

تأثیرات منفی استفاده از برنامه های ماهواره‌ای بر خانواده ایرانی

یاورنورعلیان^۱، اژدر شمخانی^۲، مهران رشیدی^۳، ناصر وزینی فکور^۴

۱۶۲/ - ۱۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۱۸

تاریخ وصول: ۱۳۹۳/۱۰/۰۵

چکیده

هدف از انجام این پژوهش بررسی تأثیرات منفی استفاده از برنامه های ماهواره‌ای بر خانواده ایرانی بوده است. روش تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی بوده است. در این پژوهش تأثیرات منفی استفاده از ماهواره با استفاده از مطالعات کتابخانه ای نظیر (پایان نامه ها، کتب، مقالات، مجلات، نشریه ها و نمایه های نوشته شده در زمینه آسیب شناسی ماهواره) و نیز مصاحبه با ۵۰ نفر از اساتید جامعه شناسی، و کارشناسان مسائل اجتماعی پرسشنامه ای ۲۲ ماده ای استخراج شد و در اختیار افراد نمونه تحقیق که شامل ۵۰ نفر از کارشناسان مسائل اجتماعی، و اساتید حوزه علوم رفتاری و اجتماعی شاغل در دانشگاه علمی کاربردی شهرستان همدان که بصورت گزینش بر اساس سوابق کار، تألیف و تحقیق انتخاب شده بودند، قرار داده شد. پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۱ برآورد گردیده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون خبی دو و آزمون فریدمن استفاده شده است. نتایج نشان داد که به ترتیب ترویج بدحجابی و بی حجابی، ترویج مصرف گرابی و فاصله گرفتن از ساده زیستی، ترویج و بسترسازی عشق های خیابانی، افزایش روابط نامشروع خارج از خانواده، ضعف باورهای دینی، استفاده از مشروبات الکلی، تبلیغ همجنس بازی، استفاده افراطی از لوازم آرایشی، بلوغ زود رس فرزندان در نتیجه استفاده از ماهواره در سطر آسیب ها قرار داشته اند.

واژگان کلیدی: تلویزیون ماهواره‌ای، خانواده، راهکار مقابله با کانالهای تلویزیون ماهواره‌ای مبتدل.

۱- کارشناس ارشد جامعه شناسی، دانشگاه بوعلی سینا همدان. (noralian2010@yahoo.com)

۲- کارشناس ارشد آموزش بزرگسالان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان (azhdarshamkhni@yahoo.com)

۳- عضو هیأت علمی دانشگاه پیام نور مرکز نهاوند

۴- کارشناس ارشد برنامه ریزی آموزشی

مقدمه

عصر حاضر را عصر ارتباطات نامیده اند. یعنی در حال حاضر به دلیل وجود کاربرد وسایل ارتباط جمعی که وسعت، نفوذ و تاثیرات آن بسیار زیاد است، ارتباط جمعی شکل نوینی یافته و تحولات جوامع بشری را تحت شعاع قرار داده است، بطوریکه امروزه وسایل ارتباط جمعی برای حفظ و تحکیم سلطه فرهنگی و سیاسی قدرتهای استعماری حتی بر نیروهای نظامی برتری دارد و ابزاری نیرومند برای تسخیر افکار و اذهان عمومی می باشند (گروه مطالعات حقوقی سازمان صدا و سیما، ۱۳۸۱: ۱۱۱) هر چند زمزمه های آمدن تلویزیون های ماهواره ای در پاییز سال ۱۳۶۹ جدی تر شده بود، اما مردم ایران از شهریور سال ۱۳۷۰ این امکان فنی را پیدا کردند که کانالهای ماهواره ای بین المللی را تماشا کنند. در سه سال اول حضور تلویزیون های ماهواره ای در ایران، هیچ قانونی در خصوص استفاده از آن وجود نداشت، به همین دلیل آنتن های ماهواره ای مثل قارچ در پشت با مها رویدند. در اردیبهشت سال ۱۳۷۳، عده ای از نمایندگان مجلس پیشنهاد لایحه ای را تنظیم کردند که بر طبق آن، استفاده شخصی از تلویزیون های ماهواره ای ممنوع می شد. این لایحه موجی از منازعات فکری را در میان نمایندگان اکثریت و نمایندگان معتدل و میانه روتر مجلس برانگیخت، اما بالأخره پس از بحث ها و مشاجرات بسیار و پس از ۴ ماه حالت تعلیق، مجلس شورای اسلامی با علم به این که ممکن است اعمال این قانون مقدور نباشد، قانونی را در تاریخ ۲۳ بهمن ۱۳۷۳ به تصویب رساند که طبق آن، مالکیت و استفاده از تجهیزات ماهواره ای ممنوع می شد. با این همه و به رغم منع قانونی، استفاده مخفی از تجهیزات ماهواره ای روز به روز رواج بیشتری یافته است. به طوری که بر اساس برآوردی که روزنامه همشهری در تاریخ ۱۳

شهریور ۸۵ به چاپ رساند، حدود ۴۵ درصد مردم تهران دارای تجهیزات ماهواره ای هستند. (شهابی و جهانگردی ۱۳۸۷: ۲۵)

از آنجا که جوهره اصلی تمدن و فرهنگ در عصر حاضر، ترکیبی از فناوری، نظام‌ها یا ارتباطات جهانی، همراه با تولید، انتقال و پردازش اطلاعات است، بنابراین انقلاب ارتباطات دگرگونی های عمیق و گسترده ای را در زندگی انسان ها ایجاد کرده است. به نحوی که در عصر ارتباطات، فاصله زمانی و مکانی به واسطه گستردگی و: « اعتقاد مانوئل کاستلز پیچیدگی ابزارهای اطلاع رسانی محو شده و نظم طبیعی دوران قدیم یا چارچوب های مکانیکی جهان صنعتی به یمن دانش اطلاعاتی از بین رفته است. پس حضور در مکان معنای تازه ای به خود گرفته که می تواند تعیین کننده ارتباط شخص با جامعه شبکه ای و یا طرد و حذف او از این امکان فراگیر و در عین حال انحصاری باشد که با محوریت رسانه - اطلاعات صورت می گیرد (کاستلز، ۱۳۸۰: ۱۶).

در عصر حاضر پدیده ای به نام ماهواره توانسته است به شکلی جدی و همه جانبه، تمامی ابعاد و عرصه های سیاسی، اقتصادی، ایدئولوژیک و به ویژه فرهنگی بسیاری از جوامع را تحت تأثیر خود قرار دهد. این مسئله بیانگر این واقعیت می باشد که فرهنگ ها صرفا از طریق عوامل درونی خود، دچار تغییر و دگرگونی نمی شوند بلکه مجموعه ای از عوامل خارجی نیز در ایجاد این گونه تغییر و تحولات دخیل می باشند (آزاد ارمکی ۱۳۸۳: ۷۴)

یک عنصر و مؤلفه بسیار مهم در سیاست ماهواره ای گرایش و خواست مردم برای دسترسی به برنامه های ماهواره ای است (توماس ۱۹۹۹: ۲۴۳-۲۵۴) از سوی دیگر، سیاست آزادسازی مطلق و بدون محدودیت نیز شهروندان مشتاق برنامه های مطلوب

و مثبت را در دنیای رسانه ای انباشته از پیامها و محتواهای نامطلوب و زیانبار رها خواهد ساخت. پاسخگویی به خواسته های رسانه ای مردم اصلیتین محور سیاستگذاری رسانه ای است و این ضرورت ملی به بهترین نحو با راه اندازی یک سیستم تحت کنترل و تابع سیاستها و ملاحظات فرهنگی و سیاسی ملی تحقق مییابد. در حقیقت پخش برنامه های تلویزیونی از طریق ماهواره ها در طی دو دهه گذشته، به عنوان معضلی جهانی مورد توجه بسیاری از کشورها قرار گرفته است. در این راستا هر کشوری با توجه به حساسیت ها و ملاحظات فرهنگی و یا سیاسی خود، ابعاد گوناگون این مسئله را مدنظر قرار داده است. یکی از این حساسیتها، تضاد بسیاری از برنامه های ماهواره با ملاحظات فرهنگی و اجتماعی به ویژه در کشورمان و در نتیجه پیدایش آسیبهای اجتماعی است.

با ورود ماهواره در دهه ۷۰ به ایران، فرهنگ ایرانی-اسلامی نیز از این تهاجم فرهنگی مصون نمانده است. غربی ها همراه با جنگ سخت که ابعاد عینی امنیت را هدف قرار داده به جنگ نرم علیه ایران مبادرت نموده اند تا با بهره گیری از تکنیک های رسانه ای مانند برجسته سازی، برچسب زدن، کلی گویی، تقدس زدایی و... تصویرها، ارزشها، معلومات و هنجارهای رفتاری و همچنین روش زندگی خود را به ایران تحمیل نمایند که شیلر از این فرایند به عنوان امپریالیسم فرهنگی یاد می کند (شیلر، ۱۳۷۷)

پژوهشی با عنوان "امنیت فرهنگی شهروندان سنندجی در پرتو هجوم نرم کانال های ماهواره ای" بوسیله محمدی و همکاران (۱۳۹۲) انجام شده است. این پژوهش با هدف، بررسی تاثیرات فرهنگی کانالهای ماهواره ای در دو بعد اعتقادات مذهبی و نگرش به حجاب، در بین شهروندان سنندجی صورت گرفته است. تحقیق ذکر شده با روش پیمایشی با بهره گیری از تکنیک پرسشنامه ای ۳۷۶ نفر از شهروندان بالای ۱۵

سال شهر سنندج را مورد پیمایش قرار داده است. نتایج مطالعه نشان داده که هرچه میزان استفاده از کانال-های ماهواره ای بیشتر باشد میزان اعتقادات مذهبی ضعیفتر و نگرش به حجاب از ارزش های ایرانی اسلامی فاصله گرفته است. میزان تأثیرات کانال های ماهواره ای در هردو جنس به یک اندازه است. با افزایش سن نیز از میزان تأثیرات کانال های ماهواره ای نیز کاهش داشته است. در نهایت پژوهش یاد شده به این نتیجه رسیده است که این تغییرات ارزشی با تغییر هویت افراد که بعنوان پایه منافع و رفتار فرد محسوب می شود می تواند امنیت فرهنگی و اجتماعی شهروندان سنندجی را تهدید نماید.

پژوهشی با عنوان "تأثیر برنامه های ماهواره ای بر نگرش جوانان به روابط نامشروع" بوسیله دیوبند و همکاران (۱۳۹۲) انجام شده است. روش اجرای پژوهش توصیفی و از نوع پیمایش بوده است که در بین ۳۸۴ نفر از مردان و زنان ساکن شهر یزد پرسشنامه تکمیل شده است. نتایج نشان داد: تفاوت معناداری بین استفاده کنندگان و غیر استفاده کنندگان از برنامه های ماهواره ای از نظر نگرش نسبت به روابط نامشروع مشاهده می شود. افرادی که از برنامه های ماهواره ای خارجی استفاده کردند در مقایسه با کسانی که استفاده نمی کردند با برقراری رابطه نامشروع موافق تر بوده اند.

تحقیقی با عنوان "بررسی نقش ماهواره بر نظم اجتماعی" بوسیله زمانی (۱۳۹۱) انجام شده است. روش اجرای تحقیق، توصیفی و از نوع پیمایشی بوده، شیوه نمونه گیری، خوشه ای و حجم نمونه ۴۵۵ نفر بوده. چارچوب نظری پژوهش، استفاده از نظریه امپریالیسم فرهنگی بوده است. یافته های تحقیق نشان داده که تماشای ماهواره موجب تضعیف هویت ملی و کاهش رعایت شعائر مذهبی به عنوان مولفه های ایجابی نظم اجتماعی است.

تحقیقی با عنوان " بررسی رابطه استفاده از شبکه های ماهواره ای و گرایش بهره برداران به آسیبهای اجتماعی در بین جوانان شهر کرج " توسط امیری و همکاران(۱۳۹۰) بصورت پیمایشی و توصیفی انجام شده است. پژوهش مذکور با تکیه بر مهم ترین نظریه های ارتباطات همچون نظریه کاشت، رویکرد استفاده و خشنودی و نظریه نگرش نو، به بررسی تأثیر ماهواره بر گرایشات آسیب زای جوانان پرداخته است. جمعیت آماری این پژوهش جوانان شهر کرج و تعداد نمونه ها برابر با ۳۸۴ نفر بوده است. نتایج نشان داد که بین گرایش به آسیب های اجتماعی با میزان استفاده، نوع استفاده و میزان اعتماد به ماهواره همبستگی معناداری وجود دارد.

شهابی و جهانگردی(۱۳۷۸) در تحقیقی با عنوان "خاستگاه اجتماعی الگوهای استفاده از تلویزیونهای ماهواره ای فارسی زبان در میان مخاطبان تهرانی" پرداخته اند. تحقیق یاد شده به دو پرسش اساسی پاسخ می دهد: الگوهای استفاده از تلویزیون های ماهواره ای فارسی زبان در میان مخاطبان تهرانی کدامند؟ و منشأ یا خاستگاه اجتماعی این الگوها کدامند؟ نتایج تحقیق نشان داد که مفهوم پردازی " بلامر" یعنی مفهوم تاثیرات هنجاری ناشی از فرایند جامعه پذیری و مفهوم فرصت های زندگی توزیع شده به لحاظ اجتماعی که منجر به استفاده مکمل یا جبرانی از رسانه ها می شود به خوبی الگوهای استفاده از تلویزیون های ماهواره ای فارسی زبان در تهران را توضیح می دهد. بر این اساس افراد مختلف با نقش های مختلف به این تلویزیونها روی می آورند و از آنها برای مقاصد مختلفی استفاده می کنند. همچنین الگوی غالب استفاده از این تلویزیونها به تسهیل یا تکمیل ارتباطات و پیوندهای اجتماعی مربوط می شود تا به جبران این ارتباطات و پیوندها.

تحقیقی تحت عنوان " بررسی علل گرایش به برنامه های شبکه های ماهواره ای و عوامل موثر بر آن در استان کهگیلویه و بویر احمد" توسط بصیر (۱۳۸۷) انجام شده

است. ایشان تحقیق خود را با روش پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه مورد بررسی قرار داده است. و جامعه آماری آن شامل تمامی افراد بالای ۱۵ سال ساکن شهرستان یاسوج بوده است. بعد از تجزیه و تحلیل داده ها نتایج نشان داد: که عملکرد نامناسب مراکز اطلاع رسانی و صدا و سیما نقش بسزایی در گرایش افراد به ماهواره دارد.

دانش (۱۳۸۷) در تحقیقی با عنوان " الگوی مصرف شبکه های ماهواره ای به مطالعه رفتار مصرفی دختران جوان دبیرستانی منطقه ۵ آموزش و پرورش شهر تهران " پرداخته است . سؤال اصلی این تحقیق، الگوی مصرف شبکه های تلویزیونی ماهواره ای توسط دختران جوان است . یافته ها نشان می دهد: جوانان تمایل زیادی به استفاده از شبکه های تلویزیونی ماهواره ای دارند و خانواده ها نیز آنها را در این مسیر همراهی می کنند. همراهی خانواده با جوانان در این زمینه، راه را برای پذیرش رفتارهای جدید هموار می کند. ساعات زیاد استفاده، آشنایی با انواع شبکه ها، و توجه به برنامه های شاد و موزیکال از ویژگیهای رفتار مصرفی آنها محسوب می شود.

افهمی و همکارانش (۱۳۸۶) در پژوهشی با روش توصیفی تبیینی از نوع علی - مقایسه ای " بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به ماهواره و تأثیر آن بر باورها و رفتارهای دینی مردم مشهد " پرداخته اند. یافته های پژوهش نشان می دهد که سن، جنس، سطح تحصیلات، محل سکونت، نحوه گذران اوقات فراغت و ارزیابی افراد از برنامه های تلویزیون داخلی در گرایش آنان به ماهواره تأثیرگذار می باشد. در سنجش بعدشناختی گرایش به ماهواره اکثریت پاسخگویان، ماهواره را باعث افزایش دانش خود و پاسخگوی نیازهای مختلف گروههای سنی و جنسی دانسته و در بعد عاطفی گرایش به ماهواره هم، اکثریت پاسخگویان برنامه های ماهواره را لذت بخش، سرگرم کننده و جالب میدانند. در بعد رفتاری اکثریت مردم به تماشای برنامه های ماهواره ای تمایل دارند اما تشویق دیگران به تماشای ماهواره را وظیفه خود نمی دانند. همچنین

میانگین اعتقاد به باورها و رفتارهای دینی در دو گروه کسانی که به ماهواره دسترسی دارند و کسانی که به ماهواره دسترسی ندارند، تفاوت قابل توجهی با یکدیگر دارد؛ به گونه ای که کسانی که از ماهواره استفاده نمی کنند بیشتر به باورها و رفتارهای دینی پایبند بوده اند. در میان نخستین مطالعات تجربی به عمل آمده در چارچوب مطالعات رضامندی از منظر ساختاری فرهنگی می توان به آثار دمبو و هویت اشاره کرد: نتایج این پژوهشها نشان می دهند که رفتار و رضامندی های رسانه ای تحت تأثیر نظایمهای ارزشی خرده فرهنگی قرار دارند. دمبو در مطالعه جوانان محروم شمال شرقی انگلستان، موضوع رسانه ها و خشونت را با بررسی تجربیات زندگی، ارزشها، رفتار اجتماعی و الگوهای مصرف رسانه ای ۱۰۰ نوجوان ۱۲ تا ۱۵ ساله که به دو دسته پرخاشگر و غیرپرخاشگر تقسیم شده بودند، مطالعه کرد. نتایج حاکی از آن بود که سنجه پرخاشگری، جوانان را بر حسب قرار گرفتن آنها در معرض هشت رسانه ای که مورد مطالعه بودند، از یکدیگر متمایز نمی کرد. در مقابل، گرایش به فرهنگ خیابانی، رابطه معناداری با حضور در سینما و مصرف موسیقی پاپ داشت. در واقع از این پژوهش می توان نتیجه گرفت تعلق به گروههای خیابانی پیش بینی کننده مصرف این دو رسانه است و هیچ رابطه ای بین خشونت رسانه ای و خشونت شخصی وجود ندارد. بطور کلی باید عنوان نمود به دنبال ناامیدی دشمنان نظام انقلاب اسلامی از حمله های نظامی، جنگ نرم فرهنگی بر ضد ایران در دستور کار آنها قرار گرفته است.

سؤال پژوهش

تأثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده ایرانی کدامند؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر براساس هدف، تحقیق کاربردی است، چرا که هدف آن کاربرد عملی دانش فراهم شده است. و براساس چگونگی به دست آوردن داده های موردنیاز، تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی^۱ است، چرا که می خواهیم اتفاق نظر یک جمع صاحب نظر را در باره موضوع تحقیق یعنی شناسایی تأثیرات منفی برنامه های ماهواره بر خانواده ایرانی را به دست آوریم

چارچوب نظری تحقیق

تئوری کاشت

رسانه ها در مزرعه اذهان به «کاشتن» مشغولند. این جمله نشانگر مهمترین و تاثیرگذارترین نظریه در نقش اجتماعی رسانه، «نظریه کاشت» است که نتیجه پژوهشی بوده که توسط «جرج گربنر» در دهه ۷۰ میلادی انجام شده است. تئوری کاشت جرج گربنر بیان می کند که تلویزیون در دنیای کنونی به منبع اصلی بیان وقایع و «تعریف کننده داستان ها» تبدیل شده است و دارای قدرت تاثیرگذاری و القاء واقعیت مورد نظر خود بر هستی اجتماعی و فکری مردم است. گربنر اثرگذاری تلویزیون را در دنیای کنونی شبیه و در حد سایر ساختارهای قدرتمند اجتماعی مانند مذهب می داند. به عقیده او «تلویزیون یک آیین روزانه فراهم می کند که نخبگان آن را با عموم مردم به اشتراک می گذارند. بخش اصلی شباهت تلویزیون با مذهب و کارکردهای اجتماعی آن در تکرار مداوم الگوهایی است که در تلاش برای تعریف جهان و مشروعیت بخشیدن به نظم اجتماعی است (گربنر ۱۹۹۸: ۱۷۵) گربنر در ۱۹۷۷ عنوان داشت که تلویزیون مسئولیت اصلی دریافت و شکل گیری مفاهیم در مورد وقایع، اسلوب ها و

استانداردهای زمان در ذهن انسان کنونی را به عهده دارد. او باور داشت که تلویزیون محور فرهنگ کنونی آمریکا است و به همین دلیل منبع اصلی اطلاعات و داده ها در جامعه آمریکا محسوب می شود. گربنر می نویسد: «دستگاه تلویزیون به یک عضو مهم و کلیدی خانواده تبدیل شده است؛ عضوی که بیشترین زمان را به خود اختصاص داده تا بیشتر داستان ها را او تعریف کند (اینفانت و رنسر، ۱۹۹۷: ۱۲۵)» او دریافت افرادی که زمان فراوانی صرف تلویزیون می کنند دنیا و واقعیت ها را آنچنان که تلویزیون به تصویر می کشد باور دارند؛ نه آنچنان که حقیقتاً وجود دارند. گربنر به خصوص خشونت در تلویزیون و نقش آن در شکل گیری ذهنیت افراد را بررسی کرد و دریافت که در این افراد گرایشی وجود دارد که جهان را جای ترسناکی برای آنان ترسیم می کند و ایشان را دچار نوعی ترس اجتماعی می کند (گربنر و دیگران ۱۹۸۰: ۱۰) از جمله پژوهشگرانی که به تکوین و توسعه نظریه کاشت پرداختند هاوکینز و پینگری بودند. عوامل دخیل در میزان مستعد بودن افراد برای «کاشت» یک واقعیت تلویزیون در ذهن ایشان مورد توجه این پژوهشگران بود. آنها نظریه ی کاشت را در مورد فرایندهای یادگیری بررسی کردند و ارتباط کاشت با شرایط متفاوت اجتماعی و روانشناختی را مطالعه کرده و سعی کردند کاشت را به طور مستقیم تری به محتوای برنامه های تلویزیونی ربط دهند. سن و عادات شخصی بیننده ها و شرایط روانشناختی آنها که شامل توانایی شناختی و درک واقعیت تلویزیون می باشد مهمترین عوامل آمادگی برای پذیرش «کاشت» تشخیص داده شدند. پژوهش آنها در تایید این ادعای گربنر بود که می گفت محتوای برنامه های تلویزیونی و پیام آن به گرایش و دریافت های بیننده شکل می دهد. هاوکینز و پینگری نشان دادند که سن و توانایی شناختی میزان کاشت را تعیین می کند (هاوکینز و پینگری ۲۲۶- ۱۹۳: ۱۹۸۰).

تئوری شکاف آگاهی

وقتی ریزش اطلاعات رسانه‌های جمعی به نظام اجتماعی افزایش می‌یابد، بخش‌هایی از جمعیت با پایگاه اجتماعی اقتصادی بالاتر، سریع‌تر از بخش‌های با پایگاه پائین‌تر، این اطلاعات را کسب می‌کنند؛ به طوری که تفاوت یا شکاف در آگاهی میان این بخش‌ها افزایش می‌یابد. این پدیده را فرضیه شکاف آگاهی می‌گویند (دهقان، ۱۳۸۶: ۳۶۳) این فرضیه اولین بار توسط "تیکنور"، "دونوهو" و "اولین" در سال ۱۹۷۰ در مقاله‌ای با عنوان "جریان رسانه‌های جمعی و رشد تفکیکی در آگاهی" مطرح شد. ایشان در سال ۱۹۷۵ به اصلاح فرضیه خود دست زدند و در مطالعاتی برخی از شرایطی که ممکن است تحت آن شرایط شکاف آگاهی کاهش یافته یا از میان بروند را بررسی کردند. در سال ۱۹۷۶ «راجرز» اقدام به عمومیت بخشیدن به این فرضیه کرد. پس از او «برانتگارد» در سال ۱۹۸۳ به این کار همت گماشت و مسئله شکاف نفوذ را مطرح کرد. از منتقدین این فرضیه می‌توان به «دروین» اشاره کرد (همان: ۳۸۴-۳۶۱). شکاف آگاهی که یکی از نظریات تأثیر رسانه‌های جمعی می‌باشد، معتقد است که ارتباط جمعی نابرابری‌های اطلاعاتی موجود را تقویت می‌کند؛ یا افزایش می‌دهد، بنابراین فرضیه قائل نیست که جمعیت دارای طبقه پائین، کاملاً بی‌خبر باقی می‌مانند؛ بلکه مدعی است که رشد دانایی بطور نسبی در میان گروه‌های دارای منزلت بالا بیشتر است (اجلالی، ۱۳۸۵: ۱۶۴)

سازندگان فرضیه شکاف اطلاعات دلایل مختلفی را برای فرضیه خود بیان می‌کنند که عبارتند از:

- ۱- توانایی ارتباطی افرادی که پایگاه اقتصادی اجتماعی بالا دارند، با توانایی افراد با پایگاه پائین متفاوت است.
- ۲- ماهیت نظام رسانه‌های جمعی چنین است که برای اشخاص دارای پایگاه بالاتر سازگار شده است.

۳- افراد دارای پایگاه بالاتر ممکن است تماس اجتماعی مناسب‌تری داشته باشند.
 ۴- مکانیسم مواجهه‌گزینشی، پذیرش و حفظ ممکن است در این امر دخیل باشند چرا که ممکن است افراد با پایگاه پایین‌تر به برخی اطلاعات علاقه‌ای نداشته یا سازگار با ارزشها و نگرش‌های خود ندانند پس خود را در معرض آنها قرار ندهند یا نپذیرند و یا حفظ نکنند.

۵- میزان آگاهی‌های قبلی افراد تفاوت دارد.

۶- تفاوت در الگوی استفاده از رسانه‌ها؛ کسانی که پایگاه اجتماعی بالاتری دارند، به رسانه‌هایی مثل رسانه‌های چاپی گرایش دارند؛ چون اطلاعات آنها بیشتر است. خود این مسئله، موجب شکاف بین آنها و افراد با طبقه پایین‌تر که کمتر از این رسانه‌ها استفاده می‌کنند، می‌شود (اجلالی، ۱۳۸۵: ۳۹۱).

«تیکنور» و همکارانش وقوع شکاف آگاهی را در حوزه‌هایی که مربوط به علایق عمومی است مثل اطلاعات عمومی محتمل می‌دانند اما احتمال وقوع آن در حوزه‌های خاص مثل باغبانی را کمتر می‌دانند. ایشان در اصلاح نظریه خود قائل شدند، در موضوعات محلی که مورد تعارض باشند و در موضوعاتی که اثر فوری و قوی دارند، احتمال دارد شکاف کاهش یابد؛ اما احتمال گسترش شکاف در جوامعی که دارای منابع اطلاعاتی متعدد است بیشتر از سایر جوامع است (دهقان، ۱۳۸۶: ۳۶۴).

"مک کوایل" برای این فرضیه دو جنبه قائل شده و معتقد است، از یک جنبه آن ممکن است رسانه‌ها بتوانند در کنار ایجاد شکاف به پر کردن برخی شکاف‌ها نیز اقدام نمایند وی در این باره می‌گوید: «فرضیه شکاف آگاهی دو جنبه دارد؛ که از این میان یکی به توزیع عمومی مجموعه اطلاعات میان طبقات مختلف اجتماع مربوط می‌شود و دیگری به موضوع‌ها و عناوین خاصی که در مورد آنها بعضی مطلع‌تر از

دیگران هستند؛ از جنبه دوم امکانات بسیاری برای ایجاد و پر کردن شکافها وجود دارد و کاملاً احتمال دارد که رسانه‌ها برخی شکافها را پر کنند و به ایجاد برخی دیگر بپردازند.» (اجلالی، ۱۳۸۵: ۳۹۰).

نظریه وابستگی مخاطبان

نظریه وابستگی مخاطب فرض می‌کند رسانه های گروهی چنان برای جامعه سرنوشت سازند که مخاطب برای کارکردهای اجتماعی معینی به آنها وابسته است این نظریه از دیدگاه کارکردگرایانه جامعه نشات می‌گیرد و بیان می‌دارد که برای کسب اطلاعات درباره محیط انتقال ارزشهای فرهنگی و حتی سرگرمی، مخاطب به رسانه‌ها وابسته است. این نظریه را «بال روکیچ و دی فلور» در سال ۱۹۶۷ مطرح کردند. در جامعه جدید شهری و صنعتی مخاطبین وابستگی زیادی به اطلاعات رسانه های جمعی دارند که از شخصی به شخص دیگر و از فرهنگی به فرهنگی دیگر متفاوت است (سورین و تانکارد، ۱۳۸۲: ۷۵) وابستگی به خاطر وجود دو نیاز است: ۱- نیاز به دانستن اطلاعات ۲- نیاز به ندانستن و گریز از واقعیات (مهدیزاده، ۱۳۸۴: ۷۵).

در هر یک از سه واحد جامعه، رسانه و مخاطب عواملی برای افزایش یا کاهش وابستگی وجود دارد. میزان ساختار اجتماعی می‌تواند بر وابستگی مخاطب بر رسانه تاثیر گذار باشد. بی نظمی، تضاد و تغییرات سریع در جامعه، تشویش و ابهام ذهنی مردم را بیشتر و منجر به وابستگی آنها به رسانه‌ها می‌شود. بال رو کیچ و دی فلور یادآوری می‌کنند که در یک جامعه پیچیده جدید موضوعات زیادی ممکن است مخاطبان راجع به آنها اطمینان نداشته باشد و موارد جدید نیز به آن افزوده می‌شود و این ابهام، فرد را به سمت رسانه‌ها می‌کشاند. این گرایش در هنگام حمله آمریکا به لیبی در آوریل ۱۹۸۴ تشریح شد. شب بعد از حمله، پوشش تلویزیونی شبکه خبر

تلویزیون کابلی به بیشترین مرتبه خود تا آن زمان رسید (مهدیزاده، ۱۳۸۴: ۷۵). افزایش کارکرد و اهمیت اطلاعاتی نظام رسانه ای نیز وابستگی بیشتر مخاطب را به دنبال دارد و همچنین گستردگی و تنوع و نوع نیازهای مخاطب نیز باعث افزایش وابستگی و تغییر شناختها، رفتارها و احساسات مخاطب می شود. «میلر و ریز» معتقدند که هرچه فردی به رسانه خاصی وابسته باشد احتمال اینکه پیام آن رسانه اثرهای مورد نظر خود را داشته باشد بیشتر است (سورین و تانکاردر ۱۷-۱۲: ۴۱۲: ۱۳۸۲).

ویژگی و اصول نظریه وابستگی

۱- مردم در تمام جوامع به اطلاعات نیاز دارند تا برای مسائل متعددی مثل تغذیه، مسکن، اشتغال و ... به آن مراجعه کنند.

۲- جوامع شهری از مردمی که مشابه هم نیستند و با ویژگی های متفاوت نژادی، شغلی و تخصصی تشکیل شده که مخاطب برای آگاهی از دیگران و ویژگی های آنها به رسانه ها وابسته است.

۳- مردم اطلاعات ناچیزی را از طریق سینه به سینه و شبکه های نهادینه شده اجتماعی دریافت می کنند.

۴- بنابر اصول مذکور مردم بیشتر و بیشتر به رسانه ها وابسته می شوند. بنابراین این وابستگی با تداوم نیازها در زندگی شهری منجر به تاثیر بیشتر رسانه ها بر مخاطبان می شود. از ویژگی های این نظریه کمک به درک عملیات کاشت گریز است و اگر تلویزیون تصویری از خیانت دردنیای پیرامون ارائه دهد مخاطبان برای کاهش عدم اطمینان به تلویزیون وابستگی بیشتری می یابند و همچنین این نظریه به شناخت ما از نظریه برجسته سازی و همچنین شکاف آگاهی کمک می کند (مهدیزاده، ۱۳۸۴: ۷۷) ابعاد وابستگی:

وابستگی به رسانه ها دارای دو بعد اجتماعی و فردی است. در سطح اجتماع، رسانه ها جزء جدایی ناپذیر نهادهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، آموزشی و ... هستند و در سطح فردی مخاطبان به طرز وسیعی از اطلاعات و سایل ارتباط جمعی در زندگی روزمره خود سود می برند. در جهان امروز مردم مناطق صنعتی به طور گسترده به رسانه ها وابسته شده اند و دلیل اصلی آن هم این است که روابط بین فردی در جوامع صنعتی به عمق و وسعت روابط بین فردی جوامع ماقبل صنعتی نیست و افراد برای گرفتن اطلاعات مورد نیاز خود به سایر منابع مثل رسانه ها روی می آورند.

برخی نویسندگان ادعاهای شدیدی در باب وابستگی مردم به رسانه ها مطرح کرده اند. اشتاینر (۱۹۶۳) گزارش می دهد که بسیاری از مردم بدون تلویزیون کاملا احساس سردرگمی می کنند. گرچه بدون تلویزیون مردم احساس محرومیت می کنند ولی در مورد شدت وابستگی به آن در مواقع عادی تردید وجود دارد و بستگی به اوضاع و شرایط دارد مثل شرایطی چون درآمد کم یا محدود شدن در خانه که شدت وابستگی را می افزایشند (مک کوایل، ۱۳۸۴: ۲۰).

نظریه رضامندی

این نظریه می گوید مخاطب به نیاز خود آگاه است و بنابراین فرایند انتقال پیام پنج ویژگی دارد:

- ۱- مخاطب پویاست.
- ۲- رقابت رسانه با خود و دیگر پدیده ها برای تامین نیاز مخاطبان الزامی است.
- ۳- جستجوگر است یعنی برای تامین نیازها و رضایت خود روش های مختلفی را تجربه می کند.
- ۴- مخاطبان برای تامین نیازهای معرفتی خود آگاهانه رسانه مورد نظر را انتخاب می کنند.

۵- برای تامین نیازهای اساسی منابع مختلف ارتباطی و غیر ارتباطی با یکدیگر در ارتباط هستند.

میزان ابهام و مناسب دانستن موضوع به کار و زندگی فرد، تعیین کننده میزان تمایل فرد به رویارویی با وسایل ارتباط جمعی برای رفع نیازهای شناختی است.

اساساً رویکرد افراد به رسانه ها به دلیل کسب دو پاداش است :

۱- پاداش آتی : اطلاع داشتن در مورد حوادث و رویداد های روز.

۲- پاداش آتی : خدمات مقوله های آموزش دراز مدت این باور که استفاده از رسانه

به خرسندی، نیاز، آرزو یا انگیزه های تک تک مخاطبان بستگی دارد تقریباً قدمتی

همانند خود رسانه پژوهشی دارد. مخاطبان اغلب بر مبنای شباهت نیازها، علایق و

سلیق فردی شکل می گیرند که منشاء اجتماعی یا روان شناختی دارد این شیوه تفکر

متعلق به مکتب پژوهشی با نام " استفاده یا رضایتمندی یا بهره روی و خرسندی "

است (مک کوایل، ۱۳۸۴: ۲۰). این رویکرد اولین بار در مقاله ای از الیهو کاتز (۱۹۵۹)

توصیف شد چیزی که کاتز آن را با سوال «مردم با رسانه ها چه می کنند؟» آغاز

کرد (سورین وتانکار، ۱۳۸۲: ۴۲۰). "رضامندی و بهره روی" توسعه و تعمیم نظریه

گزینش و محدود بودن تاثیر وسایل ارتباط جمعی است که معتقد است مخاطب خود

تصمیم می گیرد چه برنامه ای را و از کدام وسیله ارتباطی انتخاب کند؟ این رویکرد

به دنبال علل و انگیزه هایی است که مخاطب را و او می دارد به طرق مختلف و اشکال

گوناگون از رسانه استفاده نماید و بدان وسیله به ارضاء خود پردازد و هدف اصلی

تحقیق در چگونگی انتخاب، دریافت و شیوه عکس العمل مخاطبان رسانه هاست.

آغاز سنت تحقیق رضامندی از رسانه ها به گزارش تحقیقاتی "رادیو و صفحه کتاب "

در سال ۱۹۴۰ بر می گردد که در آن روزها، انتظار می رفت رادیو رسالت آموزش را

از انحصار رسانه های چاپی خارج کند که نتایج تحقیق این انتظار را رد کرد. یکی از

مطالعات اولیه این رویکرد به پژوهش "هرتا هرزوغ" در سال ۱۹۴۴ بر می گردد که با زنان خانه داری که هر روز سریالهای رادیویی را گوش می کردند در مورد دلایل استفاده از رادیو مصاحبه کرد. از جمله این دلایل کنجکاوی، رضایت، آسودگی عاطفی و منجی برای حل مشکلات بود.

الگو و عناصر رویکرد استفاده و رضامندی:

به دنبال رویکرد استفاده و رضامندی کاتز، بلومر و گروویچ در بیان استفاده افراد از رسانه ها الگوی زیر را پیشنهاد دادند: ریشه های اجتماعی و روانی افراد باعث ایجاد نیازهایی می شود که منجر به توقعات و انتظاراتی از رسانه ها می شود که باعث گوناگونی و تنوع در الگوی عرضه رسانه ها می شود و منجر به برآوردن نیازهای مخاطب و دیگر پیامدهای ناخواسته می گردد. آنها همچنین از عناصر مدل یاد کردند:

۱- مخاطب فعال محسوب می گردد و استفاده او معطوف به هدف است (سورین و تانکارد، ۱۳۸۲: ۴۱۲) و محققان طرفدار این رویکرد ابعاد فعال بودن مخاطب را نیز ذکر کرده اند: تعمدی بودن: که مبتنی بر استفاده هدفمند و برنامه ریزی شده از رسانه است.

۲- در فرایند ارتباط جمعی مخاطب در امر مرتبط ساختن ارضای نیاز و انتخاب رسانه ای ابتکار عمل زیادی دارد.

۳- رسانه ها با دیگر منابع ارضای نیاز رقابت می کنند. از دیگر عناصر این رویکرد می توان به رضایت هم اشاره کرد. بنابراین رویکرد دریافت پیام مخاطب باید رضایتبخش باشد که می تواند بلافاصله یا با تاخیر باشد نظریه چشم داشت ارزش در استفاده از رسانه رویکرد جالبی است برای فهمیدن این نکته که برای کسب رضایت مخاطب در پی چه محتوایی باید بود.

با پرداختن به نقش مخاطب چهار مزیت رویکرد استفاده و رضامندی مشخص

می شود:

۱- به مسئله فعال بودن مخاطب پرداخته می شود. بدین ترتیب سوگیری های کم و بیش فعالانه در زمینه استفاده از رسانه ها بدون شک نقشهای متفاوتی از مخاطب ترسیم می کند.

۲- می توان سوگیری مخاطب را با سوگیری برقرار کننده ارتباط در نظام رسانه های جمعی هماهنگ کرد.

۳- در تحقیقات استفاده و رضامندی مخاطب هم عاملی واسطه ای استکه پدیده های دیگر را دنبال می کند و هم خود پدیده اجتماعی استکه باید بررسی شود.

۴- مخاطب دیگر موجودیتی ذهنی گرا نیست.

جامعه و نمونه آماری: جامعه تحقیق در بخش فعالیت های میدانی، صاحب نظران و کارشناسان آگاه به مسائل ماهواره و فضای مجازی و آسیبهای اجتماعی کشور است. نمونه شامل ۱۰۰ نفر، صاحب نظران و اساتید دانشگاهی و کارشناسان آگاه به مسائل طلاق است که بصورت گزینشی بر اساس سوابق کار، تالیف و تحقیق و درگیری عملی با مسائل و آسیبهای در حوزه مسائل ماهواره و فضای مجازی انتخاب شده اند. از این تعداد با ۵۰ نفر در زمینه تاثیرات منفی ماهواره بر خانواده های ایرانی مصاحبه به عمل آمده است و ۵۰ نفر دیگر در تکمیل پرسشنامه شرکت کرده اند.

پرتال جامع علوم انسانی

ابزار جمع آوری اطلاعات

ابزارهای جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه محقق‌ساخته که شامل ۲۲ سؤال است که با استفاده از تکنیک مصاحبه با صاحب‌نظران و کارشناسان آگاه به مسائل و آسیب‌های اجتماعی جمع‌آوری شده است.

روایی و پایایی ابزار

برای اعتبار^۱ ابزار اصلی تحقیق یعنی پرسشنامه از اعتبار محتوا^۲ استفاده شده است. در این تحقیق سئوال‌ات پرسشنامه اولیه، توسط ۴ نفر از صاحب‌نظران در این زمینه مورد بازبینی و قضاوت قرار گرفت و مطابقت سئوالها با موضوع تحقیق بررسی شد و براساس دیدگاه‌های آنان تعدادی از سئوالها حذف، اضافه و اصلاح شدند. در رابطه با پایایی^۳ ابزار تحقیق نیز از ضریب آلفای کرونباخ^۴ استفاده شده که ضریب بدست آمده (۰.۸۱) و حاکی از پایایی بالای ابزار تحقیق است.

نحوه جمع‌آوری اطلاعات

در این پژوهش ابتدا اطلاعات از طریق مطالعات کتابخانه ای بدست آمد سپس با تحلیل محتوای مصاحبه‌های انجام شده با کارشناسان آگاه به مسائل ماهواره و آسیب‌های فضای مجازی عوامل استخراج و با بررسی و بازبینی مجدد اطلاعات بدست آمده، بیش از ۲۵ گونه تاثیر شناسایی گردید. به منظور اعتبار و پایایی ابزار تحقیق، اجرای آزمایشی پرسشنامه و تکمیل از سوی ۳ نفر از کارشناسان آغاز شد. در ادامه پس از حذف، اضافه و اصلاح برخی از سئوالها، پرسشنامه نهایی با ۲۲ سئوال تدوین و توسط ۵۰ نفر از کارشناسان و اساتید دانشگاهی و اهل نظر تکمیل شد.

^۱. validity

^۲. Content Validity

^۳. Reliability

^۴. Cronbachs Alpha

نحوه تجزیه تحلیل آماری اطلاعات

برای تجزیه تحلیل اطلاعات از نرم افزار **SPSS** استفاده شد. داده ها با شاخص های آمار توصیفی همچون فراوانی، درصد، درصد تراکمی، میانگین، مقایسه میانگین، انحراف استاندارد، خطای استاندارد میانگین و شاخص های آمار استنباطی خی دو و آزمون فریدمن انجام شده است.

یافته ها

۱- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر ترویج مصرف گرایی و فاصله گرفتن از ساده زیستی، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۱) گزارش شده است.

جدول شماره ۱- نتایج آزمون مجذور خی

سطح معنی داری	χ^2	درجه آزادی d.F	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
$P < .05$	۵۱.۶	۴	۴	۴	۱۰	۵۰	۳۲

نتایج آزمون مجذور خی پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۵۱.۶) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۴ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2 = 51.6, d.f = 4, P < .05$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۸۲ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر ترویج مصرف گرایی و فاصله گرفتن از ساده زیستی را خیلی زیاد و زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی ترویج مصرف گرایی و فاصله گرفتن از ساده زیستی است.

۲- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر تبلیغ همجنس بازی، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۲) گزارش شده است.

جدول شماره ۲- نتایج آزمون مجذور خی

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	درجه آزادی d.F	χ^2	سطح معنی داری
۲۶	۴۲	۲۶	۴	۲	۴	۳۸.۴	$P < 0.05$

نتایج آزمون مجذور خی پس از شاخص سازی سئوال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۳۸.۴) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۴ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2 = 38.4, d.f = 4, P < 0.05$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۴۲ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر تبلیغ همجنس بازی را زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی تبلیغ همجنس بازی است.

۳- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر استفاده از مشروبات الکلی، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۳) گزارش شده است.

جدول شماره ۳- نتایج آزمون مجذور خی

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	درجه آزادی d.F	χ^2	سطح معنی داری
۴۰	۲۹	۱۸	۸	۵	۴	۴۸.۴	$P < 0.05$

نتایج آزمون مجذور خی پس از شاخص سازی سئوال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۴۸.۴) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۴ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2 = 48.4, d.f = 4, P < 0.05$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۶۹ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر استفاده از مشروبات الکلی را خیلی زیاد و زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی استفاده از مشروبات الکلی است.

۴- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر ترویج چند همسری، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن درجدول شماره (۴) گزارش شده است.

جدول شماره ۴- نتایج آزمون مجذور خی

سطح معنی داری	χ^2	درجه آزادی d.F	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
$P < 0.05$	۲۵.۶	۳	-	۲	۸	۱۶	۲۴

نتایج آزمون مجذور خی پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۲۵.۶) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۴ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2 = 25.6, d.f = 4, P < 0.05$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۴۰ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر ترویج چند همسری را خیلی زیاد و زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی ترویج چند همسری است.

۵- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر ترویج بدحجابی و بی حجابی، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن درجدول شماره (۵) گزارش شده است.

جدول شماره ۵- نتایج آزمون مجذور خی

سطح معنی داری	χ^2	درجه آزادی d.F	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
$P < 0.05$	۲۱.۷	۳	-	۶	۷	۲۴	۶۳

نتایج آزمون مجذور خی پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۲۱.۷) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۴ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2 = 21.7, d.f = 4, P < 0.05$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۸۷

درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر ترویج بدحجابی و بی حجابی را خیلی زیاد و زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی ترویج بدحجابی و بی حجابی است.

۶- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر بلوغ زود رس فرزندان، از آزمون χ^2 دو (دو) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۶) گزارش شده است.

جدول شماره ۶- نتایج آزمون مجذور χ^2

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	درجه آزادی d.F	χ^2	سطح معنی داری
۳۸	۲۶	۲۸	۶	۲	۴	۱۹.۰۴	$P < ۰.۰۵$

نتایج آزمون مجذور χ^2 پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۱۹.۰۴) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۴ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2 = ۱۹.۰۴, d.f = ۴, P < ۰.۰۵$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۶۴ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر بلوغ زود رس فرزندان را خیلی زیاد و زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی بلوغ زود رس فرزندان است.

۷- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر ضعف باورهای دینی، از آزمون χ^2 دو (دو) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۷) گزارش شده است.

جدول شماره ۷- نتایج آزمون مجذور χ^2

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	درجه آزادی d.F	χ^2	سطح معنی داری
۴۸	۲۳	۱۱	۱۰	۸	۴	۲۲.۰۴	$P < ۰.۰۵$

نتایج آزمون مجذور χ^2 پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۲۲.۰۴) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۴ در سطح معناداری ۹۵ درصد

بزرگتر است ($\chi^2=22.04, d.f=4, P<0.05$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۴۸ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر ضعف باورهای دینی را خیلی زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی ضعف باورهای دینی است.

۸- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر ترویج فرهنگ فمینیستی، از آزمون χ^2 تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۸) گزارش شده است.

جدول شماره ۸- نتایج آزمون مجذور χ^2

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	درجه آزادی d.F	χ^2	سطح معنی داری
۲۲	۱۱	۲۲	۲۷	۱۸	۴	۳۲	$P<0.05$

نتایج آزمون مجذور χ^2 نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۳۲) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۴ در سطح معناداری ۹۵ درصد کوچکتر است ($\chi^2=32, d.f=4, P>0.05$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار نیست. ۹- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر نهادینه کردن بی غیرتی در مردان، از آزمون χ^2 دو تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۹) گزارش شده است.

جدول شماره ۹- نتایج آزمون مجذور χ^2

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	درجه آزادی d.F	χ^2	سطح معنی داری
۱۸	۳۹	۱۸	۱۷	۸	۴	۱۲.۴۱	$P<0.05$

نتایج آزمون مجذور χ^2 پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۱۲.۴۱) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۴ در سطح معناداری ۹۵ درصد

بزرگتر است ($P < 0.05$, $d.f = 4$, $\chi^2 = 12.41$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۵۷ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر نهادینه کردن بی غیرتی در مردان را خیلی زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی نهادینه کردن بی غیرتی در مردان است.

۱۰- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر فرار دختران، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۱۰) گزارش شده است.

جدول شماره ۱۰- نتایج آزمون مجذور خی

سطح معنی داری	χ^2	درجه آزادی d.F	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
$P < 0.05$	۳۸.۱۲	۴	۱۰	۸	۲۸	۳۲	۲۲

نتایج آزمون مجذور خی پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۳۸.۱۲) از مقدار بحرانی جدول بادرجه آزادی ۴ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($P < 0.05$, $d.f = 4$, $\chi^2 = 38.12$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۳۲ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر فرار دختران را زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی فرار دختران است.

۱۱- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر استفاده افراطی از لوازم آرایشی، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۱۱) گزارش شده است.

جدول شماره ۱۱- نتایج آزمون مجذور خی

سطح معنی داری	χ^2	درجه آزادی d.F	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
$P < 0.05$	۱۶.۵۴	۴	۱۰	۱۱	۱۲	۲۸	۳۹

نتایج آزمون مجذور خی پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۱۶.۵۴) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۴ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2=16.54, d.f=4, P<0.05$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۳۹ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر استفاده افراطی از لوازم آرایشی را زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی استفاده افراطی از لوازم آرایشی است.

۱۲- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر افت تحصیلی دانش آموزان و دانشجویان، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۱۲) گزارش شده است.

جدول شماره ۱۲- نتایج آزمون مجذور خی

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	درجه آزادی d.F	χ^2	سطح معنی داری
۳۶	۲۲	۱۵	۱۴	۱۳	۴	۲۱.۲۵	$P<0.05$

نتایج آزمون مجذور خی پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۲۱.۲۵) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۴ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2=21.25, d.f=4, P<0.05$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۵۸ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر افت تحصیلی دانش آموزان و دانشجویان را خیلی زیاد و زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از عوامل افت تحصیلی برنامه های ماهواره است.

۱۳- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر ترویج و بستر سازی عشق های خیابانی، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد. که یافته های آن در جدول شماره (۱۳) گزارش شده است.

جدول شماره ۱۳- نتایج آزمون مجذور خی

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	درجه آزادی d.F	χ^2	سطح معنی داری
۵۲	۲۶	۱۶	۶	-	۳	۹.۴۶	$P < ۰.۰۵$

نتایج آزمون مجذور خی پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۹.۴۶) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۳ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2 = ۹.۴۶, d.f = ۳, P < ۰.۰۵$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۵۲ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر ترویج و بسترسازی عشق های خیابانی را زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی ترویج و بسترسازی عشق های خیابانی است.

۱۴- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر ترویج خشونت و پرخاشگری در بین نوجوانان و جوانان، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۱۴) گزارش شده است.

جدول شماره ۱۴- نتایج آزمون مجذور خی

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	درجه آزادی d.F	χ^2	سطح معنی داری
۳۸	۲۵	۱۵	۱۰	۱۲	۳	۱۹.۶۲	$P < ۰.۰۵$

نتایج آزمون مجذور خی پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۱۹.۶۲) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۳ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2 = ۱۹.۶۲, d.f = ۳, P < ۰.۰۵$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۶۳ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر ترویج خشونت و پرخاشگری در بین نوجوانان و جوانان را خیلی زیاد و زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی ترویج خشونت و پرخاشگری در بین نوجوانان و جوانان است.

۱۵- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر عادی جلوه دادن سقط جنین برای دختران ناشی از ارتباطات نامشروع جنسی قبل از ازدواج، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۱۵) گزارش شده است.

جدول شماره ۱۵- نتایج آزمون مجذور خی

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	درجه آزادی d.F	χ^2	سطح معنی داری
۲۸	۳۳	۲۵	۸	۶	۳	۲۲.۷۰	$P < ۰.۰۵$

نتایج آزمون مجذور خی پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۲۲.۷۰) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۳ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2 = ۲۲.۷۰, d.f = ۳, P < ۰.۰۵$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۳۳ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر عادی جلوه دادن سقط جنین برای دختران ناشی از ارتباطات نامشروع جنسی قبل از ازدواج را زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی عادی جلوه دادن سقط جنین برای دختران ناشی از ارتباطات نامشروع جنسی قبل از ازدواج است.

۱۶- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر کاهش روابط عاطفی در خانواده ها، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۱۶) گزارش شده است.

جدول شماره ۱۶- نتایج آزمون مجذور خی

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	درجه آزادی d.F	χ^2	سطح معنی داری
۳۰	۳۴	۱۲	۱۴	۱۰	۴	۲۹.۷۰	$P < ۰.۰۵$

نتایج آزمون مجذور خی پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۲۹.۷۰) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۳ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2 = ۲۹.۷۰, d.f = ۳, P < ۰.۰۵$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده

و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۶۴ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر کاهش روابط عاطفی در خانواده ها را خیلی زیاد و زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی کاهش روابط عاطفی در خانواده ها است.

۱۷- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر افزایش طلاق، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۱۷) گزارش شده است.

جدول شماره ۱۷- نتایج آزمون مجذور خی

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	درجه آزادی d.F	χ^2	سطح معنی داری
۳۹	۲۷	۱۶	۱۰	۸	۴	۲۱.۴۰	$P < ۰.۰۵$

نتایج آزمون مجذور خی پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۲۱.۴۰) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۳ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2 = ۲۱.۴۰, d.f = ۳, P < ۰.۰۵$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۳۹ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر افزایش طلاق را خیلی زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی افزایش طلاق است.

۱۸- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر ترویج بی اعتمادی به اطرافیان، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۱۸) گزارش شده است.

جدول شماره ۱۸- نتایج آزمون مجذور خی

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	درجه آزادی d.F	χ^2	سطح معنی داری
۳۰	۲۵	۲۱	۱۳	۱۱	۴	۳۱.۳۰	$P < ۰.۰۵$

نتایج آزمون مجذور خی پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۲۱.۴۰) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۳ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2=21.40, d.f=3, P<0.05$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۴۵ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر ترویج بی اعتمادی به اطرافیان را خیلی زیاد و زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی ترویج بی اعتمادی به اطرافیان است.

۱۹- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر ترویج عرفانهای کاذب (شیطان پرستی و...)، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۱۹) گزارش شده است.

جدول شماره ۱۹- نتایج آزمون مجذور خی

سطح معنی داری	χ^2	درجه آزادی d.F	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
$P<0.05$	۳۱.۳۰	۴	۱۲	۱۳	۱۴	۳۰	۳۱

نتایج آزمون مجذور خی پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۳۱.۳۰) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۳ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2=31.30, d.f=3, P<0.05$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۶۱ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر ترویج عرفانهای کاذب (شیطان پرستی و...)، را خیلی زیاد و زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی ترویج عرفانهای کاذب (شیطان پرستی و...) است.

۲۰- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر افزایش روابط نامشروع خارج از خانواده، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۲۰) گزارش شده است.

جدول شماره ۲۰- نتایج آزمون مجذور خی

سطح معنی داری	χ^2	درجه آزادی d.F	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
$P < .05$	۳۳.۲۵	۴	۵	۶	۱۶	۳۳	۴۰

نتایج آزمون مجذور خی در فرضیه پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۳۳.۲۵) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۳ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2 = 33.25, d.f = 3, P < .05$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۴۰ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر افزایش روابط نامشروع خارج از خانواده را خیلی زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی افزایش روابط نامشروع خارج از خانواده است.

۲۱- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر استعمال دخانیات، مواد مخدر و قرصهای روان گردان، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۲۱) گزارش شده است.

جدول شماره ۲۱- نتایج آزمون مجذور خی

سطح معنی داری	χ^2	درجه آزادی d.F	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
$P < .05$	۳۳.۲۰	۴	۱۳	۱۴	۱۷	۲۳	۳۳

نتایج آزمون مجذور خی پس از شاخص سازی سؤال ها نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۳۳.۲۰) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۳ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2 = 33.20, d.f = 3, P < .05$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۳۳ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر استعمال دخانیات، مواد مخدر و قرصهای روان گردان را خیلی زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی استعمال دخانیات، مواد مخدر و قرصهای روان گردان است.

۲۲- برای سنجش تاثیر برنامه های ماهواره ای بر افزایش زندگی های مجردی، از آزمون خی دو (χ^2) تک متغیره استفاده شد که یافته های آن در جدول شماره (۲۲) گزارش شده است.

جدول شماره ۲۲- نتایج آزمون مجذور خی

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	درجه آزادی d.F	χ^2	سطح معنی داری
۲۹	۳۳	۲۰	۱۰	۸	۴	۲۵.۶۰	$P < ۰.۰۵$

نتایج آزمون مجذور خی در فرضیه نشان داد که χ^2 محاسبه شده (۲۵.۶۰) از مقدار بحرانی جدول با درجه آزادی ۳ در سطح معناداری ۹۵ درصد بزرگتر است ($\chi^2 = ۲۵.۶۰, d.f = ۳, P < ۰.۰۵$). بنابراین تفاوت بین فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار به لحاظ آماری معنادار است. بدین معنا که با توجه به اینکه ۳۳ درصد از پاسخگویان تاثیر برنامه های ماهواره بر افزایش زندگی های مجردی را زیاد توصیف نموده اند، پس یکی از تاثیرات منفی برنامه های ماهواره ای بر خانواده های ایرانی افزایش زندگی های مجردی است.

۲۳- از میان آسیبهای ناشی از ماهواره کدامیک در سطر قرار دارند؟

جدول شماره ۲۳- نتایج بررسی سوال بیست و سوم

مؤلفه ها	میانگین اثر گذاری	رتبه	انحراف معیار
ترویج مصرف گرای و فاصله گرفتن از ساده زیستی	۴.۱۰	۲	۰.۹۲
تبلیغ همجنس بازی	۳.۸۴	۷	۰.۹۲
استفاده از مشروبات الکلی	۳.۸۶	۶	۱.۲۵
ترویج چند همسری	۳	۱۹	۰.۹۳
ترویج بدحجابی و بی حجابی	۴.۲۰	۱	۰.۸۰
بلوغ زود رس فرزندان	۳.۷۵	۱۰	۱.۱۴
ضعف باورهای دینی	۳.۹۶	۵	۱.۱۱
ترویج فرهنگ فمینیستی	۳	۱۹	۱.۰۲
نهادینه کردن بی غیرتی در مردان	۳.۲۸	۱۵	۱
فرار دختران	۳.۰۸	۱۸	۰.۹۸
استفاده افراطی از لوازم آرایشی	۳.۸۲	۸	۰.۸۰
افت تحصیلی دانش آموزان و دانشجویان	۳.۳۱	۱۴	۰.۸۷
ترویج و بسترسازی عشق های خیابانی	۴.۰۴	۳	۰.۷۲
ترویج خشونت و پرخاشگری در بین نوجوانان و جوانان	۳.۷۲	۱۱	۰.۸۸
عادی جلوه دادن سقط جنین برای دختران ناشی از ارتباطات نامشروع جنسی قبل از ازدواج	۳.۵۷	۱۳	۰.۷۸
کاهش روابط عاطفی در خانواده ها	۳.۷۶	۱۰	۱.۱۴
افزایش طلاق	۳.۷۸	۹	۱.۱۰
ترویج عرفانهای کاذب (شیطان پرستی و..)	۳.۵۷	۱۳	۰.۷۲
افزایش روابط نامشروع خارج از خانواده	۴	۴	۰.۸۸
استعمال دخانیات، مواد مخدر و قرصهای روان گردان	۳.۱۶	۱۶	۰.۷۸
افزایش زندگی های مجرودی	۳.۶۴	۱۲	۰.۸۷

بحث و نتیجه گیری

نتایج پژوهش حاضر بیانگر آن است که به ترتیب: ۱- ترویج بدحجابی و بی حجابی ۲- ترویج مصرف گرایی و فاصله گرفتن از ساده زیستی ۳- ترویج و بسترسازی عشق های خیابانی ۴- افزایش روابط نامشروع خارج از خانواده ۵- ضعف باورهای دینی ۶- استفاده از مشروبات الکلی ۷- تبلیغ همجنس بازی ۸- استفاده افراطی از لوازم آرایشی ۹- بلوغ زود رس فرزندان در نتیجه استفاده از ماهواره در سطر آسیب ها قرار داشته اند. یافته ها موید نتایج تحقیق افهمی و همکارانش (۱۳۸۶) بوده است که در آن میانگین اعتقاد به باورها و رفتارهای دینی در دو گروه کسانی که به ماهواره دسترسی دارند و کسانی که به ماهواره دسترسی ندارند، تفاوت قابل توجهی با یکدیگر دارد؛ به گونه ای که کسانی که از ماهواره استفاده نمی کنند بیشتر به باورها و رفتارهای دینی پایبند بوده اند. بعبارتی تاثیر ماهواره بر ضعف باورهای دینی و به تبع آن بروز آسیبهای اخلاقی و اجتماعی انکار ناپذیر می باشد. همچنین یافته های این پژوهش با یافته های (زمانی، ۱۳۹۱)، (امیری و همکاران، ۱۳۹۰) و (محمدی و همکاران، ۱۳۹۲) همخوانی دارد. در تمام این تحقیقات انجام شده یکی از نتایج استفاده از ماهواره تضعیف شدن اعتقادات مذهبی در بین استفاده کنندگان از ماهواره بوده است. در ادامه افزایش طلاق، کاهش روابط عاطفی در خانواده ها، افزایش زندگی های مجردی در ردیف آسیبهای اجتماعی معرفی شده اند که تحقیقات قبلی (امیری و همکاران، ۱۳۹۰) نیز موید این مطلب است. در حوزه تحقیقات صورت گرفته در خارج از کشور نیز تحقیق آنگ نشان داد زنانی که ساعات زیادی از وقت خود را با این برنامه ها می گذرانند از ارتباطات اجتماعی خود با دیگران کاسته و روابط خود را با اعضای خانواده به حداقل می رسانند (مک کوایل، ۱۳۸۰: ۱۴۳) همچنانکه نتایج تحقیق موید یافته های پژوهش یاد شده می باشد که نشان داد تاثیر ماهواره در ایجاد ارزشهای مدرن در

زوجین، بسیار موثر بوده و زمینه ساز طلاق خواهد شد. بعبارتی می توان گفت میتوان گفت نفوذ برنامه های ماهواره ای در قوت بخشیدن به ارزش های مدرنی همچون مادیگرایی، فردگرایی، آزادیهای نامحدود و کامیابی به هر قیمتی مؤثر میباشد که باعث تغییر ارزشهای سنتی و گاه ایجاد تضاد ارزشی در بین زوجین به واسطه تغییر ارزشها در یکی از زوجین خواهد شد و احتمال نابهنجاری های مختلفی نظیر طلاق را افزایش خواهد داد.

پیشنهادات:

بطور طبیعی، راه غلبه بر جنگ نرم دشمن که امروزه ایران اسلامی و نظام برحق جمهوری اسلامی به طور ویژه در گیر آن می باشد. این است که درک کنیم این هم یک نوع جنگ تمام عیار است و گمان نکنیم تنها جنگ نظامی و سخت است. در جنگ نرم طرف مقابل به دنبال اهداف و منافع خاص خود است و چیز دیگری مد نظرش نیست، در واقع درک این مطلب که در شرایط جنگ نرم قرار داریم کمک می کند تا واقعیات اجتماعی و سیاسی پیرامون را بهتر ببینیم، لذا لازم است دشمن را دست کم نگیریم و در تمامی حوزه ها علی الخصوص بحث شبکه های ماهواره ای بدنبال راهکار مناسب باشیم تا مانند جنگ سخت از فراز و فرودهای مصادیق جنگ نرم هم به سلامت عبور کنیم و به پیروزی برسیم. لذا پیشنهاد می شود موارد ذیل مد نظر دست اندرکاران امر قرار بگیرد:

- مخاطب شناسی و توجه به سلیقه مخاطبان در تهیه و تولید برنامه های تلویزیونی: نگاه و رویکرد مخاطب پنداری به مردم از سوی مسئولین و دست اندرکاران و قبول نظریات مردود شده ای مانند گلوله جادویی و سوزن تزریقی، که مخاطبین ایرانی را در برابر رسانه موجوداتی منفعل می دانند که حاضرند هر نوع برنامه و با هر کیفیتی را

پذیرند و مطیع آن باشند، باعث شده که مخاطب شناسی در تهیه و تولید برنامه های تلویزیونی مد نظر قرار نگرفته و این عدم توجه به سلیقه و بافت روانی اجتماعی مخاطبان منجر به فاصله گرفتن شهروندان از رسانه ملی و گرایش به طرف ماهواره شده است. تغییر در این نگرش و پذیرش نظریه هایی مانند استفاده و خشنودی می تواند مسئولین را به طرف تولید برنامه های با کیفیت و مخاطب محور سوق دهد.

- آگاهی بخشیدن و آموزش به افراد پیرامون اثرات زیانبار استفاده از ماهواره با مصداق عینی توسط جامعه شناسان، روانشناسان و علماء .

- تلاش و همکاری بیشتر بین سازمانها و نهادهای ذیربط در خصوص نحوه ی پر کردن اوقات فراغت افراد خصوصا جوانان و نوجوانان.

- غنی کردن برنامه های داخلی صدا و سیما (افزایش کیفیت برنامه های رسانه ملی): توجه به تولید برنامه های نمایشی و سریال های پرمخاطب خانوادگی به ویژه با محتوای طنز در اولویت برنامه سازان ملی قرار گیرد.

- ضروری است صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران به تحلیل اخبار و برنامه های شبکه های برون مرزی پردازد و برای تقویت روز به روز باورهای سالم مردمی و آگاهی بخشی و خنثی نمودن حمله های فرهنگی تلاش کند.

- افزایش اعتماد مخاطب به رسانه از راه ارائه ی اخبار و اطلاعات شفاف، روشن، چند جانبه و دقیق به مخاطب، افزایش اعتماد مخاطب به رسانه ی ملی از راه تهیه و تولید اخبار و گزارش های داخلی و خارجی بی طرفانه و غیرجانبدارانه و افزایش تطابق پیام رسانه ی ملی با نیازهای اطلاعاتی و خبری مخاطب از راه ارزیابی مداوم نیازهای مخاطبان در گروه های مختلف اجتماعی و سنی..

- جریمه سنگین برای نصابهای ماهواره و برخوردهای قضایی شدید برای دارندگان و خریداران و فروشندگان ماهواره.

- تربیت روحانیون متخصص جهت اعزام و بکارگیری آنان در آموزش و پرورش برای تربیت نسل جدید معنوی و آموزش علوم و مفاهیم قرآنی.

- ایجاد شبکه تلویزیونی جوان: با وجود اینکه برنامه های ماهواره ای دارای محتوای علمی و آموزنده نیز هستند اما امروزه اکثر جوانان ماهواره را برای استفاده از برنامه های علمی آن انتخاب نمی کنند و بیشتر تمایل به دیدن برنامه های دارند که آن را در برنامه های داخل کشور نمی یابند. امروزه مسوولان توجهی به برنامه های تفریحی و علمی جوانان نمی کنند و همین امر عاملی شده تا اکثر جوانان برای تفریح و پر کردن اوقات فراغت خود به تماشای برنامه های ماهواره ای بپردازند. توجه به برنامه های هنری و مورد علاقه جوانان در کشور می تواند تا حد بسیاری جوانان را از برنامه های نامناسب ماهواره دور کند اما متأسفانه در این خصوص فکر اساسی نمی شود.. بطور کلی باید اذعان داشت که در مقابل هجوم فرهنگی باید مقابله فرهنگی صورت گیرد و از مبارزه با ابزار خشن پرهیز شود؛ یعنی تولیدات فرهنگی متناسب با فرهنگ ملی و دینی را باید گسترش داد و از نیروهای متعهد و دلبسته به کشور در ساخت این تولیدات کمک گرفت؛ و سپس با بهترین روش ها این تولیدات را به جوانان عرضه کرد. اینکه ما در معرض حملات فرهنگی رسانه های بیگانه هستیم شکی نیست، اما ادوات مقابله با جنگ نرم در دسترس است.

منابع:

- امیری، عبدالرضا و همکاران (۱۳۹۰) " بررسی رابطه استفاده از شبکه های ماهواره ای و گرایش بهره برداران به آسیبهای اجتماعی در بین جوانان شهر کرج " پژوهشنامه نظم و امنیت اجتماعی، شماره ۱۶.
- ارمکی، تقی. (۱۳۸۳) " فرهنگ در عصر ماهواره " باشگاه اندیشه.
- افهمی، بنفشه، آقا محمدیان شعرباف، حمیدرضا. (۱۳۸۶) " بررسی عوامل موثر بر گرایش به ماهواره و تاثیر آن بر باورها و رفتارهای دینی مردم مشهد " نشریه مطالعات تربیتی و روان شناسی دانشگاه فردوسی مشهد، مهر ۱۳۸۶ شماره ۲.
- دانش، پروانه. (۱۳۸۵) " الگوی مصرف شبکه های ماهواره ای " پیک نور، سال ۷، شماره ۳ .
- دیوبند، فائزه، و همکاران (۱۳۹۲) " تاثیر برنامه های ماهواره ای بر نگرش جوانان به روابط نامشروع " دو فصلنامه مطالعات پلیس زن، سال هفتم، شماره ۱۹.
- زمانی، طوبی. (۱۳۹۱) " بررسی نقش ماهواره بر نظم اجتماعی " پژوهشنامه نظم و امنیت اجتماعی، شماره ۱۹.
- سورین. و وتانکارد ج (۱۳۸۲). نظریه های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- گروه مطالعات حقوقی سازمان صدا و سیما، (۱۳۸۱). پخش مستقیم ماهواره ای در قرن بیست و یکم. تهران: سروش.
- کاستلز، امانوئل. (۱۳۸۰). ظهور جامعه شبکه ای. ترجمه احمد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: طرح نو.

- مهدی زاده ، شراره. (۱۳۸۴)، تلویزیون ، مخاطب و نگرش نو، جامعه شناسی ایران، شماره ۲۴.
- مک کوایل دنیس. (۱۳۸۴). درآمدی بر نظریه های ارتباطات. ترجمه پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
- شهابی، محمود ، جهانگردی، مجتبی. (۱۳۸۷) " خاستگاه اجتماعی الگوهای استفاده از تلویزیو نه‌ای ماهوار های فارسی زبان در میان مخاطبان تهرانی " فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۲.
- شیلر، هربرت. (۱۳۷۷). امپریالیسم فرهنگی، ترجمه احمد میرعابدینی، تهران: انتشارات سروش.
- محمدی، بهال‌الدین ، وهمکاران (۱۳۹۲) " امنیت فرهنگی شهروندان سسندجی در پرتو هجوم نرم کانال های ماهواره ای " فصلنامه دانش انتظامی استان کردستان، شماره ۱۶.
- Gerbner, G. (۱۹۹۸). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication & Society*, ۱۹۵-۱۷۵
- Infante, D.A., Rancer, A.S., & Womack, D.F. (۱۹۹۷). *Building communication theory* (۳rd ed.). Prospect Heights, IL: Waveland.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (۱۹۸۰). The "mainstreaming" of America: Violence profile no. ۱۱. *Journal of Communication* ۳۰(۳), ۱۰-۲۹.

- Severin, W.J., & Tankard, J.W. (۱۹۹۷). *Communication Theories*. New York: Hastings House.
- Hawkins, R.P., & Pingree, S. (۱۹۸۰). Some processes in the cultivation effect. *Communication Research*, ۷(۲), ۱۹۳-۲۲۶.

