

נושא העבודה: ייצוג האלכוהול בסיטקום המפץ הגדול: "כיצד בא לידי ביטוי ייצוג האלכוהול

בסיטקום המפץ הגדול?"

תוכן עניינים:

1. מבוא

2. סקירת ספרות

a. השפעת הסרטים על החברה

b. הצגת אלכוהול בטלוויזיה

c. הצגת חנונים בטלוויזיה

3. ייצוג האלכוהול כתרבות, בקולנוע ובטלוויזיה והשיווק של המשקאות בתוכניות

4. מתודולוגיה

5. ייצוג הדמויות במפץ הגדול (בהסתמך על המאמרים שיש)

6. ייצוג האלכוהול במפץ הגדול (בהסתמך על המאמרים יש גם מאמר על ביטחון עצמי).

7. ממצאים

8. דיון וסיכום

9. ביבליוגרפיה

1. מבוא

מחקר רב מתעסק באיך בדיוק צריכת האלכוהול משפיעה על בני נוער בצורות שונות. יש הדגשה רבה על מחקר סביב העלייה במספרים של בני נוער ששותים אלכוהול וההשפעות הרעות שנובעות מכך שיש סצנות רבות עם שחקנים ששותים אלכוהול. יש השפעה ישירה בין כמות השעות של צפייה בטלוויזיה שמראה שחקנים שותים אלכוהול לבין צריכת האלכוהול של אותו צופה (עם דגש על כך שיש השפעה גדולה יותר על גברים) (Koordeman, , Anschutz, Baaren and Engels, 2010). למרות שמחקרים רבים מתעסקים על צריכת אלכוהול במציאות לעומת צריכת אלכוהול בסדרות, ניתן להבין ממחקרים אלו שיכולות להיות השפעות הרבה יותר רחבות על הצופים כתוצאה מצפייה בסצנות שמדגישות את שתיית האלכוהול.

עבודה זו מתעסקת בהשפעות שנובעות מצפייה בשחקנים ששותים אלכוהול בסיטקום 'המפץ הגדול' ואיך צופים תופסים את ההתייחסויות האלו וההשלכות על פרספקטיבת העולם. עבודה זו משערת שסיטקומים משתמשים האלכוהול בצורה מאוד מסוימת כדי להדגיש את המאפיינים בין 'חוננים' שנתפסים כ – לא שותים אלכוהול, ולא יודעים איך להכיל אלכוהול, ולכן ההשפעות של אלכוהול על אותם שחקנים כשהם מתחילים לשתות – לבין שחקניות שנתפסות כיותר חלק מה'זרם' שאפילו עבודתם זה להיות מומחיות באלכוהול.

הסדרה 'המפץ הגדול' משתמש בפרספקטיבות שכבר קיימות בחברה כדי להדגיש לצופים את האופי של השחקנים. מה שמעניין הוא שככל שסדרות מדגישות את המאפיינים האלו, יש השערות שבני נוער יתפסו את אנשים דומים לשחקנים האלו בחברה כדמות

מסוימת. דבר זה גורם ליותר סטראוטיפים ולא עוזר לשבירת המעגל בין מה שניתן לראות בסדרות וסרטים לבין מה ניתן לקלוט מהעולם מסביבנו.

2. סקירת ספרות

2A. השפעת הסרטים על החברה

סרטים לרוב משקפים את המציאות בחברה והגישות וההתייחסות של החברה כלפי מושגים שונים. בנוסף, סרטים גם ידועים כדבר שיכול במידה מסוימת להשפיע על החברה ואיך היא נוצרת. התאוריה של Cognitive Social Learning אומרת שהתנהגויות ואמונות נרכשות ומעוצבות דרך תהליכים של בחינת לימודית (Bandura, 1977). ולכן, אם סרטים מעצבים את הגישות ואת ההתנהגויות של החברה ואת הצופים, אז חשוב מאוד לנתח ולהבין איזה גישות והתנהגויות מופיעים בסרטים שאנו רואים.

חשוב להבין שלא תמיד נראה השפעה מיידית על הצופים. למשל, בהקשר של אלכוהול, לרוב, ילדים ירכשו אמונות לגבי מבוגרים ששותים מהטלוויזיה אך לא ישפיעו מיד על ההתנהגויות שלהם. אך, ההתייחסויות האלו מאוד חשובות מכיוון שניתן לראות שבמהלך חייהם, יש השפעה רחבה על ההתנהגות של הילדים. בנוסף, התאוריה של Social Learning מסבירה שלא כל הדמויות משפיעות באותה מידה על ההתנהגות של הילדים במהלך חייהם. דמויות שנתפסות כיותר חשובות וחזקות ישפיעו בצורה גדולה יותר על הצופים (Wallack et al., 1990).

בנוסף, תאוריה נוספת – Cultivation Theory – מדברת על מבט אחר של ההשפעות של טלוויזיה על הצופים (Wallack et al., 1990). תאוריה זאת אומרת שהחשיפה לדמויות אחרות במצבים שונים מגדילה לצופים את המבט שלהם על העולם ועל איך שהם תופסים את העולם מסביבם. בתאוריה זאת, יש תפיסה שהצופים מקבלים 'עובדות' מהסרטים/סדרות שלא