‌دهد. (همان، ص ۳۵۷) در رویکرد ارادی، گوینده یا مؤلف معنای ویژه خود را از طریق زبان به جهان تحمیل می‌کند. واژگان آن معنایی را می‌دهند که مؤلف اراده می‌کند. این رویکرد دارای نواقصی است؛ زیرا ما نمی‌توانیم تنهـا منبـع معنـا در زبان باشـیم؛ چراکه در این صـورت می‌توانیم خود را فقـط در زبان کاملاً شخصی بیان کنیم، اما ذات زبان، ارتباط است و ارتباط هم در عوض به قراردادها و رمزهای مشـترك وابسـته اسـت. هر چند معانی ارادی شـخصی ما برای ما شخصی هسـتند، اما برای اینکه با دیگران در میان گذاشـته و قابل فهم شـوند؛ باید با قواعد، رمزها و قراردادهای زبان وارد شـوند. زبان، یک نظام سراسـر اجتماعی اسـت. (همان، ص ۳۵۸) رویکرد سـوم، ویژگی اجتماعـی و همگانـی را بـه رسـمیت می‌شناسـد. ایـن رویکـرد تأییـد می‌کند که نـه چیزها به خودی خود و نه کاربران زبان، نمی‌توانند در زبان یک معنای پایدار ایجاد کنند. چیزها معنا نمی‌دهند؛ بلکه ما با اسـتفاده از نظام‌ها (نشـانه‌ها و مفاهیم) بازنمایانه، معنا را برمی‌سازیم. بنابراین به این رویکرد، برساخت‌گرایانه می‌گویند. برساخت‌گرایان، وجود جهان مادی را انکار نمی‌کننـد؛ اگـر چه جهان مادی را حامل معنـا نمی‌دانند. آنان می‌گویند این نظام زبان یا هر نظـام دیگری که مـا برای بازنمایی مفاهیم خـود به کار می‌بریم، در واقـع بازیگران اجتماعی هسـتند کـه از نظام‌هـای مفهومی فرهنگی و زبان‌شـناختی خود و دیگـر نظام‌های بازنمایی برای برساختن معنی استفاده می‌کنند تا به جهان معنی بدهند و ارتباط معناداری با دیگران برقرار کنند. (همان، ص ۳۵۹ و ۳۶۰)

هال با نظریه برسـاخت‌گرایانه بازنمایی، این بحث را مطرح می‌کند که رسـانه‌ها واقعیت

را بازتاب نمی‌دهند؛ بلکه آن را به رمز در می‌آورند. (روژک، ۲۰۰۷، ص ۱۵۱ به نقل از گیویان، ۱۳۸۸) کاربرد هر یک از رمزگان یادشده و نحوه مفصل‌بندی آن‌هاست که در نهایت معنایی خاص را مرجع می‌کند. اساسا بازنمایی، محصول مفصل‌بندی رمزهاست؛ به‌گونه‌ای که تولیدکنندگان از این طریق، معنی خاصی را در متن دیداری تولیدشده مرجع می‌کنند. (رضایی و کاظمی، ۱۳۸۷، ص ۱۰۸) بنابراین بازنمایی رسانه‌ای، معناسازی خنثی و بی‌طرف نیست؛ چراکه هر بازنمایی، ریشه در گفتمان و ایدئولوژی دارد که از آن منظر بازنمایی صورت می‌گیرد. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷، ص ۱۰)

هال درباره نقش ایدئولوژی در بازنمایی می‌نویسد: «نظام‌های بازنمایی، نظام‌های معنایی هستند که ما از رهگذر آن جهان را برای خود و دیگران بازنمایی می‌کنیم. از این منظر معرفت ایدئولوژیک، نتیجه عملکردهایی مشخص است که در کار تولید معنا درگیر هستند و معنا انعکاس شفاف جهان در زبان نیست». (هال، ۱۹۹۱، ص ۱۰۱) در نتیجه برساخت معنا از واقعیت، مبتنی بر مبانی فکری یا همان ایدئولوژی است. بر این مبنا جهانی که رسانه‌ها ترسیم می‌کنند، مبتنی بر فرایندی ایدئولوژیک است. محتوای رسانه، منبع قدرتمندی درباره جهان اجتماعی است؛ چراکه جریان مداوم بازنمایی رسانه‌ای به طرز قوی بر ادراک‌ها و کنش‌های مخاطبان تأثیر می‌گذارد و این بازنمایی عین واقعیت انگاشته می‌شود. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷، ص ۵۴ ـ ۵۱)

رهیافت برساخت‌گرا، دارای دو رویکرد نشانه‌شناختی و گفتمانی است. رویکرد نشانه‌شناختی به این توجه دارد که بازنمایی و زبان چگونه معنا تولید می‌کنند؛ در حالی که رویکرد گفتمانی به تأثیرات و پیامدهای بازنمایی یعنی سیاست‌های آن توجه دارد. در این رویکرد تأکید بر زبان به منزله مسئله‌ای عام دیده نمی‌شود؛ بلکه بر زبان‌های خاص یا معنایی و نحوه به کارگیری آن‌ها در زمان‌ها و مکان‌های خاص تأکید می‌شود. (همان، ص ۲۴ و ۲۵) با توجه به اینکه رویکرد نشانه‌شناختی روشی به دست می‌دهد که تحلیل معانی منتقل شده از بازنمایی‌های بصری را ممکن می‌سازد؛ (میرزایی و پروین، ۱۳۹۲، ص ۳۴۳) بنابراین روش تحلیل در این مقاله، رویکرد نشانه‌شناختی است تا بتوانیم به رمزگان ایدئولوژی فیلم

برسیم. این روش، بهترین روش برگرفته شده از نظریه بازنمایی است که به خوبی می‌تواند لایه‌های معانی رمزگذاری شده را آشکار کند.

در جریان نوسازی، خانواده‌محوری به فردمحوری تبدیل می‌شود. نوسازی با ترجیح خانواده هسته‌ای، فردمحوری (در مقابل خانواده‌محوری)، بهبود موقعیت زنان، گسترش تحصیلات عمومی، شهرنشینی و ازدواج‌های با انتخاب آزاد و تشکیل خانواده در سنین بالاتر را تشویق می‌کند. آسان‌تر شدن تدارک زندگی مستقل در نوسازی کامل همانند صنعتی شدن، می‌تواند کاهش سن ازدواج را به همراه داشته باشد. (سماکار، ۱۳۹۲، ص ۱۷)

خانواده در اسلام، جایگاه بالایی دارد و یکی از رسالت‌های ویژه خانواده، تربیت فرزند و یکی از مواردی که اسلام به آن تأکید می‌کند؛ فرزندآوری است. از نظر اسلام فرزندان، از ارکان مهم خانواده هستند و در آیات و روایات از فرزند با تعبیری چون میوه دل، (متقی، ۱۴۰۹، ج ۱۶، ص ۴۵۷) نور دیده، مایه خوشبختی، (طبرسی، ۱۴۰۸، ج ۱، ص ۴۸۰) کسی که انسان را یاری می‌کند (کلینی، ۱۳۶۷، ج۲، ص۶) یاد شده است. دین مبین اسلام، هدف اصلی تشکیل زندگی و خانواده را ایجاد آرامش در انسان‌ها و پیدایش محبت و مودت در زوجین می‌داند و تأثیرات مثبت و سازنده‌ای در زندگی آن‌ها ایجاد می‌کند. احادیث و روایات بسیاری از رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله و ائمه اطهار علیهم‌السلام نقل شده است که نمایانگر نگرش مثبت آن بزرگواران به فرزندان صالح و سالم است. (فضلی‌مهر، ۱۳۹۹، ص ۱۱۹) بنابراین از چشم‌انداز دینی، تکثیر نسل مطلوب و پسندیده است (رجبیان، ۱۳۸۶) تا جایی که بزرگانی همچون کلینی و صدوق، باب‌هایی را با عنوان «فضل الولد»، «فضل الاولاد» و «الدعا فی طلب الولد» گشوده و در ذیل آن روایات زیادی را نقل کرده‌اند. در آموزه‌های اسلامی روایاتی که فرزندآوری و افزایش جمعیت را مطلوب توصیف می‌کند، به سه دسته تقسیم می‌شود: احادیثی که به صورت مستقیم بر زیادی فرزندان دلالت دارند؛ مانند « أَكثِرُوا اَلوَلَد» (کلینی، ۱۳۶۵، ج ۶، ص ۳) روایات ازدواج با زنان ولود؛ مانند «أَنَّ خَيرَ نِسَائُكُم أَلوَلُود» (همان، ج ۵، ص ۳۲۴) و احادیثی که جمعیت زیاد مسلمانان را موجب مباهات پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله در قیامت می‌داند؛ مانند «أكثِرُوا اَلوَلَدَ، أُكَاثِرُ بِكُمُ ألأُمَمَ غَدا» (همان، ج ۶، ص ۳)

روش تحقیق

۱. نشانه‌شناسی

در ایـن مقالـه بـرای واکاوی بازنمایی در فیلم همبازی، از روش نشانه‌شناسـی اسـتفاده می‌شـود. اگر چه توجه به نشـانه‌ها و شـیوه‌های ارتباطی آن‌ها پیشـینه‌ای دیرینه دارد، ولی می‌توان گفت که تحلیل نشانه‌شناختی نوین با کار زبان‌شناس سوئیسی، فردیناند سوسور[1] و فیلسوف آمریکایی، چارلز ساندرز پیرس[2] آغاز می‌شود. (آسابرگر، ۱۳۶۹، ص ۱۶) آن‌ها مدعی شدند که مسئله معرفت، موکول به شناخت عناصر زبان است و زبان هم چیزی جز منظومه‌ای سـامانمند از نشانه‌ها نیسـت. (ضمیران، ۱۳۸۲، ص ۸) نشانه‌شناسی در شکل‌های فراوان با تولید معنا و بازنمایی ارتباط دارد. شـاید واضح‌ترین این شـکل‌ها، متون و رسـانه‌ها باشـند. (چندلر، ۱۳۸۶، ص ۲۴ و ۲۵) نشانه‌شناسان معاصر، نشانه‌ها را مجزا مطالعه نمی‌کنند؛ بلکه به عنوان بخشـی از نظام‌های نشـانه‌ای به بررسـی آن‌ها می‌پردازند. آن‌ها به دنبال پاسخ به این پرسـش هسـتند که معناها چگونه سـاخته و واقعیت چطور بازنمایی می‌شـود. (همان، ۱۳۸۶) به این ترتیب در این گونه نشانه‌شناسـی به جای مطالعه یک عامل زبانی ـ متنی در شـرایطی ایسـتا، با چند عامل در شـرایطی پویا و کاربردمدار روبه‌رو هستیم. (ساسانی، ۱۳۸۹، ص ۷۸) بنابراین بازنمایی، تصویر کردن واقعیت بر اسـاس مبانی فکری تولیدکننده اسـت و نشانه‌شناسـی کمک می‌کند تا با فهم نشـانه‌های موجود در پیام، چگونگی این بازنمایی در پیـام خـاص تحلیل و فهم شـود. در نظر نشانه‌شناسـان، هیچ‌گونه پیامی فـارغ از رمز وجود نـدارد. از ایـن‌رو آن‌هـا همه تجربه را متضمـن فراگرد رمزوارگی می‌داننـد. در همین چارچوب است که رمزگشایی نه تنها مستلزم شناخت و فهم و درک متن، بلکه تفسیر و ارزیابی و داوری در خصوص آن را نیز در بر می‌گیرد. (ضمیران، ۱۳۸۲، ص ۱۵۱) از دیدگاه جان فیسـک، همه رمزها معنا را می‌رسانند. (فیسک، ۱۳۸۶، ص ۹۸)

1. Ferdinand de sauaaure
2. Charles sanders peirce

۲. تحلیل رمزگان جان فیسک

در این نوشتار تلاش شده است از روش تحلیل رمزگان جان فیسک، برای معلوم شدن لایه‌های معانی رمزگذاری‌شده در فیلم استفاده شود. به اعتقاد فیسک، رمز عبارت است از نظامی از نشانه‌های قانونمند که همه آحاد یک فرهنگ به قوانین و عرف‌های آن پایبندند.

از دیدگاه فیسک، رمزها دارای سه سطح هستند: واقعیت، بازنمایی، ایدئولوژی. به دیگر سخن واقعه‌ای که قرار است به فیلم تبدیل شود، پیشاپیش با رمزهای اجتماعی رمزگذاری شده است و برای اینکه واقعیت رمزگذاری‌شده قابل نمایش باشد؛ رمزهای فنی بر آن تأثیر می‌گذارند تا به لحاظ فنی قابل پخش کردن باشد و با استفاده از رمزهای ایدئولوژیک در مقوله‌های انسجام و مقبولیت اجتماعی قرار می‌گیرد. (همان، ص ۱۲۸) در جدول ۱، سطوح رمزگان جان فیسک بیان شده است:

جدول۱: سطوح مختلف رمزگان جان‌فیسک

سطح۱	واقعیت (رمزگان اجتماعی)	واقعه‌ای که قرار است از تلویزیون پخش شود، پیشاپیش با رمزهای اجتماعی رمزگذاری شده است. برخی از این رمزها عبارتند از: ظاهر، لباس، چهره‌پردازی، محیط، رفتار، گفتار، حرکات سر و دست، صدا و ... .
سطح۲	بازنمایی (رمزگان فنی)	رمزهای اجتماعی را رمزهای فنی به کمک دستگاه‌های الکترونیکی رمزگذاری می‌کنند. برخی از رمزهای فنی عبارتند از: دوربین، نورپردازی، تدوین، موسیقی و صدابرداری که رمزهای متعارف بازنمایی را انتقال می‌دهند از قبیل: روایت، کشمکش، شخصیت، گفتگو، زمان و مکان، انتخاب نقش‌آفرینان و ... .
سطح۳	ایدئولوژی (رمزگان ایدئولوژیک)	رمزهای ایدئولوژی عناصر فوق را در مقوله‌های انسجام و مقبولیت اجتماعی قرار می‌دهند. برخی از رمزهای اجتماعی عبارتند از: فردگرایی، پدرسالاری، نژاد، طبقه اجتماعی، مادی‌گرایی، سرمایه‌داری و ... .

جدول ۲: عناصر تحلیل رمزگان جان فیسک (اسماعیلی، ۱۳۹۳، ص ۱۵۰)

<table>
<tr><td rowspan="11">رمزگان فیلم</td><td rowspan="3">رمزگان اجتماعی</td><td colspan="2">گفتار</td></tr>
<tr><td colspan="2">محیط</td></tr>
<tr><td colspan="2">لباس</td></tr>
<tr><td rowspan="8">رمزگان فنی</td><td colspan="2">نورپردازی</td></tr>
<tr><td colspan="2">میزانسن</td></tr>
<tr><td rowspan="3">دوربین</td><td>زاویه دوربین</td></tr>
<tr><td>نمای دوربین</td></tr>
<tr><td>حرکت دوربین</td></tr>
<tr><td colspan="2">صدا و موسیقی</td></tr>
<tr><td rowspan="2">رمزگان ایدئولوژیک</td><td colspan="2">دسته‌بندی مفاهیم</td></tr>
</table>

یافته‌ها

تحلیل تک‌فرزندی در فیلم همبازی

در این فیلم امین، تنها پسر خانواده حمید فرخ‌نژاد و نیکی کریمی است که از تنهایی رنج می‌برد و اصرار او نیز بر داشتن برادر یا خواهری که با وجود او از تنهایی خلاصی یابد؛ به دلیل کمبود وقت شدید پدر و مادر در فرزندداری مورد توجه قرار نمی‌گیرد. در آخرین وعده مادرش که به او می‌گوید به جز خواهر یا برادر هر چه که دلش بخواهد، می‌تواند داشته باشد؛ علی‌رغم زندگی آپارتمان‌نشینی تقاضای داشتن یک کره الاغ را مطرح می‌کند. پدر و مادر او ابتدا مخالفت می‌کنند، اما از آنجا که مخالفت آن‌ها اثرگذار واقع نمی‌شود؛ به ناچار برای فرزندشان کره الاغی تهیه می‌کنند. سپس به دلیل مشکلات نگهداری کره الاغ در آپارتمان، پدر و مادر امین قانع می‌شوند که برای او یک خواهر بیاورند.

تحلیل محتوای اثر فوق بر اساس عناصر تحلیل رمزگان جان فیسک به شرح ذیل است:

۱. رمزگان اجتماعی

منظور فیسک از رمزگان اجتماعی این است که حضور انسان‌ها در زندگی واقعی، همواره حضوری رمزگذاری شده است، به عبارت دیگر ادراک ما از افراد گوناگون بر اساس ظاهرشان، طبق رمزهای متعارف در فرهنگ‌مان شکل می‌گیرد. (فیسک، ۱۳۸۰، ص ۱۲۸) بنابراین کاربرد رمزهـای اجتماعـی مانند ظاهـر، لباس، گفتار، رفتـار، محیط به این صورت اسـت که رویداد رمزگذاری‌شده، هنگام پخش واقعی به نظر بیاید. این فیلم درصدد است یک خانواده تقریباً طبقه بالا جامعه را به تصویر بکشد؛ از این‌رو از لباس، وسایل، محیط و ظاهری استفاده شده است که مطابق این طبقه رمزگذاری شده است. لباس بازیگران خیلی مجلل و فاخر نیست؛ بلکه لباس‌های آن‌ها در عین حال که معمولی انتخاب شـده اسـت، آراسته و مناسب است. پدر خانواده یک ماشـین شـخصی پاترول دارد. خانه آن‌ها یک واحد آپارتمان تقریباً لوکس و بزرگ در یکی از مناطق تهران انتخاب شـده اسـت. اسـتفاده کارگردان از این رمزگان، موجب شده است مخاطب شخصیت‌ها را انسان‌هایی دور از دسترس تصور نکند.

۲. رمزگان فنی

واقعه‌ای که قرار است از تلویزیون یا سینما پخش شود، برای آنکه چهره واقعیت به خود بگیرد؛ پیشاپیش با رمزهای اجتماعی رمزگذاری می‌شود و برای اینکه از طریق سینما قابلیت پخـش پیـدا کند، از رمزهای فنی ماننـد دوربین، نورپردازی، صدا و وسـایل صحنه می‌گذرد. رمزهـای فنـی از آن نظر دارای اهمیت هسـتند که در ایجاد معنـا به صورت کلی نقش مهمی ایجـاد می‌کننـد؛ زیـرا عمدتاً به شـیوه خلاقانه و نه صرفاً فنی از آن‌ها اسـتفاده شـده اسـت تا معنای کلی را پدید آورند. (سلبی و کاودری، ۱۳۸۰، ص ۷۱) رمزگان فنی در این اثر عبارتند از:

۱ـ۲. صدا (گفت‌وگوها)

گفت‌وگـو، آن نـوع خصیصـه صوتـی اسـت کـه تماشـاگران بـه راحت‌تریـن شـکل بـه آن واکنـش نشـان می‌دهنـد. در فیلم‌ها هیچ چیز برای ما دست‌یافتنی‌تر از معنای حرف‌هایی که شـخصیت‌ها بر زبان می‌آورند، نیسـت. در شـمار بسـیار زیادی از فیلم‌ها، دریافت معنای گفت‌وگوهـا از ضروریـات اسـت. (کیسـبی‌یر، ۱۳۸۳، ص ۷۱) در میـان شـخصیت‌های فیلـم،

گفت‌وگوهایی دیده می‌شود که بر بی‌توجهی به تنهایی کودک، خودخواهی، راحت‌طلبی و فراهم کردن تکنولوژی برای پر کردن خلاء و تنهایی کودک دارد.

۱ـ۱ـ۲. بی‌توجهی به تنهایی کودک

ـ نغمه (مادر): یه ۷، ۸ مورد هست که می‌خوای بگی.

ـ امین (پسر): بله، هیچ کس نیست که بخوام باهاش بازی کنم، همش باید تنها باشم.

ـ نغمه: تنها! پس من و بابا چی؟

ـ امین: من یه خواهری، برادری، چیزی می‌خوام.

ـ نغمه: فکر کنم ما این بحث قبلاً کردیم.

ـ امین: من بحث شما رو قبول ندارم.

ـ نغمه: چطوره بریم برات یه خواهر، برادر بخریم.

ـ امین: خیلی هم حرفم جدی بود.

ـ نغمه: عزیزم خودت می‌دونی که بی‌فایده است.

۲ـ۱ـ۲. خودخواهی و راحت‌طلبی

ـ امین: یه بچه کوچولو بیشتر وقت شما رو می‌گیره.

ـ نغمه: دقیقاً همین‌طوره مامان، اولاً که ۹ ماه بارداریه که بچه باید توی شکم مامان باشه، بعدم اینکه به دنیا اومد؛ شب نخوابی و شیر دادن و ونگ و وونگ بچه. اصلاً خود تو خسته می‌شی، اون وقت مامان می‌خواد چیکار کنه؟ می‌خواد فوق لیسانس بگیره، کی می‌خواد از تو مراقبت کنه؟ هان! خواهر برادر داشتن که به این سادگی نیست. هست؟ برو پسر خوشگلم. بعدم با این وضع کار من و بابا همون یه بچه داشته باشیم، کافیه.

ـ امین: من فقط یه خواهر برادر می‌خوام، فقط همین؛ چرا همش می‌گید نه.

ـ نغمه: بچه‌دارشدن یه مسئولیت خیلی بزرگه. باید به فکر تربیتش باشی. چیکار کنی تو این جهان داره میاد. همین‌طور چرتی پرتی که نمی‌شه، می‌فهمی؟ بعدم اینکه چی می‌شه مامان اگه دوتا بچه داشته باشه؟ صبر کن بزار بهت نشون بدم. آی ساکت

باش، امین امین بیا بیا آخ کمرم، دوست داری مامان این‌جوری بشه؟

ـ امین (با اشاره سر): نه.

ـ نغمه: تازه بابا هم پیر می‌شه.

۳ـ۱ـ۲. رایانه، دوست و همدم تنهایی کودک

ـ امین (در حال چت با دوستش): چه جوری بابات قبول کرده برات یه موبایل بخره؟

ـ دوست امین: بابام می‌گه همیشه بهترین چیزا رو فقط برا بچم می‌گیرم.

ـ امین: بابای منم می‌گه، ولی عمل نمی‌کنه.

ـ نغمه: تو، تو یه روز با کامپیوتر بازی؛ نکنی اون روز شب نمی‌شه.

ـ امین: نخیرم، اگه الاغ داشته باشم؛ هیچم کامپیوتر نمی‌خوام، چیزی‌ام بازی نمی‌کنم.

ـ دایی بهزاد: شنیدی چی اومده بازار؟ کانتر استراید، بچه‌ها دیوونه‌شن.

ـ نغمه: اوه تا آخرین مرحلش رفته، به دو روزم نکشید. الان جدیدترین بازی پیششه؛ نیلدفوراسپیلد.

ـ دایی بهزاد: نه!

ـ نغمه: شبانه‌روز ۲۷ ساعتش این بچه پای کامپیوتره.

۲ـ۲. موسیقی

آنجا که از هیچ طریقی و به یاری هیچ یک از نظام‌های نشانه‌شناسی غیر موسیقایی در متن فیلم نمی‌توانیم نکته‌ای را بیان کنیم، کار را به موسیقی می‌سپاریم. به این اعتبار نظام نشانه‌های موسیقایی فیلم، گونه‌ای وسیله ناگزیر و نهایی در روش بیان است. (احمدی، ۱۳۸۸، ص ۱۲ و ۱۳) گویا موسیقی تلطیف شده، آرام و کودکانه در این فیلم فقط برای همراهی و همدلی با امین و حس هم‌ذات‌پنداری بیشتر با او به کار برده شده است؛ به‌گونه‌ای که مخاطب از ابتدا با امین همراه و موجب افزایش حس عاطفی مخاطب نسبت به امین می‌شود.

۳ـ۲. وسایل صحنه

وسایل صحنه، نقش اساسی در انتقال مفهوم دارند. انتخاب وسایل استفاده شده در آپارتمان از جمله وسایل ورزشی مثل تردمیل و اتاق امین که پر از اسباب‌بازی‌های مختلف،

رایانه شخصی، ماشین و موتورشارژی، دوچرخه، پی‌اس‌بی،[1] کارلوس آلبرتو[2] و ... است، بیانگر مصرف‌گرایی و رفاه مادی کامل امین و خانواده‌اش است.

۴ـ۲. بازیگران

بازیگر از نظر کارکرد بینامتنی که دارد، در القای مفهوم موردنظر به مخاطب کمک می‌کند. هر بازیگر با توجه به فیلم‌هایی که قبلاً بازی کرده است، یک سلسله انتظارات را با خود به همراه می‌آورد و بیننده ذهنیتی از او در ذهن خود دارد. کارگردان با انتخاب بازیگران شاخصی چون نیکی کریمی و حمید فرخ‌نژاد، در صدد آن بوده است که توجه مخاطبین بیشتری را به اثرش جلب کند. نیکی کریمی، بازیگری است که توانسته است به خوبی از پس نقش‌های هنجارشکن برآید و با چهره خاص و معصومی که دارد، از حساسیت‌های مخاطب بکاهد.

۳. رمزگان ایدئولوژی

مهم‌ترین کاربرد رمزهای ایدئولوژی این است که عناصر دو سطح قبل، یعنی رمزگان اجتماعی و رمزگان فنی را در مقوله انسجام و مقبولیت اجتماعی قرار می‌دهند؛ زیرا معنا فقط زمانی ایجاد می‌شود که واقعیت و انواع بازنمایی و ایدئولوژی در یکدیگر ادغام شوند و به نحوی منسجم و ظاهراً طبیعی به وحدت برسند. رمزهای ایدئولوژیک از این نظر دارای اهمیت هستند که رابطه میان رمز فنی انتخاب بازیگران و رمز اجتماعی آن بازیگران را معنادار می‌کنند و استفاده تلویزیونی از دو رمز یادشده را به کاربرد وسیع‌تر آن‌ها در فرهنگ مربوط می‌سازند. (فیسک، ۱۳۸۰، ص ۱۳۲) برای تحلیل بهتر مفاهیم ایدئولوژیک در فیلم‌ها، آنان در سه قسم توضیح داده خواهند شد.

۱ـ۳. مفهوم اصلی: فردگرایی

کارگردان در این فیلم سعی کرده است که به علل تک فرزندی اشاره کند و اصلی‌ترین مفهومی که به آن اشاره می‌کند، فردگرایی است. معنای جامعی که همه ابعاد فردگرایی را می‌پوشاند، در فرهنگ اقتصادی نئوپالگریو (۱۹۸۷) درج شده است: فردگرایی، آن نظریه

1. Psp (playstation portable)
2. Carios Alberto

اجتماعی یا ایدئولوژی اجتماعی است که ارزش اخلاقی بالاتری را به فرد در قبال اجتماع یا جامعه اختصاص می‌دهد و در نتیجه فردگرایی، نظریه‌ای است که از آزاد گذاردن افراد حمایت می‌کند؛ به نحوی که به هر آنچه آن را به نفع شخصی خودشان می‌دانند، عمل کنند. (جهانیان، ۱۳۷۸، ص ۴۰) افراد در فرهنگ‌های فردگرا اغلب هدف‌های فردی خود را ترجیح می‌دهند؛ حتی اگر آن‌ها با هدف‌های مهم درون‌گروهی همچون خانواده، قبیله، گروه و ... در تضاد باشد. فردگرایان از نظر عاطفی، جدا از درون گروه‌های خود هستند و بر خوداتکایی، استقلال، لذت و تعقیب خوشبختی تأکید می‌کنند. (تریاندیس، ۱۳۷۸، ص ۲۵۷) بنابراین این‌طور به نظر می‌رسد که رواج فردگرایی در میان افراد و به‌ویژه زنان، یکی از عواملی است که می‌تواند باعث عدم تمایل آن‌ها به داشتن فرزند شود که این تمایل و ترجیح به ورطه عمل کشیده شده است و قصد آنان را هم در خصوص تعداد فرزند تحت تأثیر قرار می‌دهد. مادر شدن که زمانی بسیار با ارزش تلقی می‌شد و برای زنان افتخار بود، اکنون ارزش سابق خود را در میان زنان به‌خصوص زنان تحصیل‌کرده و شاغل از دست داده است. فردگرایی، کودکان را سد راه پیشرفت فردی و اجتماعی می‌داند. (فرهادیان، ۱۳۹۸، ص ۸۴)

فردگرایی و توجه بیش از حد به خود نغمه، سبب شده است که حضور یک کودک دیگر در خانه را مزاحم تلقی و مانع پیشرفت تحصیلی، از بین رفتن سلامتی و پیری زودرس تصور کند.

۲ـ۳. دسته‌بندی مفاهیم

مقصود از دسته‌بندی مفاهیم، تمام مفاهیم دیگری است که کارگردان در جهت اثبات مفهوم اصلی از آن بهره گرفته است.

۱ـ۲ـ۳. خودگرایی و خودخواهی

خودگرایی اخلاقی، نظریه‌ای است که می‌گوید عمل و رفتار شخص برای تأمین نفع شخصی، حتی در صورتی که نفع شخصی او در تعارض یا غیر قابل جمع با منافع شخصی دیگران باشد؛ از نظر اخلاقی درست و ستوده است. از این‌رو هر کس باید به‌گونه‌ای رفتار کند که خیر یا رفاه بلندمدت خود را به حداکثر برساند. (شریفی، ۱۳۸۹، ص ۳۱) خودخواهی، علاقه‌ای پرشور و مبالغه‌آمیز به خود است که فرد را وا می‌دارد به همه چیز با در نظر داشتن خود فکر کند و خود را بر

همه ترجیح دهد. (توکویل به نقل از کیویستو، ۱۳۷۸، ص ۱۲۲) در این فیلم مشاهده می‌شود که نغمه علاقه و منافع شخصی خودش اعم از تحصیل و اشتغال را علت عدم فرزندآوری ذکر می‌کند.

۲ـ۲ـ۳. مصرف‌گرایی

مصرف‌گرایی، از بین بردن یا صرف کردن از طریق به کار بردن و هزینه کردن بیهوده است. (اسحاقی، ۱۳۸۸) یکی از شاخصه‌های مصرف‌گرایی این است که به شکلی از نشان دادن هویت تبدیل شده است. در واقع دو لفظ شخص و مصرف‌کننده، تقریباً مترادف یکدیگر شده‌اند. (درنینگ، ۱۳۷۶، ص ۱۰) متأسفانه به دلیل رواج فرهنگ تجمل‌گرایی، رفاه‌طلبی و بالا رفتن سطح توقع از زندگی، عموم مردم وضع اقتصادی مطلوب را مساوی با فراهم شدن همه امکانات رفاهی می‌دانند. وضع اقتصادی مطلوبی که خانواده امین در پی آن هستند، بر اساس حداقل انتظارها از زندگی تعریف نشده است. با وجود شغل کفش‌فروشی منصور و کار کردن نغمه در اداره آمار، نغمه ناراضی است و بیان می‌کند که با وضع کار خودش و منصور یک بچه کافی است.

۳ـ۲ـ۳. راحت‌طلبی

اشتباه عموم مردم در این است که می‌اندیشند هر اندازه تجملات و امکانات زندگی‌شان بیشتر باشد، راحتی و رفاه‌شان بالا می‌رود؛ اما در واقع این‌گونه نیست و گاهی اوقات آسایش و در کنار هم بودن را فدای به دست آوردن این امکانات می‌کنند. همچنین این راحت‌طلبی سبب شده است که از زیر بار مسئولیت تربیت کودک شانه خالی کنند. در این فیلم علی‌رغم مهیا بودن تمام امکانات رفاهی برای امین، او تنها و ناراحت است؛ حتی در مهدکودک و در کنار دیگر دوستانش نیز گوشه‌گیر و تنهاست. هیچ لذتی از داشتن آن همه امکانات نمی‌برد. زمانی که مادرش هم در خانه است، باز امین تنها باید بازی کند؛ زیرا مادرش یا خسته و یا به کارهای خودش مشغول است.

۳ـ۳. مفاهیم به حاشیه رانده شده

مفاهیم به حاشیه رانده شده، یعنی مفاهیم مهمی که کارگردان آن‌ها را به حاشیه رانده و به آن‌ها نپرداخته است؛ حال آنکه می‌توانست آن‌ها را بیان کند. در این فیلم که به علل نامعقول تک فرزندآوری اشاره شده است. کارگردان برای مشکل بیان شده در آن بر

خلاف سایر فیلم‌ها که تنها به بیان مشکلات اکتفا می‌کنند، کوشیده است راه‌حلی هر چند غیرمنطقی ارائه دهد. این موضوع موجب شده است این فیلم در ژانرهای کودک، طنز و اجتماعی قرار گیرد. همچنین با نمایش یک نمای کوتاه و چندثانیه‌ای، به تصمیم نهایی خانواده در قبولِ آوردن فرزند اشاره می‌کند. در این فیلم مفاهیمی همچون احساس نیاز به بستگان، آرامش، رفاه، همدلی، موفقیت، احساس عزت نفس، اعتماد به نفس و همکاری در خانواده‌های پرجمعیت به حاشیه رفته است.

نتیجه‌گیری

خانواده در اسلام، جایگاه بالایی دارد و یکی از رسالت‌های ویژه آن، تربیت فرزند است. یکی از مواردی نیز که اسلام به آن تأکید می‌کند، فرزندآوری است. از نظر اسلام، فرزندان از ارکان مهم خانواده هستند. کاهش شدید جمعیتی در سال‌های اخیر ناشی از تحولات گسترده، تغییر سبک زندگی مردم و تسلط گفتمان فردگرایی و مصرف‌گرایانه بر جامعه بوده است. این امر پیامدهای قابل توجهی برای آینده جمعیت و کشور به دنبال خواهد داشت. رسانه به دلیل نقش بی‌بدیلی که در مدیریت و هدایت فرهنگ و افکار عمومی دارد، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و می‌تواند شکل‌دهنده و تغییردهنده ارزش‌ها و اعتقادات باشد و ماهیت خانواده‌های پرجمعیت را متزلزل، متشتت و در حال فروپاشی بازنمایی کند و یا برای تقویت این نهاد اجتماعی، بر ارزشمندی و اهمیت نقش‌های والدینی و همسری تأکید کند. در این نوشتار تأثیر فرایند نوسازی بر ساختار خانواده و تطبیق آن با فیلم سینمایی همبازی با استفاده از روش نشانه‌شناسی جان‌فیسک، رمزگان اجتماعی، فنی و ایدئولوژیک بررسی و لایه‌های معانی رمزگذاری شده در این فیلم تحلیل شد. القای مفاهیمی همچون مصرف‌گرایی، لذت‌طلبی، فردگرایی و خودگرایی در ذهن مخاطب با استفاده از ابزار رسانه، موجب می‌شود مخاطب به تدریج دچار تغییر در بینش، نگرش و رفتار در زمینه فرزندآوری شود و خانواده‌ها به راحت‌طلبی گرایش پیدا کنند و از پذیرش هر گونه مسئولیتی شانه خالی نمایند.

فهرست منابع

۱. آسابرگر، آرتور، (۱۳۷۹ش)، روش‌های تحلیل رسانه‌ها، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

۲. احمدی، بابک، (۱۳۸۸ش)، از نشانه‌های تصویری تا متن؛ به سوی نشانه‌شناسی ارتباط دیداری، تهران: مرکز.

۳. اسماعیلی، رفیع‌الدین، (۱۳۹۳ش)، بازنمایی الگوی شخصیت مرد و زن در سینمای ایران (ارزیابی آن بر اساس آیات و روایات)، قم: مؤسسه امام خمینی﵀.

۴. اسحاقی، حسین، (۱۳۸۸ش)، بایدها و نبایدهای مصرف، قم: دفتر عقل.

۵. تریاندیس، هری، (۱۳۷۸ش)، فرهنگ و رفتارهای اجتماعی، ترجمه نصرت فتی، تهران: رسانش.

۶. ترکمان، فرح؛ فرهادی، محمود؛ معدنی، سعید و کوثری، مسعود، (۱۳۹۳)، «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مصرف سینما»، دومین کنفرانس ملی جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی، ص ۲۴ ـ ۱.

۷. خلیلیان شلمزاری، محمود، (۱۳۹۷)، «بررسی پژوهش‌های روان‌شناختی داخلی در تک‌فرزندی: مرور سیستماتیک»، پژوهش‌نامه اسلامی زنان و خانواده، سال ششم، شماره دهم، ص ۱۲۵ ـ ۹۹.

۸. درنینگ، آلن، (۱۳۷۶ش)، چقدر کافی است؟ ترجمه: عبدالحسین وهاب‌زاده، مشهد: جهاد دانشگاهی.

۹. رضایی، محمد و کاظمی، عباس، (۱۳۸۷)، «بازنمایی اقلیت‌های قومی در سریال‌های تلویزیونی»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، شماره چهارم، ص ۹۱ ـ ۷۸.

۱۰. رجبیان، زهره، (۱۳۸۶)، «کنترل موالید از دیدگاه اسلام»، نشریه حورا، شماره ۲۴، ص ۲۶ ـ ۱۶.

۱۱. رضایی، محمد و افشار، سمیه، (۱۳۸۹)، «بازنمایی جنسیتی سریال‌های تلویزیونی (مرگ تدریجی یک رؤیا ـ ترانه مادری)»، فصلنامه علمی پژوهشی زن در فرهنگ و هنر (پژوهش زنان)، شماره چهارم، ص ۹۴ ـ ۷۵.

۱۲. زیبایی‌نژاد، محمدرضا، (۱۳۸۶)، «نگاه ویژه به سیاست‌های کنترل جمعیت، اهداف و نتایج»، نشریه حورا، شماره ۲۴، ص ۱۵ ـ ۴.

۱۳. سماکار، ندا، (۱۳۹۰)، «بررسی عوامل مؤثر بر نگرش به تک‌فرزندی، مطالعه موردی زنان در آستانه ازدواج شهر» پایان‌نامه ارشد جمعیت‌شناسی، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی و ارتباطات.

۱۴. شریفی، احمد حسین و باقری، حسین، (۱۳۸۹)، «ارزش‌های اخلاقی و خودگرایی روانشناختی»، معرفت اخلاقی، سال اول، شماره سوم، ص ۴۲ ـ ۲۷.

۱۵. شرف‌الدین، سیدحسین و چراغی کوتیانی، اسماعیل، (۱۳۹۳)، «نقش فرهنگ و ساختارهای فرهنگی در تحولات جمعیتی»، معرفت فرهنگی اجتماعی، سال ششم، شماره ۱، ص ۷۸ ـ ۵۱.

۱۶. ضمیران، محمد، (۱۳۸۲ش)، درآمدی بر نشانه‌شناسی هنر، تهران: قصه.

۱۷. عنایت، حلیمه؛ موحد، مجید و مهرابی، محبوبه، (۱۳۹۰)، «مطالعه رفتار و نگرش باروری دو نسل مادران و دختران و عوامل فرهنگی مرتبط با آن»، پژوهشنامه جامعه‌شناسی جوانان، سال اول، شماره اول، ص۱۱۸ ـ ۹۷.

۱۸. فتحی، الهام، (۱۳۹۸ش)، گزارش «چشم‌انداز باروری در ایران از سال ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۸»، درگاه ملی آمار، بخش گزارش‌های تحلیلی.
۱۹. فرهادیان، فاطمه و افشار، نرگس، (۱۳۹۸)، «تبیین الگوی خانواده در باروری با رویکرد فراتحلیلی و استناد بر آموزه‌های قرآنی»، دو فصلنامه مطالعات اسلامی و آسیب‌های اجتماعی، دوره۱، شماره اول، ص ۸۱ـ۱۰۸.
۲۰. فیسک، جان، (۱۳۸۶ش)، درآمدی بر مطالعات ارتباطی، ترجمه: مهدی غبرایی، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
۲۱. ـــــــــ، (۱۳۸۰)، «فرهنگ تلویزیون»، ترجمه: مژگان برومند، نشریه ارغنون، شماره ۱۹، ص ۱۴۲ ـ ۱۲۵.
۲۲. کریمی‌نیا، محمدمهدی؛ علیزاده، فاطمه و انصاری‌مقدم، مجتبی، (۱۴۰۰)، «آسیب‌شناسی‌های تک‌فرزندی در جامعه (با نگاهی به دستورات اسلامی)»، مجله دستاوردهای نوین در علوم انسانی، شماره ۴۰، ص ۸۶ ـ ۷۶.
۲۳. کیسبی‌یر، آلن، (۱۳۸۳ش)، درک فیلم، ترجمه: بهمن طاهری، تهران: چشمه.
۲۴. گیویستو، پیتر، (۱۳۷۸ش)، اندیشه‌های بنیادی در جامعه‌شناسی، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نی.
۲۵. گیویان، عبدالله و سروری زرگر، محمد، (۱۳۸۸)، «بازنمایی ایران در سینمای هالیوود»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره هشتم، ص ۱۷۷ ـ ۱۴۷.
۲۶. لوکاس، دیوید و میر، پاول، (۱۳۸۴ش)، درآمدی بر مطالعات جمعیتی، ترجمه: حسین محمودیان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۲۷. محمدی، نعیما و صیفوری، بتول، (۱۳۹۵)، «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر ترجیح باروری زنان»، فصلنامه فرهنگی ـ تربیتی زنان و خانواده، سال ۱۱، شماره ۳۶، ص ۷۰ ـ ۴۹.
۲۸. میرزایی، حسین و پروین، امین، (۱۳۹۲ش)، درآمدی بر روش‌شناسی مطالعات فرهنگی، صورت‌بندی نظری ـ روش‌شناختی بازنمایی و استوارت هال، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۲۹. مهدی‌زاده، سید محمد، (۱۳۸۷ش)، رسانه‌ها و بازنمایی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۳۰. ـــــــــ، (۱۳۹۳)، نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: همشهری.
۳۱. نجفی‌اصل، زهره و قاضی طباطبایی، محمود، (۱۳۹۱)، «بررسی سیر تحولات کارکردهای ازدواج و فرزندآوری در سه نسل متوالی در دو خانواده روستایی»، نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران، شماره ۱۴، ص ۱۱۲ ـ ۸۵.
۳۲. هال، استوارت، (۱۳۸۷ش)، نظریه‌های ارتباطات: مفاهیم انتقادی در مطالعات فرهنگی و رسانه، ترجمه احسان شاقاسمی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.