

هدف این مقاله شناسایی آسیب‌های ناشی از مصرف سریال‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در مخاطبان ایرانی و طبقه‌بندی آنهاست. برای این منظور از روش فراترکیب که یکی از انواع پژوهش‌های فرامطالعه است، استفاده شد. در قدم اول با کلیدواژه‌های مختلف در مهم‌ترین بانک‌های اطلاعاتی پژوهش‌ها و مقالات در کشور جستجو و تعداد ۵۵ اثر پژوهشی مرتبط در این زمینه شناسایی گردید. در قدم بعد با بررسی اولیه این پژوهش‌ها براساس شاخص‌های معین تعداد ۲۷ عنوان از آنها که مستقیم به آسیب‌های ناشی از تماشای سریال‌های ماهواره‌ای پرداخته بودند انتخاب شدند. در ادامه با تکنیک کدگذاری کیفی براساس روش فراترکیب ۱۴۰ کد اولیه از دل پژوهش‌های منتخب استخراج و در ذیل ۳۳ مفهوم محوری، دسته‌بندی شدند. در آخرین مرحله ۳۳ مفهوم محوری با طبقه‌بندی به ۶ مقوله اصلی تقلیل یافت. در نهایت یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که مصرف سریال‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، سبب چنین آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی می‌شود؛ تأثیرپذیری از فرهنگ غربی، تضعیف نهاد خانواده، آسیب‌های روانی، افزایش ناهنجاری‌های اجتماعی و تضعیف فرهنگ اسلامی - ایرانی.

■ واژگان کلیدی:

آسیب‌های فرهنگی اجتماعی، شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، سریال تلویزیونی، فراترکیب

شناسایی و طبقه‌بندی

آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی

ناشی از مصرف سریال‌های ماهواره‌ای

با استفاده از روش فراترکیب

بهنام یوری

پژوهشگر پژوهشکده سیاست‌پژوهی و مطالعات راهبردی حکمت
Behnam1985@gmail.com

سیاوش صلواتیان

استادیار دانشگاه صداوسیما
salavatian@gmail.com

مقدمه

در عصر حاضر فرهنگ‌های بومی به صورت جدی در معرض تهدید قرار گرفته‌اند. یکی از عوامل اصلی این تهدید، شکل‌گیری پدیده‌ای با نام فرهنگ یکپارچه جهانی به عنوان محصول روند جهانی شدن است. برخی از اندیشمندان روند یکپارچه شدن جهانی فرهنگ را با عنوان امپریالیسم فرهنگی مطرح کرده‌اند. یوهان گالتونگ^۱ با تقسیم امپریالیسم به پنج نوع اقتصادی، سیاسی، نظامی، ارتباطی و فرهنگی، امپریالیسم فرهنگی را به امر آموزش و سلطه فرهنگی مربوط می‌داند. از نظر او امپریالیسم فرهنگی بیشترین تأثیر را در انطباق شرایط داخلی «محور» با «پیرامون» بر جای می‌گذارد. (سریع‌القلم، ۱۳۸۰: ۱۴۶-۱۴۵) در حقیقت امپریالیسم فرهنگی، استفاده از قدرت سیاسی و اقتصادی برای قبولاندن ارزش‌های فرهنگی متعلق به قدرت استعمارگر در میان مردم جامعه هدف است. اهمیت مضاعف امپریالیسم فرهنگی از این جهت است که استعمارگران به وسیله آن پایه‌های تسلط سیاسی و اقتصادی خود را نیز محکم می‌کنند. بدین نحو که با ترویج فرهنگ خود، به تدریج جامعه هدف را دچار «ازخودبیگانگی» می‌کنند. (دارابی، ۱۳۸۹: ۲۷)

«اصلی‌ترین ابزار اشاعه فرهنگ جهانی، رسانه‌ها هستند. در واقع در زمانه کنونی «فرهنگ رسانه‌ای به یکی از نیروهای غالب در فرایند اجتماعی شدن تبدیل شده است و تصاویر و چهره‌های پرآوازه در مقام داوران سلیقه و ارزش و تفکر، جایگزین خانواده‌ها، مدارس و کلیساها شده‌اند و سرمشق تازه‌ای برای هویت‌یابی و الگوهای هماهنگ سبک، مد و رفتار ایجاد می‌کنند». (کلنر، ۱۹۹۵، به نقل از بنت، ۱۳۸۶: ۱۱۹)

وسایل ارتباط جمعی از جمله عوامل مهم و اثرگذار بر شیوه تفکر و کیفیت زندگی افراد هستند. تأثیر این رسانه‌ها به حدی است که در خصوصی‌ترین حوزه‌های تجربه انسانی وارد شده و مسائلی چون هیجان‌ات و احساسات عمیق انسان را برمی‌انگیزد و در جهت دلخواه خود هدایت می‌کند. نقش تلویزیون در بین رسانه‌ها تاندازه‌ای است که برخی آن را به‌مثابه کارآمدترین ابزار انتقال سبک زندگی نام برده‌اند. تلویزیون نقطه تلاقی فرهنگ، اقتصاد، فناوری و سیاست است. (اسماعیلی و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۱-۹)

چگونگی فراگیری تلویزیون در سراسر جهان را باید مرهون فناوری ماهواره‌ای دانست. ابتدا چنین به نظر می‌رسید که پیشرفت رسانه‌های ماهواره‌ای، بی‌قید و شرط، پدیده‌ای مطلوب است؛ حال آنکه در تجربه‌ای کوتاه و چندین ساله معلوم شد برخی از عوارض این

پدیده از حیث فرهنگی، آسیب‌زاست. آلوین تافلر^۱ در این باره نوشت: «فناوری ماهواره‌ای و دیگر رسانه‌های جدید، فرهنگ‌های ملی را از هم می‌پاشند». (شرفی، ۱۳۸۰: ۲۱)

ورود ماهواره به ایران در اوایل دهه ۱۳۷۰ اتفاق افتاد (محسنیان‌راد، ۱۳۷۳: ۴-۵) و از همان زمان به یکی از کانونی‌ترین موضوعات در جامعه تبدیل شد. همزمان با توسعه فناوری‌های ارتباطی، رشد شبکه‌های فارسی‌زبان ماهواره‌ای نیز اتفاق افتاد. این شبکه‌ها در ابتدا برنامه‌های خبری پخش می‌کردند، اما به تدریج به پخش برنامه‌های تفریحی و سرگرم‌کننده نیز رو آوردند تا اینکه شبکه‌هایی آغاز به کار کردند که تنها به پخش این‌گونه برنامه‌ها از جمله سریال‌های خارجی با دوبله فارسی اختصاص داشتند. در سال‌های اخیر، شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و برنامه‌ریزان آنها عمده سیاست‌ها و فعالیت‌های خود را معطوف به بعد فرهنگی کرده‌اند. شکل‌گیری شبکه‌های ماهواره‌ای جدید یکی پس از دیگری در سپهر رسانه‌ای کشورمان با رویکرد فرهنگی و یا تغییر سیاست برخی شبکه‌ها مؤید این ادعاست. به‌عنوان مثال می‌توان به تأسیس شبکه‌هایی مانند «فارسی وان» در تابستان سال ۱۳۸۸، تلویزیون «من و تو»^۱ در سال ۱۳۸۹ و تغییر رویه گسترده شبکه «جم» در پخش سریال در سال ۱۳۸۹ اشاره کرد.

در میان ژانرهای مختلف تلویزیونی، ژانر «سریال» به‌خاطر میزان مخاطب بالا، طولانی بودن دوره زمانی پخش، شباهت مضامین، تم‌ها، نقش‌ها و بعضاً روابط نمایش داده شده با زندگی روزمره مخاطبان و پیام‌های غیرمستقیمی که در خلال روایت سریال مطرح می‌شوند، از اهمیت خاصی برخوردار است. سریال، پرتکرارترین ژانر از بین برنامه‌های گوناگون شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان است.

هدف این سریال‌ها، بازنمایی زندگی روزانه است اما این بازنمایی تنها جنبه‌ای کسالت‌آور از زندگی را شامل نمی‌شود، بلکه در طول سریال و به‌طور مداوم موارد تنش‌آمیز، هیجانی و نمایشی‌ای رخ می‌دهند که اغلب شخصیت‌های داستان را در خود درگیر کرده و محور همیشگی صحبت آنها و نیز گاهی محور شایعات و خبرچینی‌ها در داستان است. به‌علاوه، نوع خاصی از روایت مشخصه اساسی کلیه سریال‌های بازاری است. منظور از روایت در یک متن، فرایند منسجم بیان داستان است که محتوای داستان را براساس یک قاعده می‌چیند و از بیان وقایع به‌صورت بی‌نظم و به‌هم‌ریخته جلوگیری می‌کند، به‌نحوی که تعاقب اتفاقات پشت سرهم معنایی خاص پیدا می‌کند و نمی‌توان

1. Alvin Taffler

نظم آن را تغییر داد. در سریال‌ها یکی از منابع اصلی کسب لذت، آشکار و مشخص بودن روایت است به نحوی که داستان براساس روندی پیش می‌رود که مخاطب انتظارش را دارد. سریال‌های ماهواره‌ای به‌وسیله انواع رمزگان ایدئولوژیک اجتماعی و فنی، معانی مورد نظر خود را تولید می‌کنند. واقعیتی که در این میان باید در نظر گرفت این است که مشاهده مداوم سریال‌ها باعث ایجاد پیوندی میان مخاطب و سریال می‌شود و تعمیق این پیوند به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم بارگذاری مفاهیم اعتقادی و روان‌شناختی بر بینندگان را تسهیل خواهد کرد. در بسیاری از موارد، مخاطب توده بدون هیچ مقاومتی و کاملاً به‌صورت منفعلانه آنچه را از طریق این محصولات رسانه‌ای بر او عرضه می‌شود پذیرا شده و در عین حال مسحور آن نیز می‌شود. به‌نظر اندیشمندان مکتب فرانکفورت سرمایه‌داری پسین با استفاده از لذت‌های وسوسه‌انگیز محصولات فرهنگ توده‌ای، این نظام کنترل را چنان ظریف و پالایش‌یافته می‌کند که توده‌ها را فریفته و مدهوش این نظام مصرفی سرمایه‌داری می‌سازد. (بنت، ۱۳۸۶: ۲۹)

تاکنون پژوهش‌های متعددی در خصوص آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی تماشای برنامه‌های مختلف شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان صورت گرفته است. در این مطالعه قصد داریم برای اولین بار با روشی نوین به نام «فرا ترکیب» به فرامطالعه پژوهش‌های کیفی انجام‌شده در این زمینه پردازیم تا بتوانیم براساس آن به نمایی کلی از آسیب‌های مطرح‌شده در این پژوهش‌ها دست یابیم.

تاریخچه پیدایش شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان

هر چند زمزمه‌های آمدن تلویزیون‌های ماهواره‌ای با هشدار مجله سروش در آبان ماه سال ۱۳۶۹ در مورد آمدن ماهواره‌ها جدی‌تر شده بود، اما مردم ایران از شهریور سال ۱۳۷۰ این امکان فنی را پیدا کردند که کانال‌های ماهواره‌ای بین‌المللی را تماشا کنند. خانواده‌های مرفه نقاط مرزی کشور نخستین استفاده‌کنندگان از این برنامه‌ها بودند که با سهولت بیشتری به سخت‌افزار مورد نیاز دست می‌یافتند. متعاقباً تکثیر نوارهای ویدئویی ضبط‌شده از برخی کانال‌ها به‌ویژه کانال ام‌تی‌وی از سوی دست‌اندرکاران تهیه و توزیع زیرزمینی نوار ویدئویی در ایران که سابقه‌ای پانزده‌ساله داشت، آغاز شد. به‌تدریج آنتن‌های مذکور در برخی منازل که بیشتر در نقاط مرفه‌نشین شمال شهر تهران متمرکز بودند، مورد استفاده واقع شد. از آنجایی که این دیش‌ها روی پشت‌بام‌ها نصب می‌شدند، آشکارا

برای مردم در خیابان‌ها قابل‌رؤیت بودند. سپس آنتن‌های بشقابی در مناطق متوسط‌نشین شهر تهران نیز دیده شد. ضمن آنکه موضوع ماهواره سوژه بسیاری از محافل و مجالس غیررسمی شده بود و شرایط سال‌های ورود ویدئو به ایران تکرار می‌گردید و خانواده‌ها برای دیدن برنامه‌های ماهواره‌ای با کنجکاو به منازل صاحبان این وسایل می‌رفتند. (محسنیان‌راد، ۱۳۷۳: ۴-۵)

تقاضا و اقبال عمومی به شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای، با پیدایش نخستین شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای فارسی‌زبان در آغاز سال ۱۳۷۹ با نام تلویزیون ملی ایران^۱ رشد فزاینده‌ای به خود گرفت. این شبکه تلویزیونی توسط یک خواننده سابق ایرانی (ضیاء اتابای) مقیم لس‌آنجلس آمریکا اداره می‌شد. این شبکه پیش از آنکه ابعاد جهانی پیدا کند و در ایران قابل دریافت باشد، از سال ۱۹۸۲ برنامه‌های خود را به صورت کابلی در حد یک ساعت در هفته برای ایرانیان مقیم آمریکا پخش می‌کرد. البته پیشینه راه‌اندازی شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای فارسی‌زبان خارج از کشور به اواخر سال ۱۳۷۴ باز می‌گردد، یعنی زمانی که دو برنامه تلویزیونی، یکی از سوی بخش فارسی صدای آمریکا^۲ که در آن زمان یک ساعت در هفته روزهای جمعه برنامه پخش می‌کرد و دیگری از سوی سازمان منافقین (از طریق لندن) راه‌اندازی شد.

از آنجاکه با مهاجرت مخالفان جمهوری اسلامی به آمریکا در ابتدای انقلاب، شهر لس‌آنجلس به مرکز تجمع ایرانیان و کانونی برای فعالیت علیه حکومت تبدیل شده بود، پس از راه‌اندازی شبکه تلویزیون ملی ایران مستقر در این شهر، رقابتی شتابان میان ایرانیان مخالف شکل گرفت و سایر شبکه‌های تلویزیونی فارسی‌زبان نیز تصمیم گرفتند امواج تلویزیونی خود را از طریق ماهواره برای ایرانیان سراسر جهان به‌ویژه ایرانیان داخل کشور در یک رقابت سیاسی تجاری، پخش کنند. (شهابی و جهانگردی، ۱۳۸۷: ۲۶) به این ترتیب موجی از تأسیس شبکه‌های معاند شکل گرفت.

در حال حاضر براساس آمار موجود تعداد شبکه‌های ماهواره‌ای فعال در جهان بیش از ۳۰۰۰۰۰ شبکه است که از این تعداد حدود سه هزار شبکه در داخل ایران با دیش‌ها و آنتن‌های معمولی قابل دریافت هستند. تا سال ۱۳۸۸ آمار شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان که در ایران قابل دریافت بود ۷ شبکه بود، در حالی که در سال ۱۳۹۳ این تعداد به ۱۶۲ شبکه فارسی‌زبان رسید. (امانلو، ۱۳۹۳: ۵۲)

1. NITV
2. VOA

طبقه‌بندی موضوعی شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان

با بررسی مشاهده‌ای به‌طور خیلی کلی شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان را می‌توان براساس حوزه اهداف و تمرکز برنامه‌سازی در شش دسته زیر تقسیم‌بندی کرد:

۱. شبکه‌های سیاسی - خبری

شبکه‌های سیاسی که اکثراً در قالب خبر برنامه پخش می‌کنند با هدف تحت تأثیر قرار دادن مخاطبین در ابعاد سیاسی و اجتماعی به فعالیت می‌پردازند و عمدتاً از طریق نگاه‌های خاصی مورد حمایت قرار می‌گیرند. اغلب این شبکه‌ها با استفاده از شگردها و تکنیک‌های رسانه‌ای قوی و با نیت اختلاف‌افکنی و ایجاد شبهه و تفرقه، عمدتاً به پخش اخبار جهت‌دار داخلی مبادرت ورزیده و به مبارزه با نظام جمهوری اسلامی ایران می‌پردازند.

۱.۱. شبکه‌های تجزیه‌طلب قومی

این شبکه‌ها با توجه به اهداف کلان شبکه و تمرکز برنامه‌ای می‌توانند به‌عنوان زیرمجموعه شبکه‌های خبری و سیاسی قرار گیرند که با توجه به تعدد شبکه و نیز اهمیت آنها به‌صورت مجزا معرفی می‌شوند. این شبکه‌ها با پوشش قومی در قالب شبکه‌های کردی، ترکی، عربی و ترکمنی فعالیت می‌کنند و به تبلیغ پان‌کردیسم، پان‌ترکیسم و پان‌عربیسم مبادرت می‌ورزند. به‌عنوان مثال، وله‌ها و والس‌های مورد استفاده در شبکه‌های کردی با پرچم جعلی کردستان واحد‌ترین و پخش می‌شود. در شبکه‌های ترکی و عربی نیز کمابیش با همین حدت و شدت این موضوع اتفاق می‌افتد.

۲. شبکه‌های سرگرمی (عمومی)

شبکه‌هایی هستند که برنامه‌های آنها ژانر مشخصی نداشته و در حوزه سرگرمی و تفریح، ورزش، کودکان، خانواده، مسابقات تفریحی، شو و تاک‌شوهای گوناگون در زمینه‌های هنری، سینمایی، ورزشی و نیز ویدئو کلیپ‌های ایرانی و خارجی و همچنین فیلم و سریال پخش می‌کنند.

۳. شبکه‌های موسیقی

شبکه‌های موسیقی به پخش موسیقی و ویدئو کلیپ‌های عمدتاً غربی و فارسی که به‌صورت غیرمجاز در ایران و یا در خارج از کشور تهیه می‌شوند، مبادرت می‌ورزند. بودجه عموم این شبکه‌ها از طریق تبلیغات، زیرنویس‌ها و میان برنامه‌ها تأمین می‌شود.

۴. شبکه‌های فیلم و سریال

این شبکه‌ها عمدتاً به پخش فیلم و سریال به‌صورت دوبله و زیرنویس و نیز برنامه‌های

سرگرمی و ویدئوکلیپ می‌پردازند. یکی از ابزارهای دشمنان انقلاب در حوزه رسانه‌ای، استفاده از فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی است. آنها با علم به این واقعیت که دیدن فیلم و سریال به یکی از سرگرمی‌های محبوب خانواده‌های ایرانی تبدیل شده است، به سراغ این حوزه رفته و سرمایه‌گذاری‌های عظیمی انجام داده‌اند.

۵. شبکه‌های مذهبی

شبکه‌های مذهبی به تبلیغ و ترویج ادیان و مذاهب مختلف پرداخته و عمدتاً در قالب برنامه‌های گفتگو محور و سخنرانی برنامه پخش می‌کنند. این شبکه‌ها بالأخص به تبلیغ و ترویج آیین مسیحیت و نیز مذاهب شیعه و سنی با رویکردی عمدتاً تفرقه‌افکنانه اختصاص دارند. بسیاری از شبکه‌های مذهبی برای کلیه سطوح سنی حتی برای کودکان برنامه پخش می‌کنند. در شبکه‌های تبلیغ آیین مسیحیت؛ مجریان برنامه از مسلمانان تحصیل کرده و هوشمندی هستند که از آیین اسلام روی گردان شده و به کیش مسیحیت گرویده‌اند. در مورد شبکه‌های اهل سنت نیز، افرادی مسلط بر دانش دینی و با فن بیان بسیار خوب مجری و کارشناس هستند. به‌طور کلی این شبکه‌ها با پوچ‌نمایی اعتقادات دینی مسلمانان و حمله به کتب مقدس مسلمانان و علی‌الخصوص شیعیان، در پوشش برنامه‌های تأویل و تفسیر؛ آیین مسیحیت یا مذهب تسنن را تبلیغ می‌نمایند.

۶. شبکه‌های تبلیغاتی و بازاریابی

این شبکه‌ها اقدام به معرفی محصولات خانگی، صوتی و تصویری، خدمات سیاحتی، آرایشی و زیبایی، ورزشی و غذایی می‌نمایند. فعالیت این شبکه‌ها و تبلیغات محصولات و خدمات آنها که اکثریت قریب به اتفاق آنها تولید کشورهای خارجی‌اند، یکی از عواملی است که خسارت عمده‌ای به تولیدکنندگان داخلی و صاحبان مشاغل زده است. همچنین حجم تبلیغ و کالاهایی که در این شبکه‌ها معرفی می‌شود، به‌شدت جامعه را به‌سمت یک جامعه مصرفی پیش می‌برد. (شهاب، ۱۳۹۰: ۷۰-۴۴)

مخاطب هدف شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان

مسئله «مخاطب» در بحث‌های مربوط به تلویزیون (به‌ویژه تلویزیون‌های ماهواره‌ای) از اهمیت زیادی در کشورهای در حال توسعه برخوردار است. در مقوله مخاطب‌شناسی، سؤالات چندی قابل طرح‌اند که ذهن بسیاری از محققان علوم ارتباطی و برنامه‌ریزان رسانه‌ای را به خود مشغول کرده است. دشواری پاسخ‌گویی به این پرسش‌ها در کشورهایی

که با قانون منع استفاده از تجهیزات دریافت برنامه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای مواجه بوده‌اند، نمود بیشتری دارد.

در همین راستا تا چندین سال قبل که موج جدید تأسیس شبکه‌های ماهواره‌ای هنوز آغاز نشده بود، عمده تمرکز شبکه‌های ماهواره‌ای بر اقشار ناراضی سیاسی و جوانان بود و دست‌اندرکاران این شبکه‌ها به شکلی سطحی و ابتدایی تلاش برای تأثیرگذاری بر سمت‌وسو دادن به ذهن آنان داشتند؛ اما روش شبکه‌هایی که در چند سال اخیر شروع به کار کرده‌اند چه در حوزه سیاست مانند بی‌بی‌سی فارسی و چه شبکه‌های فعال در زمینه فرهنگی و اجتماعی مانند من و تو، فارسی وان، گروه شبکه‌های جم و... متفاوت و حرفه‌ای‌تر شده است. رویکرد شبکه‌های جدید در زمینه جذب مخاطب، با شبکه‌های قدیمی که بیشتر با نام «شبکه‌های لس آنجلسی» شناخته می‌شدند، چندین تفاوت عمده دارد. یکی اینکه استراتژی آنها کاملاً مشخص است و تمام برنامه‌های هر شبکه کاملاً در راستای نیل به اهداف مورد نظر عمل می‌کنند. در عین حال خط‌مشی‌های اتخاذشده توسط این شبکه‌ها به گونه‌ای است که با هم هماهنگی دارند و به‌صورت مکمل به برآورده کردن نیازهای (واقعی یا ساختگی) مخاطب می‌پردازند. در این زمینه می‌توان شبکه‌های بی‌بی‌سی فارسی و من و تو را مثال زد که هر دو وابسته به حکومت پادشاهی بریتانیا هستند و یکی با فعالیت در حوزه سیاسی و دیگری در زمینه اجتماعی و فرهنگی درصدد جهت دادن مخاطب به سمت اهداف دولت متبوع خود هستند. از سوی دیگر «نکته قابل توجه در خصوص استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای این است که جدی‌ترین مخاطبان این شبکه‌ها کسانی هستند که مخاطب تلویزیون‌اند و از تلویزیون به‌عنوان یک رسانه، به‌طور روزمره بهره می‌گیرند» (بیچرانلو، ۱۳۸۸: ۱۱۹) در عین حال این شبکه‌ها در یک تقسیم‌بندی معنادار در میان انواع مخاطبان تلویزیونی، روی گروه‌هایی سرمایه‌گذاری کرده‌اند که ساعات بیشتری را برای تماشای تلویزیون می‌گذرانند و فرصت یا تمایل افزون‌تری برای دریافت پیام‌ها دارند. یک نشانه برای فهم این مخاطب‌گزینی، توجه به پخش فیلم و سریال (از زیرنویس فارسی به‌سمت برنامه‌های دوبله شده) در این شبکه‌هاست و بر این اساس می‌توان گفت که نوجوانان و جوانان و زنان خانه‌دار، در اولویت بالاتری از نظر پیام‌گیری قرار می‌گیرند (مهدی‌پور، ۱۳۹۲: ۲۸)؛ بنابراین می‌توان استراتژی متفاوت و جدیدتر این شبکه‌ها را چنین تعریف کرد که عموماً به‌طور تخصصی به تهیه و پخش برنامه‌ها اقدام کرده‌اند به‌طوری‌که هر قشر و طبقه‌ای می‌تواند برای تماشای برنامه‌های مورد پسند خود در هر

حوزه یک شبکه را برگزینند. در این زمینه می‌توان به شبکه‌های خبری و سیاسی اشاره کرد که عمده تلاش آنها برای جذب ناراضیان سیاسی به‌طور بالفعل و تأثیر گذاشتن در ذهن مخاطبان بالقوه به‌صورت مویرگی و با استفاده از انواع تاکتیک‌های جنگ رسانه‌ای است. کودکان و نوجوانان در حال حاضر می‌توانند انواع سریال‌های انیمیشنی و کارتون‌ی را در شبکه‌هایی همچون «جم جونیور» و «پرشین‌تون» دنبال کنند. نوجوانان همچنین در کنار جوانان مخاطب هدف شبکه‌های دیگری هستند که به پخش موزیک و رقص، سریال‌های پلیسی یا ترسناک و به‌طور کلی برنامه‌های سرگرم‌کننده در زمینه‌های مختلف می‌پردازند. از جمله این شبکه‌ها «من و تو» است.

در عین حال نظرسنجی‌های انجام‌شده نیز مؤید این مطلب است که بیشتر مخاطبان ماهواره زنان، نوجوانان و جوانان هستند. (متانی و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۴۴ و ایسپا، دی‌ماه ۱۳۹۴) چراکه براساس این نظرسنجی‌ها سریال‌های ماهواره‌ای و پس از آن برنامه‌های موسیقی (کلیپ، شو و...) قالب‌هایی هستند که بیشتر مورد علاقه بینندگان این شبکه‌ها بوده‌اند. به این ترتیب می‌توان در خصوص گروه‌های هدف ماهواره دو رویکرد را بیان کرد: یکی اینکه بیشتر مخاطبان ماهواره جوانان و نوجوانان‌اند. پخش برنامه‌های متنوع در زمینه موسیقی، دنیای تکنولوژی، ورزش و مانند آن برای این گروه جذاب‌تر است. از سوی دیگر زنان و مادران هستند که به‌طور عمده به تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای و از جمله مهم‌ترین آنها یعنی سریال‌ها می‌پردازند. برای اثبات این نکته باید علاوه بر این سریال‌ها به برنامه‌های آشپزی و مرتبط با خانه‌داری، برنامه‌های روان‌شناسی، مدیریت بدن و آموزش آرایش و زیبایی، مد و لباس و... اشاره کرد که عمده ساعات پخش را در شبکه‌های ماهواره‌ای به خود اختصاص داده‌اند. پس می‌توان گفت عمده‌تاً زنان خانه‌دار مخاطبان شبکه‌های ماهواره‌ای هستند. طبیعی است که زنان خانه‌دار زمان بیشتری را در خانه می‌گذرانند، بنابراین وقت بیشتری را برای استفاده از تلویزیون و ماهواره دارند. (گراتی، ۱۳۸۴: ۱۲)

بنابراین می‌توان گفت مخاطب هدف برنامه‌هایی از جمله سریال‌ها، کسانی با انگیزه‌های سیاسی مخالف نیستند، بلکه کانون خانواده است؛ کسانی که امکان دریافت برنامه‌های ماهواره‌ای را دارند اما عمده‌تاً سواد رسانه‌ای خاصی ندارند. توان تحلیل برنامه‌ها و تمییز آنها را ندارند. حتی نمی‌توانند پیام‌های در پس برنامه‌های ماهواره‌ای را فهمیده و موضع خود نسبت به آنها را تبیین کنند. در چنین شرایطی گیرنده پیام، بدون هرگونه قدرت دفاع یا عکس‌العمل (حتی بدتر از آن، بدون قدرت فهم عمل مقابل) به موجودی منفعل

تبدیل می‌شود که ساکت و بدون موضع چون ضبط صوتی به دریافت پیام‌های ماهواره‌ای پرداخته و آن را در زندگی روزمره خویش به کار می‌بندد. (امانلو، ۱۳۹۳: ۵۶)

سریال‌های ماهواره‌ای

سریال به‌عنوان قالبی خاص از میان برنامه‌های تلویزیونی، مجموعه داستان دنباله‌داری است که در ژانرهای دراماتیک، پلیسی جنایی، خانوادگی و... می‌گنجد. از زمان ورود تلویزیون به خانه مردم، این قالب مورد توجه و علاقه بینندگان بوده است. هم‌ذات‌پنداری و درگیری با شخصیت‌های داستانی در سریال، شدت و دوام بیشتری نسبت به فیلم‌های سینمایی دارد. این نکته به دلیل طولانی و دنباله‌دار بودن و داستان سریال‌ها است. درگیری با شخصیت‌ها، سبک زندگی، ایدئولوژی و فرهنگ حاکم در سریال دلیل اصلی اثرگذاری آن بر مخاطب است. (شهبندی، ۱۳۸۸: ۵)

بیشتر سریال‌های پر مخاطبی که از شبکه‌های ماهواره‌ای پخش می‌شوند اصطلاحاً در دسته سریال‌های عامه‌پسند قرار می‌گیرند. سریال عامه‌پسند همان چیزی است که در انگلیسی به آن «سوپ اپرا»^۱ می‌گویند و در زبان فارسی به سریال‌های آبکی، صابونی، خانوادگی و عامه‌پسند نیز ترجمه شده است. فرهنگ آکسفورد «سوپ اپرا» را این‌گونه معنی کرده است: داستانی است درباره زندگی و یا مشکلات گروهی از افراد که هر روز و یا هفته‌ای چند بار از تلویزیون و یا رادیو پخش می‌شود. (فرهنگ آکسفورد، ۲۰۱۰: ۱۴۵۱) جورج کامستاک^۲ سریال خانوادگی را این‌طور تعریف می‌کند: «برنامه روزانه کم‌هزینه‌ای که هفته‌ای چند بار پخش می‌شود و غالباً مخاطبان زن بزرگسال را جذب می‌کند». (گراتی، ۱۳۸۴: ۱۳)

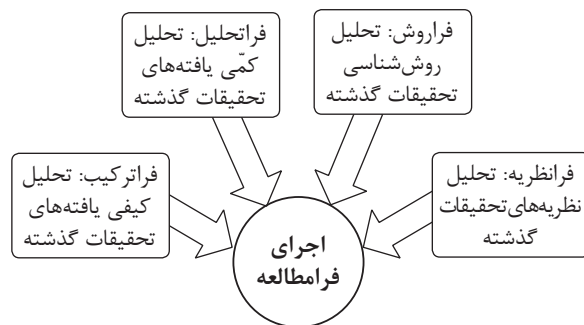
روش پژوهش

شتاب جنون‌آمیز رشد دانش و درهم‌تنیدگی بیش از پیش حیطه‌های علوم مختلف در عصر حاضر، اطلاع و تسلط بر تمامی ابعاد یک رشته را تا حد زیادی غیرممکن کرده است. به همین جهت اندیشمندان برای پاسخگویی به یک مسئله خاص به پژوهش‌های ترکیبی روی آورده‌اند که در آنها عصاره پژوهش‌های انجام‌شده در یک موضوع خاص به شیوه نظام‌مند و علمی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

1. Soap Opera
2. George Comstock

یکی از روش‌هایی که به‌منظور بررسی، ترکیب، تحلیل و تفسیر پژوهش‌های گذشته در چند سال گذشته معرفی شده فرامطالعه^۱ است. فرامطالعه، یک تجزیه و تحلیل عمیق از نتایج پژوهشی انجام‌شده در حوزه‌ای خاص است. به‌طور کلی می‌توان گفت که فرامطالعه شامل چهار روش زیرمجموعه اصلی است: فراتحلیل^۲: تحلیل کمی یافته‌های تحقیقات گذشته، فراروش^۳: تحلیل روش‌شناسی تحقیقات گذشته، فرانظریه^۴: تحلیل نظریه‌های تحقیقات گذشته، فراترکیب^۵: تحلیل کیفی یافته‌های تحقیقات گذشته. (بنج و دی، ۲۰۱۰)

فراترکیب نوعی مطالعه کیفی است که اطلاعات و یافته‌های استخراج‌شده از مطالعات کیفی دیگر با موضوع مرتبط و مشابه را بررسی می‌کند. در نتیجه، نمونه مورد نظر برای فراترکیب، از مطالعات کیفی منتخب و براساس ارتباط آنها با سؤال پژوهش تشکیل می‌شود. فراترکیب، مرور یکپارچه ادبیات کیفی موضوع مورد نظر نیست. همچنین، تجزیه و تحلیل داده ثانویه و داده اصلی از مطالعات منتخب نیز نیست، بلکه تحلیل یافته‌های این مطالعه‌ها است. (سهرابی و دیگران، ۱۳۹۰) فراترکیب با فراهم کردن یک نگرش نظام‌مند برای پژوهشگران از طریق ترکیب پژوهش‌های کیفی مختلف به کشف موضوع‌ها و استعاره‌های جدید و اساسی می‌پردازد و با این روش، دانش جاری را ارتقا داده و دید جامع و گسترده‌ای را نسبت به مسائل به‌وجود می‌آورد. فراترکیب مستلزم این است که پژوهشگر بازنگری دقیق و عمیقی انجام داده و یافته‌های پژوهش‌های کیفی مرتبط را ترکیب کند. (زیمر، ۲۰۰۶)



شکل ۱: انواع روش‌های فرامطالعه (بنج و دی، ۲۰۱۰)

1. Meta-Study
2. Meta-Analysis
3. Meta-Method
4. Meta-Theory
5. Meta-Synthesis

برای دستیابی به هدف پژوهش یعنی شناسایی و طبقه‌بندی آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی ناشی از مصرف سریال‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان از روش فراترکیب، مطابق با الگوی سندولسکی و باروسو (۲۰۰۷) استفاده شد. این الگو شامل هفت مرحله است که در ادامه ابعاد مختلف روشی این پژوهش در قالب مراحل هفت‌گانه شرح داده خواهد شد:

گام اول: تنظیم سؤال پژوهش

برای تنظیم سؤال تحقیق از پارامترهای مختلفی مانند جامعه مورد مطالعه، چه چیزی، چه موقع و چگونه روش استفاده می‌شود. در این پژوهش، این سؤال مورد کنکاش قرار گرفت: «آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی اصلی ناشی از تماشای سریال‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان کدامند؟»

گام دوم: مرور سامان‌مند ادبیات

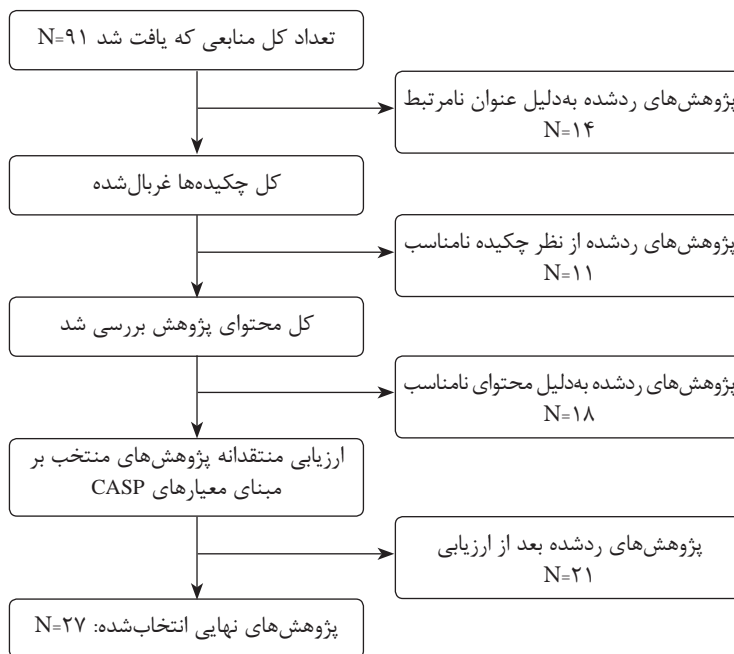
برای گردآوری داده‌های پژوهش، از داده‌های ثانویه به نام اسناد و مدارک گذشته استفاده شده است. این اسناد و مدارک شامل کلیه پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بوده است. در فراترکیب متن پژوهش‌های گذشته، به‌عنوان داده‌ها محسوب می‌شود که دقیقاً همانند متن مصاحبه مستند شده است.

جامعه مورد بررسی این پژوهش شامل کلیه پژوهش‌های انجام گرفته در خصوص شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان است که از محل دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها، کنفرانس‌ها، همایش‌ها، نشریات، کتب، پایگاه‌های اینترنتی و غیره تأمین شده است. با بررسی و شناسایی پژوهش‌ها از طریق سامانه جستجوی کتابخانه ملی و سایر کتابخانه‌ها، پژوهشکده‌ها و سایت‌هایی همچون جهاد دانشگاهی^۱، پایگاه مجلات تخصصی نور^۲، مقالات علمی کنفرانس‌های کشور^۳، پایگاه نشریات کشور^۴، ایران‌داک^۵ و غیره با کلیدواژه‌های مرتبط با «سریال‌های شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان» در فیلد عنوان، جمعاً ۹۱ پژوهش یافت شد.

گام سوم: جستجو و انتخاب متون مناسب

فرایند بازبینی و انتخاب در پژوهش حاضر به‌صورت خلاصه در شکل ۲ نشان داده شده است.

1. SID: fa.journals.sid.ir
2. Noormags: noormags.com
3. Civlica: civlica.com
4. Magiran: magiran.com
5. Irandoc: iarndoc.ir



شکل ۲: خلاصه فرایند بازبینی و انتخاب مطالعات

برای تعیین دقت، اعتبار و اهمیت و نیز به منظور ارزیابی، گزینش دقیق‌تر پژوهش‌های مورد بررسی، در آخرین مرحله از ابزار برنامه مهارت‌های ارزیابی منتقدانه^۱ (CASP) استفاده شد. در این مرحله با تهیه فرمی براساس شاخص‌های برنامه مهارت‌های ارزیابی منتقدانه (جدول ۱) محقق به هر کدام از این شاخص‌ها یک امتیاز عددی می‌دهد؛ بنابراین او می‌تواند امتیازاتی را که به هر پژوهش می‌دهد، جمع کند و به آسانی و به اجمال، مجموعه تحقیقات را بررسی کرده و نتایج ارزیابی را ببیند. روبریک، براساس مقیاس ۵۰ امتیازی برنامه مهارت‌های ارزیابی منتقدانه، سیستم امتیازبندی زیر را مطرح می‌کند و هر پژوهشی را که پایین‌تر از امتیاز خوب (کمتر از ۳۰) است حذف می‌کند: عالی (۵۰-۴۰)، خیلی خوب (۴۰-۳۱)، خوب (۳۰-۲۱)، متوسط (۲۰-۱۱) و ضعیف (۱۰-۰). (فینفگلد، ۲۰۰۳) در نهایت پس از ۴ مرحله پالایش از میان ۹۱ مطالعه ۶۴ مورد آن حذف و ۲۷ پژوهش برای تجزیه و تحلیل اطلاعات انتخاب گردید.

جدول ۱: شاخص‌های برنامه مهارت‌های ارزیابی منتقدانه

مؤلفه‌های مهارت‌های ارزیابی منتقدانه	ضعیف	متوسط	خوب	خیلی خوب	عالی
اهداف تحقیق					
منطق روش					
طرح تحقیق					
روش نمونه‌برداری					
جمع‌آوری داده‌ها					
انعکاس‌پذیری					
ملاحظات اخلاقی					
دقت تجزیه و تحلیل داده‌ها					
بیان واضح و روشن یافته‌ها					
ارزش تحقیق					

گام چهارم: استخراج اطلاعات پژوهش

در پژوهش حاضر، اطلاعات پژوهش‌ها در جدولی دسته‌بندی شد (که به جهت اختصار ذکر نشده است). این جدول شامل این اطلاعات بود: اطلاعات شناسنامه‌ای پژوهش (عنوان، نام و نام خانوادگی پدیدآورندگان، سال انتشار، محل انتشار)، اطلاعات روشی کلیدی (هدف پژوهش، روش، رویه‌ها، وسایل سنجش) و اطلاعات یافته‌های اصلی (نتایج و یافته‌های مرتبط با سؤال پژوهش حاضر).

گام پنجم: تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی

در طول تجزیه و تحلیل، پژوهشگر موضوعاتی را جستجو می‌کند که در میان مطالعه‌های موجود در فراترکیب پدیدار شده‌اند. این مورد به‌عنوان «بررسی موضوعی» شناخته می‌شود. به‌محض اینکه موضوع‌ها شناسایی و مشخص شدند، پژوهشگر یک طبقه‌بندی را شکل می‌دهد و طبقه‌بندی‌های مشابه و مربوط را در موضوعی قرار می‌دهد که آن را به بهترین گونه توصیف می‌کند. موضوع‌ها اساس و پایه‌ای را برای ایجاد «توضیحات، مدل‌ها و تئوری‌ها یا فرضیات» ارائه می‌دهند. (سندولسکی و باروسو، ۲۰۰۷) در پژوهش حاضر، ابتدا تمام عوامل استخراج‌شده از مطالعه‌ها به‌عنوان کد (مؤلفه‌ها) لحاظ شده و

سپس با در نظر گرفتن مفهوم هر یک از این کدها، هر یک از آنها در یک مقوله مشابه (ابعاد) دسته‌بندی شده تا به این ترتیب مفاهیم اصلی پژوهش شکل داده شود.

گام ششم: کنترل کیفیت

در این پژوهش، رویه‌های زیر برای حفظ کیفیت مطالعه در نظر گرفته شد:

۱. در سراسر تحقیق، تلاش شد توضیحات روشن و واضح برای گزینه‌های موجود در تحقیق ارائه شود؛

۲. از هر دو راهکار جستجوی الکترونیک و دستی برای جستجوی پژوهش‌ها استفاده شد؛

۳. از ابزار برنامه مهارت‌های ارزیابی منتقدانه برای ارزیابی فرامطالعات استفاده گردید؛

۴. از نظر خبرگان (۵ تن از استادان ارتباطات و مدیریت رسانه) برای بررسی اعتبار یافته‌ها استفاده شد.

گام هفتم: ارائه یافته‌ها

در این مرحله از روش فراترکیب، یافته‌های حاصل از مراحل قبل ارائه می‌شوند.

یافته‌های پژوهش

۲۷ پژوهش انتخاب‌شده از سوی پژوهشگران به‌دقت بررسی و کدگذاری گردید. در مرحله اول کدگذاری، ۱۴۰ کد از دل این ۲۷ پژوهش شناسایی و در مرحله بعد این کدها در ۶ مقوله اصلی و ۳۳ زیر مقوله دسته‌بندی شد.

در ادامه ضمن معرفی هر یک از آسیب‌های فرهنگی اجتماعی مصرف سریال‌های ماهواره‌ای (مقولات اصلی)، زیرمقولات و کدهای تشکیل‌دهنده آنها نیز ارائه خواهند شد:

۱. بسط بخش مبتذل فرهنگ غربی

این آسیب در واقع نشان‌دهنده وجوه مختلفی از اندیشه و سبک زندگی غربی است که در حال پذیرش و بازتولید توسط بینندگان سریال‌های شبکه‌های ماهواره‌ای است. این مقوله، شامل زیرمقوله‌های مدگرایی، تجمل‌گرایی و ثروت‌پرستی، فرهنگ برهنگی، تابوشکنی، گسترش اومانیسیم و فردیت‌گرایی، تغییر سبک تغذیه، تغییر مصرف فرهنگی، تأثیرپذیری از الگوهای غربی، فرهنگ بدن، مصرف‌گرایی و افزایش گرایش به فرهنگ مدرن می‌شود.

جدول ۲: زیرمقولات و کدهای «تأثیرپذیری از فرهنگ غربی»

زیرمقوله	کدها
مدگرایی	ترویج مدگرایی در پوشش و آرایش (عبدی و هرمزی‌زاده، ۱۳۹۲؛ ترابی، ۱۳۹۲ و معبودی تمای، ۱۳۹۱) / تبلیغ مدگرایی به‌عنوان یک هنجار (ترابی، ۱۳۹۲؛ احسانی‌مقدم، ۱۳۹۱ و معبودی تمای، ۱۳۹۱) / تبلیغ پوشش پر زرق‌وبرق و مد در قالب نمایش استفاده نسل جدید از آنها (قصری، ۱۳۹۲) / ماهواره به‌عنوان مهم‌ترین منبع اخذ مد (ترابی، ۱۳۹۲ و خراسانی، ۱۳۹۱) / گرایش بیشتر زنان به مد (خراسانی، ۱۳۹۱ و اعظم‌زاده، ۱۳۸۵)
تجمل‌گرایی و ثروت‌پرستی	تلاش برای تغییر و بهبود شرایط اقتصادی به هر قیمت برای هماهنگی با سبک زندگی سریال‌ها (جعفری بالابند، ۱۳۹۲) / نمایش سبک زندگی متجملانه (جعفری بالابند، ۱۳۹۲) / معرفی ثروت به‌عنوان تعیین‌کننده‌ترین عامل دستیابی به اهداف زندگی (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳) / ایده‌آل‌سازی و کلیشه‌سازی از زندگی خانواده‌های ثروتمند (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳)
فرهنگ برهنگی	محور قرار دادن برهنگی زنان (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / برگزاری میهمانی‌های مختلط و نوع پوشش آزاد (جعفری بالابند، ۱۳۹۲) / کاهش اهمیت معیارهای اخلاقی در پوشش و حجاب بین بزرگسالان (ترابی، ۱۳۹۲) / پوشش نامناسب زنان در سریال‌ها (کریمی، ۱۳۹۰) / کم‌رغبتی به حجاب کامل (چادر) (جعفری بالابند، ۱۳۹۲) / پوشش و آرایش ناهمونابا جامعه ایران (حسینی و یارقلی، ۱۳۹۱) / ترویج سبک زندگی مبتذل غربی در قالب تغیر سبک لباس و پوشش (امانلو، ۱۳۹۳؛ معبودی تمای، ۱۳۹۱؛ عباسی ولدی، ۱۳۹۲ و فتح‌الله‌زاده، ۱۳۹۱)
تابوشکنی	تابوشکنی فرهنگی (معبودی تمای، ۱۳۹۱؛ عبدی و هرمزی‌زاده، ۱۳۹۲؛ رحمان‌زاده و طهماسبی، ۱۳۹۰ و بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳) / تغییر دادن تابوهای زبانی و رفتاری (رحمان‌زاده و طهماسبی، ۱۳۹۰ و امانلو، ۱۳۹۳)
گسترش اومانیسیم و فردیت‌گرایی	تقویت فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی (جعفری بالابند، ۱۳۹۲ و احسانی‌مقدم، ۱۳۹۱) / انزوا و جدایی از همسالان (جعفری، ۱۳۹۱)
تغییر سبک تغذیه	ترویج سبک زندگی مبتذل غربی در قالب تغییر سبک تغذیه (امانلو، ۱۳۹۳)
تغییر مصرف فرهنگی	کاهش مصرف فرهنگی استفاده از روزنامه و کتاب به‌دلیل به‌وجود آوردن فضای فانتزی (حسینی و یارقلی، ۱۳۹۱) / رابطه مستقیم اوقات فراغت مدرن با تماشای ماهواره (امانلو، ۱۳۹۳ و فتح‌الله‌زاده، ۱۳۹۱)
فرهنگ بدن	توجه ویژه به فرهنگ بدن و مدیریت بدن (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳ و حسینی و یارقلی، ۱۳۹۱)
مصرف‌گرایی	مصرف‌گرایی و نمایش رفتار مصرف‌گرایانه (ذوالقدر و قاسم‌زاده عراقی، ۱۳۹۱؛ بی‌خانی، ۱۳۹۱ و نزمی، ۱۳۹۳) / نمایش سبک زندگی غربی به‌ویژه زندگی مصرفی (جعفری بالابند، ۱۳۹۲) / تأکید بر جنبه‌های مادی سبک زندگی (جعفری بالابند، ۱۳۹۲)

کدها	زیرمقوله
تقلید از سبک زندگی غربی و گرایش به آن (کریمی، ۱۳۹۰؛ ترابی، ۱۳۹۲ و احسانی‌مقدم، ۱۳۹۱ و حسینی و یارقلی، ۱۳۹۱) / افزایش گرایش به مدرنیته (ساعی، ۱۳۹۳ و فتح‌الله‌زاده، ۱۳۹۱) / افزایش اهمیت معیارهای مدرن (ساعی، ۱۳۹۳) / رابطه مستقیم سلیقه افراد مدرن با تماشای ماهواره (فتح‌الله‌زاده، ۱۳۹۱)، الگوسازی مبتذل از خواننده‌ها، هنرپیشه‌ها و... به‌منظور منبع معتبر (جعفری، ۱۳۹۱ و معبودی تمای، ۱۳۹۱) / افزایش روحیه تقلید و الگوپذیری بانوان (رحمان‌زاده و طهماسبی، ۱۳۹۰)	افزایش گرایش به فرهنگ مدرن

۲. افزایش ناهنجاری اجتماعی

تأثیرگذاری مشاهده سریال‌های شبکه‌های ماهواره‌ای بر افزایش ناهنجاری‌ها و کج‌روی‌ها از طرق مختلف، حتی باعث افزایش جرائم و ایجاد ناامنی در جامعه می‌شود. این ناهنجاری‌ها خود را در سطوح فردی، میان فردی و بالاخره اجتماعی نشان می‌دهند. این مقوله، زیرمقوله‌های گسترش ضارزش‌ها، مسئولیت‌گریزی و تقویت میل به بزه و ناهنجاری را در بر می‌گیرد.

جدول ۳: زیرمقولات و کدهای «افزایش ناهنجاری اجتماعی»

کدها	زیرمقوله
سوق دادن جوانان به‌سمت بزه (نامداری، ۱۳۸۹) / کاهش میزان قانون‌گرایی (ساعی، ۱۳۹۳) / ترویج استفاده از مواد مخدر (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / نمایش راه‌های غلط برای فرار از مشکلات (معبودی تمای، ۱۳۹۱؛ ساعی، ۱۳۹۳؛ نامداری، ۱۳۸۹؛ خراسانی، ۱۳۹۱ و اعظم‌زاده، ۱۳۸۵) / تغییر رفتار اجتماعی در اثر تماشا (خراسانی، ۱۳۹۱ و اعظم‌زاده، ۱۳۸۵) / قبح‌شکنی و حساسیت‌زدایی از الفاظ رکیک و ناسزا (اعظم‌زاده، ۱۳۸۵) / افت درسی در اثر تماشای ماهواره (اعظم‌زاده، ۱۳۸۵) / طبیعی‌سازی هنجارشکنی (کریمی، ۱۳۹۰ و قصری، ۱۳۹۲) / افزایش شکاف اجتماعی (فتح‌الله‌زاده، ۱۳۹۱)	تقویت میل به بزه و ناهنجاری
ترویج زیرکانه عدم پایبندی به تعهدات و ضوابط و قوانین پذیرفته‌شده (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / ترویج بی‌مسئولیتی و لاقیدی به‌عنوان ارزش (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / کاهش میزان مسئولیت‌پذیری (ساعی، ۱۳۹۳) / راحت‌طلبی (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳)	مسئولیت‌گریزی
فاصله گرفتن مخاطب از ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی کشور (ایلخانی‌پور و عبدالهی، ۱۳۸۶) / اشاعه و تقویت ارزش‌های غیربومی و ویرانی ارزش‌های بومی (حسینی و یارقلی، ۱۳۹۱) / ترویج دروغ‌گویی و پنهان‌کاری (نهادندی، ۱۳۹۰) / بی‌اهمیت بودن ارزش‌هایی چون صداقت، صفا و پاک‌دلی (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳) / ترویج خشونت (امانلو، ۱۳۹۳؛ معبودی تمای، ۱۳۹۱ و ایلخانی‌پور و عبدالهی، ۱۳۸۶)	گسترش ضارزش‌ها

۳. آسیب‌های روانی

گونه دیگر، به اثر روانی مشاهده سریال‌های شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان اختصاص

دارد. این آسیب، به تخریب فرد از درون می‌پردازد که مشکلات روحی کمترین نتیجه آن تلقی می‌شود. این مقوله شامل زیرمقوله‌های تخریب شخصیت فردی، سطحی شدن و دور شدن از تفکر و تدبیر، دستکاری شناختی، افزایش یأس و بدبینی، ساخت لذت‌های کاذب و تقویت نارضایتی است.

جدول ۴: زیرمقولات و کدهای «آسیب‌های روانی»

زیرمقوله	کدها
تخریب شخصیت فردی	به انفعال کشیدن افراد (رحمان‌زاده و طهماسبی، ۱۳۹۰) / کمک به انفعال مخاطب در بعد روانی (رحمان‌زاده و طهماسبی، ۱۳۹۰) / ایجاد بلوغ زودرس جنسی (امانلو، ۱۳۹۳ و عباسی ولدی، ۱۳۹۲)
سطحی شدن و دور شدن از تفکر و تدبیر	اطلاع‌رسانی به جای علم‌افزایی (امانلو، ۱۳۹۳) / پیام‌های سطحی و پیش‌پاافتاده (امانلو، ۱۳۹۳) / سلب فرصت تأمل و مقایسه حق و باطل (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / غفلت‌گرایی و پوچ‌گرایی (امانلو، ۱۳۹۳ و معبودی تمای، ۱۳۹۱)
دست‌کاری شناختی	تغییر ذائقه‌های هنری و زیباشناسانه (امانلو، ۱۳۹۳) / تغییر نظام ارزشی فرد (امانلو، ۱۳۹۳) / تأثیرات شناختی نمایش نمادهای تجملی و مصرفی مادی بر مخاطب (حسینی و یارقلی، ۱۳۹۱)
افزایش یأس و بدبینی	ترویج روحیه یأس و افسردگی (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / القای ناامیدی از آینده بشریت و ایجاد یأس از روند تاریخ و حرکت جوامع (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / بدبینی نسب به مردم و جامعه (امانلو، ۱۳۹۳) / از بین بردن اعتماد به نفس و ایجاد یأس و خودکم‌بینی (ذوالقدر و قاسم‌زاده عراقی، ۱۳۹۱ و معبودی تمای، ۱۳۹۱)
ساخت لذت‌های کاذب	خلق هیجان‌ات کاذب و خلق آرمان‌های عوام‌فریبانه (امانلو، ۱۳۹۳ و معبودی تمای، ۱۳۹۱)
تقویت نارضایتی	ایجاد نارضایتی درونی از وضعیت زندگی شخصی (جعفری بالابند، ۱۳۹۲ و کریمی، ۱۳۹۰) / القاء احساس محرومیت و فقر به مخاطب (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳)

۱۷۴

۴. تضعیف نهاد خانواده

خانواده به‌عنوان اصلی‌ترین مرکز رشد و تعالی انسان به حساب می‌آید و یکی از تأثیرات اصلی تماشای این سریال‌ها، تخریب آرمان‌ها و ارزش‌های انسانی‌ای است که در خانواده شکل و تعالی می‌یابد؛ ارزش‌هایی که پیوند وثیقی با نقش‌ها در این نهاد بنیادین در جامعه دارد و کارکردزایی از این نقش‌ها، اصلی‌ترین محور عمل این سریال‌ها است. در این مقوله، زیرمقوله‌های کاهش منزلت و تخریب شخصیت زن، تضعیف علاقه به ازدواج، تخریب روابط همسری، به چالش افتادن روابط والدین و فرزندان، روابط جنسی نامشروع، روابط نامشروع دختر و پسر و تخریب بنیان خانواده دسته‌بندی شده‌اند.

جدول ۵: زیرمقولات و کدهای آسیب «تضعیف نهاد خانواده»

زیرمقوله	کدها
کاهش منزلت و تخریب شخصیت زن	<p>بازنمایی شخصیت ضعیف از زن (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳) / نمایش تلاش زنان برای جلب توجه مردان و به‌دست آوردن آنها (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳) / تشویق زنان و دختران به رسیدگی به ظاهر جهت جلب توجه (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳) و نهماوندی، ۱۳۹۰) / سوءاستفاده از قدرت زنانه (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳) / تصویر زنان عشوه‌گر، اغواگر و دسیسه‌چین به‌عنوان الگوی موفق (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳) / نمایش زنان به‌عنوان طفیلی مردان و موجوداتی پست‌تر و وسیله‌ای برای ارضای خواسته‌های مردان (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳) / راحت‌طلبی و رفتار مصرف‌گرایانه در اثر جلب دل مردی ثروتمند و در نتیجه تعریف طنزآلود و جلوه‌گری به‌عنوان امری نتیجه‌بخش (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳) / نمایش زنان به‌مثابه کالای جنسی (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳) / تصویر تحقیرآمیز از زنان (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳) / تغییر اولویت در زنان (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳) / ایجاد حس رقابت در میان زنان و دختران (عباسی ولدی، ۱۳۹۲)</p>
تضعیف علاقه به ازدواج	<p>تبلیغ روابط عاطفی و جنسی و شهوانی پیش از ازدواج (نهماوندی، ۱۳۹۰ و عباسی ولدی، ۱۳۹۲) / تأکید بر شهوت و ظاهر و تغییر ملاک‌های ازدواج (ساعی، ۱۳۹۳) / تغییر الگوی ازدواج روابط جنسی بدون تعهد (ازدواج سفید) (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / نشان دادن روابط نامتوازن بین افراد با اختلاف سنی زیاد و ساختار شکنی در روابط دو جنس (حسینی و یارقلی، ۱۳۹۱) / افزایش اهمیت معیارهای ظاهری در بین جوانان در همسرگزینی (ساعی، ۱۳۹۳) / ایجاد تردید درباره اهمیت ازدواج در میان شخصیت‌های اصلی و فرعی سریال‌ها (حسینی و یارقلی، ۱۳۹۱) / بی‌اهمیت شدن معیارهای اخلاقی در بین بزرگسالان در همسرگزینی (ساعی، ۱۳۹۳) / تغییر معیارهای همسرگزینی از اسلامی به غربی (عبدی و هرمزی‌زاده، ۱۳۹۲ و فتح‌الله‌زاده، ۱۳۹۱) / ترویج تجرد و سلب امید از زندگی خانوادگی (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / زیر سؤال بردن ازدواج و مزاحم دانستن آن برای موفقیت (حسینی و یارقلی، ۱۳۹۱)</p>
تخریب روابط همسری	<p>ترویج خیانت و روابط نامشروع همسران (نهماوندی، ۱۳۹۰؛ عبدی و هرمزی‌زاده، ۱۳۹۲؛ کریمی، ۱۳۹۰؛ ذوالقدر و قاسم‌زاده عراقی، ۱۳۹۱؛ حسینی و یارقلی، ۱۳۹۱؛ معبودی تمای، ۱۳۹۱ و عباسی ولدی، ۱۳۹۲) / قبح‌شکنی از طلاق (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / زمینه‌سازی برای طلاق و جدایی همسران (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / بدبین کردن همسران نسبت به یکدیگر (عبدی و هرمزی‌زاده، ۱۳۹۲ و ذوالقدر و قاسم‌زاده عراقی، ۱۳۹۱) / عادی شدن و رواج چندهمسری (ذوالقدر و قاسم‌زاده عراقی، ۱۳۹۱) / کاهش میزان رضایتمندی از زندگی زناشویی و بهداشت روانی (خطیب‌زاده، ۱۳۹۳) / کمتر شدن تعهد زناشویی مردان بیننده (خوشکام، ۱۳۹۱) / کاسته شدن کیفیت روابط زوجین (ناظری، ۱۳۹۲) / تضعیف اعتماد بین زوجین (ناظری، ۱۳۹۲) / عادی شدن داشتن دوست غیرهمجنس برای مردان متأهل و دوستی جوانان با زنان مطلقه (حسینی و یارقلی، ۱۳۹۱) / تحریک حس رقابت در میان زنان و مردان (عباسی ولدی، ۱۳۹۲) / عادی جلوه دادن سقط جنین به‌عنوان راه‌حل رفع دلهره احتمالی (معبودی تمای، ۱۳۹۱)</p>

<p>به چالش افتادن روابط والدین و فرزندان</p>	<p>چالش والدین و فرزندان (اعظم‌زاده، ۱۳۸۵) / فرزندسالاری (امانلو، ۱۳۹۳) / الگوی نامناسب روابط فرزند و والدین (بی‌خانی، ۱۳۹۱) / کمک به پدیده دختران فراری (بی‌خانی، ۱۳۹۱ و معبودی تمای، ۱۳۹۱) / تشدید گسست‌های بین نسلی (امانلو، ۱۳۹۳) / ترویج بی‌احترامی به والدین و بی‌توجهی به آنها (معبودی تمای، ۱۳۹۱)</p>
<p>روابط جنسی نامشروع</p>	<p>تئوری‌پردازی‌های جنسی (امانلو، ۱۳۹۳) / تحریک قوای جنسی و تأثیر بر روابط جنسی (احسانی‌مقدم، ۱۳۹۱ و امانلو، ۱۳۹۳) / ترویج هوس‌خواهی و تنوع‌طلبی (بی‌خانی، ۱۳۹۱ و عباسی‌ولدی، ۱۳۹۲) / تبلیغ و ترویج راه‌های غیرشرعی (کریمی، ۱۳۹۰) / نمایش روابط جنسی آزاد (کریمی، ۱۳۹۰) / تبلیغ و قبح‌زدایی از هم‌جنس‌گرایی (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳ و معبودی تمای، ۱۳۹۱) / توجیه روابط نامشروع به بهانه عشق (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / عادی جلوه دادن روابط جنسی پیش از ازدواج (رحمان‌زاده و طهماسبی، ۱۳۹۰ و معبودی تمای، ۱۳۹۱) / محور قرار دادن شهوت‌گرایی مردان در فرهنگ جنسی (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / ترغیب و تشویق به داشتن روابط متهورانه ترویج فساد و فحشا (عبدی و هرمزی‌زاده، ۱۳۹۲؛ نامداری، ۱۳۸۹ و بی‌خانی، ۱۳۹۱) / اباحه‌گری تدریجی (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳ و امانلو، ۱۳۹۳)</p>
<p>روابط نامشروع دختر و پسر</p>	<p>ترویج دوستی و روابط دختر و پسر (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳؛ قصری، ۱۳۹۲ و رحمان‌زاده و طهماسبی، ۱۳۹۰) / افزایش میزان موافقت نسل‌ها با روابط دختر و پسر (ساعی، ۱۳۹۳)</p>
<p>تخریب بنیان خانواده</p>	<p>سست شدن بنیادهای خانواده (نامداری، ۱۳۸۹؛ بی‌خانی، ۱۳۹۱ و عباسی‌ولدی، ۱۳۹۲) / تعصب‌زدایی از کانون خانواده و ترویج بی‌تفاوتی نسبت به حریم آن (عبدی و هرمزی‌زاده، ۱۳۹۲ و معبودی تمای، ۱۳۹۱) / اختلاف خانوادگی و شکستن حریم‌های خانواده (بی‌خانی، ۱۳۹۱) / نمایش زندگی‌های ناآرام به‌جای آرامش در زندگی (بی‌خانی، ۱۳۹۱) / سلب استحکام روانی جامعه و خانواده (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / ترویج بی‌عاطفگی بین عناصر جامعه و خانواده (معبودی تمای، ۱۳۹۱)</p>

۵. تضعیف فرهنگ ایرانی - اسلامی

یکی از زیرساخت‌های اصلی مقاومت در برابر فرهنگ مهاجم غربی، آموزه‌های دینی اصیل است. به همین جهت فرهنگ دینی، گاه به‌صورت مستقیم و گاه به‌صورت غیرمستقیم مورد هجوم سریال‌های ماهواره‌ای قرار می‌گیرد که در مقوله‌های گذشته به برخی از موارد آن مانند تخریب خانواده، بسط بخش مبتذل فرهنگ غربی و... به‌عنوان مصادیق غیرمستقیم اشاره شد. اما در اینجا بیشتر تأثیرات مستقیم و صریح مورد نظر است. این مقوله شامل زیرمقوله‌های کاهش گرایش به دین، کلیشه‌سازی از چهره مذهبی در جامعه، خرافه‌گرایی و تفکرات الحادی، حمله به دین و ارزش‌های اسلامی، تابوشکنی از محرمات دین و تضعیف هویت ملی است.

جدول ۶: زیرمقولات و کدهای آسیب «تضعیف فرهنگ ایرانی - اسلامی»

زیرمقوله	کدها
کاهش گرایش به دین	کاهش گرایش به دین (عبدی و هرمزی‌زاده، ۱۳۹۲ و ساعی، ۱۳۹۳) / کاهش میانگین رفتار دینی (آقامحمدیان، ۱۳۸۶) / کم‌رنگ شدن ارزش‌های دینی (عبدی و هرمزی‌زاده، ۱۳۹۲ و نامداری، ۱۳۸۹) / زیرپا گذاشتن اعتقادات دینی و مذهبی (جعفری بالابند، ۱۳۹۲؛ رحمان‌زاده و طهماسبی، ۱۳۹۰ و عباسی ولدی، ۱۳۹۲) / کاهش اعتقاد به باورهای دینی در میان بینندگان (آقامحمدیان، ۱۳۸۶)
کلیشه‌سازی از چهره مذهبی در جامعه	ریساکار جلوه دادن افراد مذهبی (قصری، ۱۳۹۲) / ارائه تصویر کلیشه‌ای از افراد و خانواده‌های مذهبی سنتی به صورت مرتکبین گناهان کبیره (قصری، ۱۳۹۲) / نمایش تصویر خشن از افراد مذهبی (قصری، ۱۳۹۲)
خرافه‌گرایی و تفکرات الحادی	ایجاد باورهای نهیلیستی میان خانواده‌ها به‌ویژه نسل جوان (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / نفوذ دادن جادو و طلسم در زندگی روزمره و خانوادگی (معبودی تمای، ۱۳۹۱)
حمله به دین و ارزش‌های اسلامی	حیازدایی (ذوالقدر و قاسم‌زاده عراقی، ۱۳۹۱) / غیرعقلانی نشان دادن دین (امانلو، ۱۳۹۳) / جایگزین کردن معنویت با شریعت (امانلو، ۱۳۹۳) / مخدوش کردن مقدسات و امور خدشه‌ناپذیر (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / مذموم شمردن غیرت و ترویج بی‌غیرتی (عباسی ولدی، ۱۳۹۲ و معبودی تمای، ۱۳۹۱)
تابوشکنی از محرمات دین	قبح‌زدایی از مشروب‌خواری و ترویج مصرف آن (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳؛ قصری، ۱۳۹۲؛ حسینی و یارقلی، ۱۳۹۱؛ معبودی تمای، ۱۳۹۱؛ رحمان‌زاده و طهماسبی، ۱۳۹۰ و نهاروندی، ۱۳۹۰) / تمسخر مرز محرم و نامحرم (نهاروندی، ۱۳۹۰)
تضعیف هویت ملی	از بین بردن فرهنگ ملی (معبودی تمای، ۱۳۹۱) / تغییر عرف و شرایط فرهنگی اجتماعی حاکم بر جامعه (جعفری بالابند، ۱۳۹۲ و بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۳) / دامن زدن به بحران هویت با هدف تغییر رفتار (جعفری، ۱۳۹۱ و ایلیخانی‌پور و عبدالهی، ۱۳۸۶) / ساخت هویت جدید برای مخاطب به‌دنبال تقلید از سبک زندگی ارائه‌شده (کریمی، ۱۳۹۰؛ ترابی، ۱۳۹۲ و حسینی و یارقلی، ۱۳۹۱) / کاهش میزان ملی‌گرایی و فاصله گرفتن از هویت ملی (ساعی، ۱۳۹۳) / دوری جوانان از هویت ایرانی - اسلامی (ترابی، ۱۳۹۲) / بی‌هویتی (ذوالقدر و قاسم‌زاده عراقی، ۱۳۹۱)

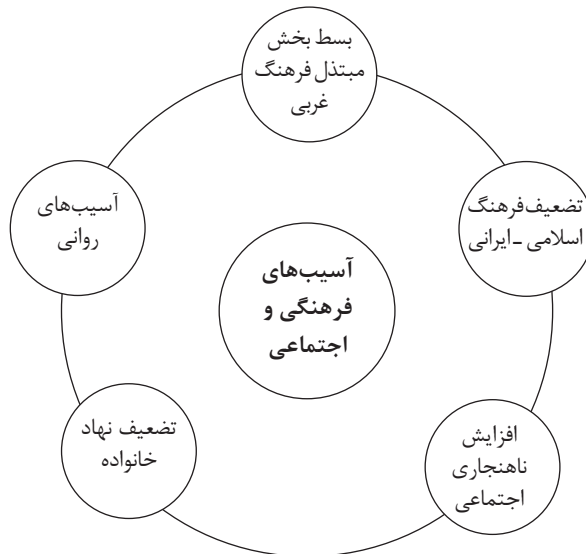
جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

هنگامی که به پدیده ماهواره و آسیب‌های سریال‌های آن در پژوهش‌های صورت‌گرفته در کشور نگاه می‌کنیم، امپریالیسم فرهنگی، به‌راحتی برای ما تداعی می‌شود. استفاده از قدرت سیاسی و اقتصادی از طریق وسایل ارتباط جمعی برای قبولاندن ارزش‌های فرهنگی متعلق به قدرت‌های استعمارگر غربی در میان مردم کشور، در تمامی پژوهش‌های بررسی‌شده مورد تأکید بود.

استفاده حساب‌شده دشمنان از وسایل ارتباط جمعی به‌ویژه ماهواره، از جمله عوامل مهم

و اثرگذار بر شیوه تفکر و کیفیت زندگی افراد است. قالب سریال در برنامه‌های تلویزیونی‌های ماهواره‌ای، در حال حاضر به‌عنوان پرمخاطب‌ترین و مؤثرترین قالب شناخته می‌شود. قالبی که از سویی دیگر می‌تواند در مؤلفه‌ها و ارزش‌های فرهنگی جوامع هدفش به‌جد تأثیرگذار باشد. یکی از کارکردهای متمایز این سریال‌ها آن است که در خصوصی‌ترین حوزه‌های تجربه انسانی وارد شده و هیجانات و احساسات عمیق انسان را برمی‌انگیزد و در جهت دلخواه خود هدایت می‌کنند.

در این تحقیق به‌دنبال شناسایی آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی تماشای سریال‌های ماهواره‌ای در کشور بودیم. نتایج حاصل از تحقیق بیانگر این مسئله است که تماشای مداوم و مکرر سریال‌های ماهواره‌ای به‌عنوان یکی از جذاب‌ترین برنامه‌های تلویزیونی، آسیب‌های بی‌شماری را متوجه مخاطبان می‌کند که مهم‌ترین آنها آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی است. آسیب‌هایی که تحقق آنها به‌منظور استحاله فرهنگی و اجتماعی توسط دشمنان دنبال می‌شود. در این پژوهش، به‌کمک روش فراترکیب از دل پژوهش‌های کیفی صورت‌گرفته، آسیب‌های تماشای سریال‌های ماهواره‌ای شناسایی و ذیل پنج مقوله تأثیرپذیری از فرهنگ غربی، افزایش ناهنجاری اجتماعی، آسیب‌های روانی، تضعیف نهاد خانواده و تضعیف فرهنگ اسلامی - ایرانی طبقه‌بندی شدند.



شکل ۳: آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی ناشی از مصرف سریال‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان

البته نگارندگان در پژوهش‌هایی که مورد بررسی قرار دادند، راهبردها و راهکارهایی برای مقابله با آسیب‌های فرهنگی اجتماعی سریال‌های پخش شده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان مشاهده کردند. براساس این راهبردها در ابتدا به‌نظر می‌رسد ضروری‌ترین اقدام تهیه نقشه راه مقابله با آسیب‌های شبکه‌های ماهواره‌ای باشد؛ بدین‌منظور توصیه می‌شود طرح جامع بررسی علل گرایش به سریال‌های ماهواره‌ای در سراسر کشور توسط سازمان صداوسیما و دیگر نهادهای فرهنگی و رسانه‌ای کشور تدوین شود. در این طرح می‌توان ضمن شناخت اهداف دشمن در تهاجم فرهنگی، راه‌های پیشگیری از نفوذ عوامل فرهنگی دشمن را در دستور کار قرار داد. در راستای ایستادگی در مقابل تهاجم فرهنگی که به‌واسطه رسانه‌ها و شبکه‌های ماهواره‌ای متوجه کشور ما شده است، تقویت فرهنگ خودی و نشان دادن ارزش‌های بالای آن، دفاع از ارزش‌های ملی، ترویج زندگی معنوی و تقوا اموری بسیار مهم هستند؛ لذا بجاست از همه ابزارها و توان ممکن برای دفاع فرهنگی استفاده کرد.

برای ارائه راهکارهای مقابله، می‌توان سطوح مختلفی را مدنظر قرار داد. در سطح مخاطب می‌توان مواردی چون توجه ویژه به مخاطب، اعتمادسازی و تعامل با او، مصون‌سازی مخاطب با سواد رسانه‌ای، مدیریت مصرف رسانه‌ای، راهکارهای حقوقی و برنامه‌ریزی خاص برای مخاطبین هدف شبکه‌های ماهواره‌ای مانند خانواده‌ها، زنان و نوجوانان را مورد توجه قرار داد. در سطح نهادی هم می‌توان به وضعیت نهادهای فرهنگی و سیاست‌گذار پرداخت و در زمینه ترویج سبک زندگی بومی و ایرانی - اسلامی آنها را حمایت نمود.

در نهایت توجه به این نکته نیز ضروری است که اغلب اقدامات انجام‌شده در زمینه جنگ نرم تاکنون از جنس فعالیت‌های پدافندی بوده و کمتر به ضرورت اقدامات آفندی در حوزه جنگ نرم و رسانه‌ها توجه شده است؛ لذا بر این مبنا علاوه بر تلاش برای مقابله با آسیب‌های فرهنگی اجتماعی این سریال‌ها درخصوص اقدامات آفندی در حوزه رسانه‌ها نیز باید به برنامه‌ریزی و اقدام دست زد.

منابع

۱. اعظم‌زاده، رضا. (۱۳۸۵). بررسی تأثیر اینترنت و ماهواره بر تفاوت‌های فرهنگی بین جوانان و بزرگ‌سالان در شهر بهشهر. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
۲. امانلو، حسین. (۱۳۹۳). بشقاب‌های سمی: آسیب‌شناسی شبکه‌های ماهواره‌ای. تهران: سپاه پاسداران انقلاب اسلامی. نیروی مقاومت بسیج. معاونت فرهنگی و پرورشی و انتشارات فرهنگ اندیشه.
۳. احسانی مقدم، جواد. (۱۳۹۱). بررسی نقش ماهواره‌های فارسی‌زبان بر سبک زندگی جوانان (مانند شبکه‌های فارسی وان، من و تو، جم کلاسیک) مطالعه موردی دانش‌آموزان مقطع متوسطه شاخه نظری شهر آمل. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی
۴. اسماعیلی، رضا و فائزه تقی‌پور و محمدجواد شجاعی. (۱۳۹۲). دیدگاه دانشجویان درباره تأثیر سریال‌های شبکه‌های ماهواره‌ای بر روابط اجتماعی آنها. فصلنامه مطالعات ماهواره و رسانه‌های جدید، سال دوم. شماره ۵ و ۶.
۵. آقامحمدیان، حمیدرضا. (۱۳۸۶). بررسی عوامل موثر بر گرایش به ماهواره و تأثیر آن بر باورها و رفتارهای دینی مردم مشهد. ماهنامه مطالعات تربیتی و روان‌شناسی. شماره ۳۰.
۶. ایلخانی‌پور، علی و امید عبدالهی. (۱۳۸۶). درآمدی بر جنگ رسانه‌ای؛ ابزارها و راهکارهای مقابله با آن. تهران: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.
۷. بنت، اندی. (۱۳۸۶). فرهنگ و زندگی روزمره. لیلا افشانی و حسن چاوشیان. تهران: اختران.
۸. بیچرانلو، عبدالله. (۱۳۸۸). کارکردهای شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای در جنگ نرم. فصلنامه مطالعات رسانه. سال بیستم. شماره ۷۸.
۹. بیچرانلو، عبدالله و راضیه یاسینی. (۱۳۹۳) زنان و تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان (آسیب‌ها و راهکارهای رسانه‌ای). قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.
۱۰. بی‌خانی، سروه. (۱۳۹۱). آسیب‌شناسی استفاده از ماهواره و تأثیر آن بر تضعیف بنیان خانواده. تهران: مدرسه علمیه حضرت فاطمه (س).
۱۱. ترابی، سهیلا. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر سریال‌های شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر گرایش جوانان به مد (مورد مطالعه جوانان شهر تهران). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد تهران شرق.
۱۲. جعفری بالابند، مجتبی. (۱۳۹۲). سریال‌های تلویزیونی شبکه ماهواره‌ای GEM و سبک زندگی مخاطبان جوان شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده صداوسیما.
۱۳. جعفری، فرشته. (۱۳۹۱). استفاده از برنامه‌های شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای: دگرگونی در باورها، نگرش‌ها و رفتارهای دینی دختران نوجوان تهرانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده صداوسیما.
۱۴. حسینی، علیرضا و مریم یارقلی. (۱۳۹۱). سبک زندگی در سریال‌های تلویزیونی ماهواره‌ای (تحلیل نشانه‌شناختی سریال‌های شبکه‌های فارسی‌وان و pmc فمیلی). فصلنامه رسانه. شماره ۸۸.

۱۵. خراسانی، احمد. (۱۳۹۱). *سنجش نگرش جوانان بیننده ماهواره شهر تهران درباره نقش ماهواره در مدگرایی و تغییر رفتار اجتماعی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده صداوسیما.
۱۶. خطیب‌زاده، سمیرا. (۱۳۹۳). *مقایسه رضایتمندی از زندگی زناشویی و بهداشت روانی زنان تهرانی زنان استفاده‌کننده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و زنان غیرمخاطب این شبکه‌ها؛ مورد مطالعه شبکه ماهواره‌ای جم*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه پیام‌نور تهران غرب.
۱۷. خوشکام، زهرا. (۱۳۹۱). *مقایسه تعهد زناشویی و الگوهای ارتباطی در مردان متأهل استفاده‌کننده و عدم استفاده‌کننده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان شاغل در ادارات دولتی شهر قیر*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد مرودشت.
۱۸. دارابی، علی. (۱۳۸۹). *درآمدی بر جامعه‌شناسی ارتباطات*. فرهنگ و رسانه. تهران: جهاد دانشگاهی واحد تهران.
۱۹. ذوالقدر، حسین و مرتضی قاسم‌زاده عراقی. (۱۳۹۱). *ماهواره و آسیب‌های اجتماعی: آسیب‌شناسی تأثیرات شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر نگرش مخاطب ایرانی*. همایش ملی رسانه‌ها و مسائل اجتماعی ایران. تهران: انجمن جامعه‌شناسی ایران.
۲۰. رحمان‌زاده، علی و زهره طهماسبی. (۱۳۹۰). *بررسی تأثیر تماشای سریال‌های ماهواره‌ای بر سبک زندگی بانوان دانشجو*. فصلنامه مطالعات رسانه‌ای. شماره ۱۴.
۲۱. ساعی، منصور. (۱۳۹۳). *تلویزیون‌های ماهواره‌ای و همگرایی ارزشی بین نسلی*. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. شماره ۸۰.
۲۲. سریع‌القلم، محمود. (۱۳۸۰). *عقلانیت و آینده توسعه‌یافتگی ایران*. تهران: مرکز پژوهش‌های علمی و مطالعات استراتژیک خاورمیانه.
۲۳. سهرابی، بابک؛ امیر اعظمی و حمیدرضا یزدانی. (۱۳۹۰). *آسیب‌شناسی پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه مدیریت اسلامی با رویکرد فراترکیب*. فصلنامه چشم‌انداز مدیریت دولتی. شماره ۶.
۲۴. شرفی، محمدرضا. (۱۳۸۰). *جوانان و بحران هویت*. تهران: صداوسیما جمهوری اسلامی.
۲۵. شهاب، فوزیه. (۱۳۹۰). *گونه‌شناسی شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان*. تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
۲۶. شهابی، محمود و مجتبی جهانگردی. (۱۳۸۷). *خاستگاه اجتماعی الگوهای استفاده از تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در میان مخاطبان تهرانی*. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. سال اول. شماره ۲.
۲۷. شهبندی، معصومه. (۱۳۸۸). *سریال‌های تلویزیونی غیررسمی: مردم‌نگاری تماشاگران زن جوان تحصیلکرده سریال‌گمشدگان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده صداوسیما.
۲۸. عباسی‌ولدی، محسن. (۱۳۹۲). *بشقاب‌های سفره پشت‌بام‌مان: خانواده و ماهواره*. قم: جامعه‌الزهرا (س).
۲۹. عبدی، سیروان و محمدعلی هرمزی‌زاده. (۱۳۹۲). *آسیب‌های سریال‌های عامه‌پسند ماهواره‌ای در جامعه ایران از دیدگاه دانشجویان*. فصلنامه مطالعات ماهواره و رسانه‌های جدید. سال دوم. شماره ۳.

۳۰. فتح‌الله‌زاده، رؤیا. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر سریال‌های ماهواره بر سبک زندگی (مورد مطالعه زنان جوان منطقه ۴ و ۱۱ تهران). پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد تهران شمال.
۳۱. قصری، داوود. (۱۳۹۲). بازنمایی خانواده در شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و ارائه راهکارهای رسانه‌ای مطالعه موردی: سریال «عمر گل لاله» پخش شده از شبکه جم. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده صداوسیما.
۳۲. کریمی، امید. (۱۳۹۰). تحلیل دریافت جوانان از سریال‌های عامه‌پسند ماهواره‌ای: مردم‌نگاری مخاطبان جوان شهر میروان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده صداوسیما.
۳۳. گراتی، کریستین. (۱۳۸۴). زنان و سریال خانوادگی (بررسی سریال‌های خانوادگی پخش شده در ساعات پر بیننده). فاطمه کرم‌علی. تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما.
۳۴. متانی، مهرداد و رمضان حسن‌زاده و علی‌اکبر فرهنگی. (۱۳۹۲). نگرش مخاطبان قائمشهری به شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای. فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات. شماره ۲۰.
۳۵. محسنیان‌راد، مهدی. (۱۳۷۳). طرح‌نامه تحلیل محتوای پخش ماهواره‌ای شبکه تلویزیونی. تهران: مرکز پژوهش‌های کاربردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۳۶. معبودی‌تمای، علی. (۱۳۹۱). ماهواره در خانواده چه می‌کند؟. تهران: نشر سی برگ.
۳۷. مهدی‌پور، فرشاد. (۱۳۹۲). تحلیل فرایندهای تأثیرگذاری بر زنان در شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان. فصلنامه مطالعات ماهواره و رسانه‌های جدید. سال دوم. شماره ۴ و ۵.
۳۸. ناظری، بهناز. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر سریال‌های ماهواره‌ای (سریال‌های خانوادگی شبکه جم کلاسیک) بر روابط زوجین. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه الزهراء(س).
۳۹. نامداری، نسترن. (۱۳۸۹). تأثیر ماهواره بر بزهکاری نوجوانان و جوانان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه پیام‌نور.
۴۰. نزمی، نرگس. (۱۳۹۳). بررسی نقش سریال‌های شبکه ماهواره جم در تغییر سبک زندگی زنان شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد تهران مرکز.
۴۱. نظرسنجی ملی ایسپا. (دی‌ماه ۱۳۹۴). <http://ispa.ir/Default/Details/fa/1205>.
۴۲. نهاوندی، علی. (۱۳۹۰). بررسی و تحلیل اثرگذاری سریال‌های شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر خانواده. فصلنامه رسانه و خانواده. شماره ۱.

43. Bench, S. & T. Day. (2010). The User Experience of Critical Care Discharges: A Meta-Synthesis of Qualitative Research. *International Journal of Nursing Studies*. 47(4): 487-499.
44. Finfgeld, D. L. (2003). Metasynthesis: The State of the Art—so far. *Qualitative Health Research*. 13(7). 893-904.
45. Paterson, M. (2006). *Consumption and Everyday Life*. London: Routledge
46. Sandelowski, M. & J. Barros. (2007). *Handbook for Synthesizing Qualitative Research*. New York: Springer Publishing Company Inc.
47. Zimmer, L. (2006). Qualitative Meta-synthesis: a Question of Dialoguing with Texts. *Journal of Advanced Nursing*. 53(3). 311-318.