

پرونده ویژه: ماهواره و سبک زندگی

عبدالرضا آتشین صدف

اشاره

یکی از رایج‌ترین روش‌های گذران اوقات فراغت، در عصر ما، تماشای تلویزیون و ماهواره است. اکنون در ایران بیش از ۳۰۰۰ کانال ماهواره‌ای به سادگی دریافت‌پذیر است که برخی از آنها فارسی‌زبان هستند و با هدف دگرگونه کردن شیوه زندگی ایرانی-اسلامی ما، سبک زندگی غربی را تبلیغ می‌کنند. در «پرونده ویژه» این شماره، با استفاده از پژوهش‌های صورت گرفته، تاریخچه، کارکردها، اهداف، تأثیرات و آسیب‌های شبکه‌های ماهواره‌ای بررسی و محتوای برخی از مهم‌ترین شبکه‌های ترویج دهنده سبک زندگی غربی، معرفی و نقد شده است. همچنین تلاش شده تا راهکارهای اصلی مقابله با آن آسیب‌ها ارائه گردد.

ژوئیه ۱۳۹۰

پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای از شیوه‌های جدید گذران اوقات فراغت برای افراد و خانواده‌ها است. این شبکه‌ها از ویژگی‌ها، جذابیت‌ها و تنوع بسیاری برخوردارند و مخاطب آن‌ها روزبه‌روز در حال گسترش است. این وسیله جدید ارتباطی با توجه به توانایی خود در جهت کسب اخبار و ارسال پیام و تصویر به نقاط دور دست، زمینه‌های مخابراتی ارسال برنامه‌های رادیو - تلویزیون، پیش‌بینی آب و هوا و تغییرات جوی و مداخله در امور نظامی و جاسوسی و ابعاد تجاری آن یا فروش عکس‌های ماهواره‌ای، اهمیت این محصول ساخته انسان و استفاده از آن را مضاعف کرده است.^۱ در تعریف ماهواره^۲ چنین آمده است: هر گونه شیء ساخته انسان که به دور کره زمین، ماه و یا هر جسم فضایی دیگر گردش کند. البته تعاریف مشابه دیگری نیز در این باره آمده است.

تاریخچه

غالباً تاریخ ماهواره‌ها را به مقاله «آرتور سی کلارک» مشهور، نسبت می‌دهند. وی در اکتبر ۱۹۴۵ طی مقاله‌ای بیان کرد که با سه ماهواره واقع در فاصله ۳۶۰۰۰ کیلومتری زمین می‌توان تمام سطح آن را تحت پوشش امواج قرار داد. البته پیش از وی نیز دانشمندان آلمان هیتلری، پژوهش‌های فراوانی در این باره انجام داده بودند. مهاجرت این افراد به آمریکا و شوروی سابق، به انتقال سریع تجارب و اسناد تحقیقاتی و رشد صنایع ماهواره‌ای در این دو کشور رقیب منجر شده بود. این دو کشور با هدف بهره‌برداری

۱. رضا صالحی امیری و هیلدا ملکی راسته کناری، «بررسی تأثیر ماهواره بر پوشش دختران دبیرستانی»، علوم اجتماعی، پژوهش‌نامه، تابستان ۱۳۹۰، ش ۷۴.

۲. Satellite .



نظامی به رقابت با یکدیگر پرداختند و به تدریج، ماهواره‌های هواشناسی، مطالعه جو و سطح زمین و دریاها، ناوبری هوایی و دریایی و نظایر آن‌ها را در مدار زمین قرار دادند. اولین ایده مربوط به استفاده از ماهواره‌های مخابراتی در اواسط دهه ۱۹۵۰ میلادی ابراز شد و این ماهواره‌ها از اوایل دهه ۱۹۶۰، به تدریج در مدار زمین قرار گرفتند.^۱

ماهواره در ایران

در کشور ما، رؤیت آنتن‌های بشقابی ماهواره‌ای بر فراز بام‌های منازل از اواخر سال ۱۳۷۲ آغاز شد؛ در حالی که دو سال قبل از آن در آبان سال ۱۳۶۹، مجله سروش از آمدن ماهواره‌ها سخن گفته بود.^۲ ماهواره در ایران از فروردین ۱۳۷۳ به یکی از قانونی‌ترین موضوع‌های مورد توجه جامعه تبدیل شد. از آغاز ورود ماهواره به کشور، مجلس شورای اسلامی، آن را غیر قانونی اعلام کرد و در سال‌های بعد نیز تلاش شد تا راه‌های دیگری برای جایگزین‌سازی استفاده از ماهواره طرح شود؛ اما آنچه واقعی و عینی به نظر می‌رسد، تداوم رشد استفاده از برنامه‌های کانال‌های ماهواره‌ای از سوی مردم است؛ به گونه‌ای که میزان بینندگان شبکه‌های ماهواره‌ای از ۱۹/۳ درصد در سال ۸۳ به ۴۱/۲ درصد در سال ۹۰ افزایش یافته است.^۳ استفاده از تجهیزات ماهواره‌ای از آغاز به سرعت در حال افزایش بوده است؛ به صورتی که در حال حاضر، حدود ۶۰ درصد مردم ایران، مخاطب ماهواره‌اند.^۴

طبق مطالعه‌ای که در سال ۱۳۹۱ انجام شد، ۵/۴ میلیون گیرنده ماهواره‌ای غیر مجاز در کشور فعال بوده و از ۱۷ هزار و ۶۶۶ شبکه ماهواره‌ای جهانی، دو هزار شبکه با وضوح بالا در ایران قابل مشاهده بوده است. از این تعداد ۳۸۰ شبکه، مختص موسیقی است که به صورت ۲۴ ساعته، موسیقی و کلیپ‌های تلویزیونی پخش می‌کنند. از میان شبکه‌های قابل دریافت در ایران، ۷۴ شبکه به تبلیغات مد لباس و لوازم آرایشی، ۲۷۳ شبکه به تبلیغ ادیان و فرق ساختگی و تاریخی، ۴۱۹ شبکه به ورزش، ۲۵۲ شبکه به کودکان و نوجوانان و ۹۲ شبکه به موضوعات اقتصادی اختصاص داشته است. همچنین تعداد شبکه‌هایی که به مسائل غیراخلاقی و مستهجن می‌پردازند به ترتیب ۲۳۵ و ۸۱ شبکه ماهواره‌ای است.^۵

کارکردها و اقسام

امروزه ارتباطات به وسیله ماهواره‌ها، یک حقیقت مسلم است. در حال حاضر از ماهواره در زمینه‌های مختلف بهره‌برداری می‌کنند، بعضی از این ماهواره‌ها کارکرد تخصصی دارند و برخی دیگر نیز به ارائه خدمات گوناگون می‌پردازند. اتحادیه بین‌المللی ارتباطات راه دور^۶ انواع اصلی خدمات مختلف ماهواره را در زمینه‌های برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، هدایت حمل و نقل دریایی، هوایی و زمینی، زمین‌شناسی، علوم مخابرات و مطالعات تقسیم‌بندی و به صورت زیر فهرست کرده است:^۷

تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۰، ص ۱.

۵. حسن بختیاری و حسن فرخی، «بررسی رابطه برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای تلویزیونی و هویت دینی جوانان»، مجله علوم تربیتی، پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، تابستان ۱۳۹۱، ش ۱۵، ص ۷۲-۵۵.

۶. ITU.

۷. رضا صالحی امیری و هیلدا ملکی راسته کناری، «بررسی تأثیر ماهواره بر پوشش دختران دبیرستانی»، علوم اجتماعی، پژوهشنامه، تابستان ۱۳۹۰، ش ۷۴.

۱. به نقل از: مهدی منتظر قائم، «بررسی و نقد سیاست ماهواره‌ای ایران با تکیه بر تجربه کشورهای آسیایی»، علوم اجتماعی، پژوهش‌های ارتباطی، تابستان و پاییز ۱۳۸۱، شماره ۳۰ و ۳۱.

۲. محسنیان‌راد، ایران در چهار کهکشان ارتباطی، تهران: سروش، ۱۳۸۴، ص ۱۷-۲۴.

۳. به نقل از: «گونه‌شناسی شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان»، فصل‌نامه مطالعات ماهواره و رسانه‌های جدید، سال اول، ش ۱، پاییز ۱۳۹۱، ص ۱۰-۱۲.

۴. عبدالله بیجرانلو، تلویزیون و چالش‌های پیش رو در فضای نوین رسانه‌ای ایران،

سرویس ماهواره‌ای برای هماهنگی فرکانس و وقت؛
سرویس ماهواره‌ای برای ارتباطات آماتوری.
همچنین از منظر عملیاتی، ماهواره‌ها به سه دسته عمده
تقسیم می‌شوند:^۷

ماهواره‌های خدماتی و کاربردی؛
ماهواره‌های علمی - پژوهشی؛
ماهواره‌های نظامی (جاسوسی).
علاوه بر این از جهت محتوایی می‌توان شبکه‌های تلویزیونی
ماهواره‌ای کنونی را به ده دسته تقسیم کرد:^۸

۱. فیلم؛ ۲. موسیقی؛ ۳. ورزشی؛ ۴. تجاری؛ ۵. اجتماعی؛ ۶.
سیاسی؛ ۷. دینی؛ ۸. کودک و نوجوان؛ ۹. مستند (علمی، تاریخی،
حادثه‌ای و...)؛ ۱۰. پورنوگرافی.^۹
ویژگی‌های عمده اطلاعات ارائه شده به واسطه فناوری
ماهواره‌ای عبارتند از:

غیر ارادی بودن آن از طرف جامعه مخاطبان، زیرا به اجبار
و به صورت قهری مطرح شده و بدون اینکه امکان جدی در
توسعه آن برای ملت‌ها مطرح شده باشد، رشد کرده است؛
وسعت فراگیری آن؛
جذابیت محتوای آن؛
ترغیب مخاطب به فرهنگ و رفتار یکسان.^{۱۰}

۷. «بررسی تأثیر ماهواره بر پوشش دختران دبیرستانی»، ص ۱۱۵-۱۵۶.

۸. عبدالله بیچرانلو و سیده راضیه یاسینی، «نگاهی به تبلیغات تجاری متمرکز بر
زنان در شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای فارسی زبان»، علوم اجتماعی، رسانه و خانواده،
زمستان ۱۳۹۱، سال دوم، ش ۵، ص ۷۵-۹۹.

۹. همان؛ محمد نیک‌ملکی و حسن مجیدی، شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان و
هویت ملی و اسلامی جوانان (مطالعه موردی شهرستان اراک ۱۳۹۰)، علوم سیاسی،
مطالعات ملی، تابستان ۱۳۹۲، ش ۵۴، ص ۱۶۸-۱۴۵.

۱۰. «بررسی تأثیر ماهواره بر پوشش دختران دبیرستانی»، ص ۱۱۵-۱۵۶.



سرویس ارتباط ثابت ماهواره‌ای؛^۱

سرویس ارتباط سیار ماهواره‌ای؛^۲

سرویس پخش تلویزیونی به وسیله ماهواره؛^۳

سرویس ماهواره‌ای برای تعیین ایستگاه‌های فرستنده؛^۴

سرویس هدایت رادیویی ماهواره؛^۵

سرویس ماهواره‌ای زمین‌شناسی؛^۶

ص ۱۱۵-۱۵۶.

۱. FSS .

۲. MSS.

۳. BSS.

۴. RDSS.

۵. RNSS.

۶. EESS.

شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان

سابقه تأسیس شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی، حداقل به دو دهه قبل بازمی‌گردد. موج مهاجرت مخالفان جمهوری اسلامی به ایالات متحده در ابتدای انقلاب، شهر لس‌آنجلس مرکز تجمع ایرانیان را به کانونی برای فعالیت علیه حکومت تبدیل کرد. با گسترش فناوری استفاده از ماهواره در کشورهای متفاوت و پس از تأخیری چند ساله، اولین شبکه ماهواره‌ای فارسی مخالف جمهوری اسلامی ایران با نام NITV که شبکه‌ای کاملاً سیاسی بود در سال ۱۳۷۸ آغاز به کار کرد. به تدریج، افزایش تعداد استفاده‌کنندگان از ماهواره در کشور، رقابتی شتابان را میان ایرانیان مخالف جمهوری اسلامی برای تأسیس شبکه‌های ماهواره‌ای (شبکه‌های لس‌آنجلسی) به راه انداخت.

شبکه‌های لس‌آنجلسی به دو دسته تقسیم می‌شوند: گروهی که ظاهراً بدون موضع‌گیری سیاسی درباره ایران، تنها فعالیت خوانندگان ایرانی خارج از کشور را پوشش می‌دهند. گروه دیگر شبکه‌های موسوم به گروه مخالف (پوزیسیون) هستند که مجموع فعالیت‌های مخالفان را در خارج از کشور پوشش می‌دهند.

هر یک از این دو جریان، هدف‌های مشخص و خاصی را در راستای استحاله و تهاجم فرهنگی و سیاسی دنبال می‌کنند. آنچه در این میان اهمیت دارد، شیوه عملکرد گروه نخست است. این گروه در پوشش انفعال سیاسی و گاه، حمایت تلویحی از جمهوری اسلامی و حتی احترام به باورهای اعتقادی و اخلاقی مردم، می‌کوشند نخست به گونه‌ای برای خود نزد خانواده‌های مذهبی، مشروعیت کسب کنند.

گروه دیگر، شبکه‌های سیاسی است که هر کدام، بنا به اهداف خاصی که دنبال می‌کنند، از موضع مخالفت با جمهوری اسلامی، اساسی‌ترین مبانی تفکر دینی را به چالش می‌کشند. برنامه‌های این گروه، آشکارا مبانی دینی را مورد استهزا قرار می‌دهد.

شبکه‌های موسوم به لس‌آنجلسی، بنا به اعتراف گردانندگان آن‌ها، هر یک به نوعی از طریق کنگره، سیا و وزارت امور خارجه آمریکا حمایت مالی می‌شوند. آن‌ها در ظاهر با یکدیگر مخالفند و علیه هم موضع‌گیری می‌کنند؛ اما در واقع این نزاع‌های زرگری، بخشی از شگرد آن‌ها برای جلب اقبال گوناگون است.^۱ در این میان، ظهور برخی شبکه‌های فارسی‌زبان که نه از سوی مخالفان (پوزیسیون) خارج از کشور، بلکه از سوی دولت‌های بیگانه تأسیس شده‌اند نیز جالب توجه‌اند. در این بین عربستان سعودی با همکاری آمریکا و امارات عربی با تأسیس شبکه «ام.بی.سی فارسی»، انگلیس با تأسیس شبکه «بی‌بی‌سی فارسی» و پیش از آن‌ها آمریکا با تأسیس شبکه تلویزیونی «صدای آمریکا» (VOA)، جدی‌ترین گام‌ها را برداشته‌اند.

شبکه بی‌بی‌سی فارسی با بودجه ۲۲ میلیون دلاری از دی ۱۳۸۷ با هدف پوشش خبری علیه جمهوری اسلامی ایران و پوشش مواضع گروه‌های مخالف (پوزیسیون) فعالیت خود را آغاز کرده است.

از سوی دیگر اخیراً شاهد افزایش شبکه‌های ماهواره‌ای فیلم و سریال فارسی‌زبان هستیم. این شبکه‌ها که برنامه‌های سیاسی ندارند در جبهه دیگری به عنادورزی با فرهنگ ایرانی پرداخته و فرهنگ و آداب و رسوم کشور را هدف قرار داده‌اند و با پخش فیلم‌های مغایر با اخلاق و هنجارهای اسلامی و ایرانی تلاش می‌کنند تا بی‌بندوباری و سبک زندگی آمریکایی را جایگزین الگوی زندگی ایرانی سازند. البته بعضی از شبکه‌ها نیز فقط به دنبال اهداف تجاری و سودآوری هستند که از جمله می‌توان به «می‌شاپ» و «تک‌تی‌وی» اشاره کرد.

۱. گزارش مانیتورینگ سیما، ۱۳۸۹، ص ۶۹.

گونه‌شناسی ماهواره‌های فارسی زبان

شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان را می‌توان در ۹ گروه زیر تقسیم‌بندی کرد:^۱

۱. شبکه‌های سیاسی خبری

شبکه‌های سیاسی و مخالفان (اپوزیسیون) که بیشتر در

۱. این گونه‌شناسی از منبع ذیل گرفته شده است: شهاب، فوزیه، «گونه‌شناسی شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان»، فصل‌نامه مطالعات ماهواره و رسانه‌های جدید، سال اول، ش ۱، پاییز ۱۳۹۱، ص ۹-۴۲.

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

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	Andishe TV اندیشه تی وی	فرهاد			این شبکه به شدت مخالف نظام است و خط مشی و سیاست کلی این شبکه، پخش خبرهای جهت‌دار داخلی با نیت براندازی است.
	BBC Persian بی‌بی‌سی فارسی	دولت انگلیس	انگلستان	۱۳۸۷	این شبکه خبری بوده و متعلق به رادیو تلویزیون دولتی انگلیس است و از لندن پخش می‌شود. خط مشی و سیاست کلی این شبکه، پخش اخبار جهت‌دار داخلی با نیت اختلاف‌افکنی و ایجاد شبهات و تفرقه در کشور است.
	Euro News یورو نیوز	اتحادیه اروپا	فرانسه	۱۳۹۰	این شبکه متعلق به اتحادیه اروپا بوده و به ۱۰ زبان به صورت هم‌زمان با امکان انتخاب زبان مورد نظر قابل دریافت است. بخش فارسی یورونیوز دهمین سرویس زبانی این شبکه است. تصاویر پخش شده از تمامی سرویس‌های یورونیوز یکسانند و تفاوت تنها در منوی صدا است که به وسیله آن اخبار و گزارش‌ها به زبان‌های گوناگون بازگو می‌شوند. این شبکه فارسی‌زبان در نظر دارد تا ۱۲۶/۵ میلیون نفر مخاطب فارسی‌زبان در سراسر جهان از جمله ایران، افغانستان و تاجیکستان را جذب کند. این شبکه سراسر خاورمیانه، اروپا و مدیترانه را تحت پوشش خود دارد.

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	Kalameh Farsi کلمه فارسی	هاشم عقیلی	امارات متحدہ عربی	۱۳۹۰	این شبکه متعلق به سنتی‌های ایران است و به مسائل سیاسی و مذهبی می‌پردازد. خط مشی کلی این شبکه، ایجاد تفرقه میان شیعه و سنی، زیر سؤال بردن مذهب شیعه، زیر سؤال بردن ولایت فقیه و تحریف تاریخ صدر اسلام است.
	Pars TV پارس تی وی	امیر شجره	آمریکا	۱۳۷۹	این شبکه خبری به شدت مخالف نظام است و خط مشی و سیاست کلی این شبکه پخش اخبار جهت‌دار داخلی با نیت براندازی است.
	Rang a Rang رنگارنگ	داور وهخا	آمریکا	۱۳۸۳	این شبکه به شدت مخالف نظام است و خط مشی و سیاست کلی این شبکه پخش اخبار جهت‌دار داخلی با نیت براندازی است.
	Rasa TV رسا تی وی	جنبش سبز	آمریکا	۱۳۸۸	این شبکه متعلق به جنبش سبز است و اخبار ضدولتی (احمدی‌نژاد) و با ظاهر وفاداری به نظام و قانون اساسی، اغلب اقدام به پخش اخبار زندانیان سیاسی می‌کند.
	Simaye Azadi سیمای آزادی	گروهک منافقین	انگلستان		این شبکه متعلق به گروهک منافقین بوده و از معاندین سرسخت نظام جمهوری اسلامی ایران است. بیشتر برنامه‌های این شبکه به وسیله اعضای سازمان مجاهدین خلق ایران تولید می‌شود و بعضی ساعات هم از پاریس و سوئد برنامه‌های تلویزیونی پخش می‌کند. برنامه‌های این شبکه هر روز و ۲۴ ساعته پخش می‌شود.
	VOA Persian صدای آمریکا	دولت آمریکا	آمریکا	۱۳۷۵	این شبکه خبری بوده و متعلق به دولت آمریکاست. خط مشی و سیاست کلی این شبکه پخش اخبار جهت‌دار داخلی با نیت براندازی نظام است.

۲. شبکه‌های سرگرمی (عمومی)

شبکه‌هایی هستند که برنامه‌های آن‌ها نوع (ژانر) مشخصی ندارد و در حوزه‌های سرگرمی برنامه‌های گوناگون ورزشی، کودکان، خانواده، مسابقات تفریحی، «شو»ها و برنامه‌های

گفتگو محور (تاک‌شو) گوناگون در زمینه‌های هنری، سینمایی، ورزشی و نیز ویدئو کلیپ‌های ایرانی و خارجی و نیز فیلم و سریال برنامه پخش می‌کنند.

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	Didarglobal TV تلویزیونی جهانی دیدار	مورتون مظاهری	آمریکا	۱۳۸۳	بیشتر برنامه‌های این شبکه برنامه‌های گفتگومحور (تاک‌شو) پزشکی موسوم به دکتر مورتون مظاهری (مالک این شبکه) است و همچنین به پخش ویدئو کلیپ‌های موسیقی و فیلم‌های داخلی نیز می‌پردازد.
	Farsi 1 فارسی وان	سعد محسنی	هنگ کنگ	۱۳۸۸	عموم برنامه‌های این شبکه، سریال‌های موسوم به سوپ اپرا و سریال‌های روز به صورت صداگذاری فارسی است و پخش فیلم و ویدئو کلیپ‌ها از برنامه‌های حاشیه‌ای آن است. این شبکه زیرمجموعه شبکه‌های رسانه‌دار معروف یهودی رابرت مرداک اهل استرالیا است
	Gang-e-Ho-zour TV تلویزیون گنج حضور		آمریکا	۱۳۹۰	این شبکه بیشتر به پخش برنامه‌های فرهنگی ادبی می‌پردازد.
	Gem Classic جم کلاسیک	گروه موسیقی و سرگرمی عمومی بریتانیا	انگلستان	۱۳۸۵	این شبکه نیز مانند «فارسی وان» به پخش سریال‌های خارجی عمدتاً ترکی و برزیلی می‌پردازد، با این تفاوت که میزان پخش ویدئو کلیپ‌های ایرانی این شبکه بیشتر است و همچنین فیلم با صداگذاری یا زیرنویس فارسی و برنامه کودک با صداگذاری فارسی نیز پخش می‌کند.
	IPN آی پی ان	مهران عبدشاه			این شبکه به پخش ویدئو کلیپ‌های موسیقی، برنامه‌های گفتگومحور (تاک‌شو) گوناگون و فیلم‌های ایرانی می‌پردازد. اکثر برنامه‌های این شبکه در راستای ترویج فرهنگ برهنگی است.

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	Iran ATV 1 ایران ای تی وی وان		ترکیه	۱۳۸۹	این شبکه سریال‌های ترکیه‌ای را با صداگذاری و زیرنویس فارسی پخش می‌کند و برنامه‌های خود را به صورت wide در ابعاد ۱۶:۹ پخش می‌کند. به علت پاره‌ای از مسائل از جمله تفاوت ساعت، شبکه ATV به دو شبکه تقسیم شده است. شبکه 1 ATV برای ترک‌های مقیم ایران و ترکیه برنامه پخش می‌کند.
	Iran ATV2 ایران ای تی وی تو		ترکیه	۱۳۹۰	این شبکه نیز سریال‌های ترکیه‌ای را با صداگذاری و زیرنویس فارسی پخش می‌کند. شبکه 2 ATV برای ترک‌های مقیم اروپا برنامه پخش می‌کند.
	Iran PF TV ایران پی اف تی وی		ارمنستان	۱۳۸۸	این شبکه برنامه‌های تفریحی سرگرمی پخش می‌کند.
	ITN آی تی ان	حمید شبخیز	آمریکا		این شبکه به پخش ویدئو کلیپ‌های موسیقی، سریال‌های داخلی، برنامه‌های گفتگومحور (تاک‌شو) گوناگون و فیلم‌های ایرانی می‌پردازد. برنامه‌های گفتگومحور (تاک‌شو) این شبکه در زمینه‌های هنری، سینمایی، ورزشی و... است. این شبکه خط مشی خود را غیرسیاسی و غیرمذهبی معرفی می‌کند.
	Kahkeshan TV تلویزیون کهکشان		سوئد	۱۳۹۰	پخش برنامه‌های متنوع گزارشی، هنری، ادبی (نمایش، سینما، کنسرت و...) با دو رویکرد ایرانی و جهانی خط مشی کلی این شبکه است. همچنین این شبکه، مستندهای بسیار جذابی پخش می‌کند.
	Klik Sat Farhad کلیک ست فرهاد	فرهاد دادشو	آلمان		این شبکه بیشتر به پخش مسابقه‌های زنده می‌پردازد و نیز پخش ویدئو کلیپ‌های موسیقی، سریال‌ها و فیلم‌های ایرانی از برنامه‌های آن است.

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	Live Channel لایو کانال	حمید شبخیز			این شبکه به پخش ویدئوکلیپ‌های موسیقی، تاک‌شوهای گوناگون و فیلم‌های ایرانی می‌پردازد.
	Manoto 1 من و تو ۱	مرجان عباسی	انگلستان		این شبکه به بنگاه خبرپراکنی BBC انگلستان تعلق دارد. جهت‌گیری آن از سوی سرویس اطلاعات خارجی انگلیس (ام. آی ۶) و دولت بریتانیا تدوین می‌شود. این شبکه سعی دارد الگوی غربی را به خانواده‌های ایرانی القا کرده و الگوی زندگی اسلامی را از اذهان عمومی پاک کند.
	ME Chef ام ای چیف		امارات	۱۳۸۹	کلیه برنامه‌های این شبکه با محوریت تغذیه و آشپزی و شناخت خوراکی‌های مختلف و آموزش پخت غذاها و دسرهای خارجی است. بیشتر برنامه‌های غذایی این شبکه متعلق به استرالیا است. شعار شبکه «برای آنان که عاشق خوردن هستند» است.
	MI TV ام آی تی وی	حسن آرپناهی		۱۳۸۴	این شبکه به تلویزیون مهاجر معروف است و به پخش ویدئوکلیپ‌های موسیقی عمدتاً ساخت داخل، سریال‌های ایرانی، برنامه‌های گفتگومحور (تاک‌شو) گوناگون و فیلم‌های ایرانی می‌پردازد.
	Natinal Geo-graphic Farsi نشنال جغرافی فارسی	شرکت نشنال جغرافی	آمریکا	۱۳۹۰	این شبکه برنامه‌های گوناگون سرگرمی به‌ویژه مستند پخش می‌کند.
	PDF پی دی اف			۱۳۸۶	این شبکه به پخش ویدئوکلیپ‌های موسیقی، سریال‌های ساخت داخل، برنامه‌های گفتگومحور (تاک‌شو) گوناگون و فیلم‌های ایرانی می‌پردازد.

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	PEN پی ای ان	حمید شب خیز	آمریکا		این شبکه به پخش ویدئو کلیپ یا موسیقی، سریال‌های ساخت داخل، برنامه‌های گفتگومحور (تاک‌شو) گوناگون و فیلم‌های ایرانی می‌پردازد و یک شبکه بی‌طرف تجاری محسوب می‌شود.
	Persian Star TV پرشین استار تی وی		ارمنستان		
	Tasvir Iran تصویر ایران	امیر میرچی			این شبکه به پخش ویدئو کلیپ‌های موسیقی و برنامه‌های گفتگومحور (تاک‌شو) گوناگون می‌پردازد.
	ITS تی آی اس			۱۳۹۰	شبکه TIS (Tourism-Industury) جانشین شبکه ایران AS شده است و از نوع شبکه‌های نیمه مجاز داخلی به حساب می‌آید که دفتری در تهران نیز دارد.
	U یو			۱۳۹۰	
	Zemzeme TV زمزمه تی وی	زید محسنی	امارات	۱۳۹۰	اکثر برنامه‌های این شبکه سریال‌های مربوط به زنان و عموماً کلمبیایی یا کره‌ای به صورت صداگذاری فارسی است. این شبکه نیز مجموعه شبکه‌های رابرت مرداک است. این شبکه ظاهری جدیدتر از فارسی وان دارد و بیشتر مورد توجه جوانان است.

۳. شبکه‌های موسیقی

شبکه‌های موسیقی به پخش موسیقی و ویدئو کلیپ‌های عمدتاً غربی و موسیقی‌هایی که به صورت غیرمجاز در ایران تهیه می‌شوند، مبادرت می‌ورزند. اساس شبکه‌های موسیقی و

«شو» بر پخش ویدئو کلیپ و برنامه‌های گفتگومحور (تاک‌شو) است که با موضوعات پزشکی، هنری، سینمایی، مهاجرت و سرمایه‌گذاری، مشاوره و مسائل اجتماعی پخش می‌شود. بودجه عموم این شبکه‌ها از طریق تبلیغات، زیرنویس و

میان برنامه‌ها تأمین می‌شود و در میان آن‌ها برخی به پخش فیلم‌ها و سریال‌های تولید داخل و قبل از انقلاب می‌پردازند.

اطلاعات مربوط به شبکه‌های موسیقی فارسی زبان در جدول زیر آمده است.

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	AVA Music آوا موزیک		روسیه	۱۳۸۷	این شبکه علاوه بر پخش ویدئو کلیپ‌های موسیقی، سریال‌ها و فیلم‌های با زیرنویس یا صداگذاری فارسی نیز پخش میکند و تنها شبکه فارسی زبان است که موسیقی‌هایی از Modern Talking را با زیرنویس فارسی پخش میکند.
	EBC-1 ای بی سی وان		آمریکا	۱۳۸۵	این شبکه با رویکرد سرگرمی - تجاری به صورت ۲۴ ساعته پخش میشود. EBC-1 قراردادهایی با بسیاری از شرکتهای بین‌المللی موزیک دارد و علاوه بر موسیقی، برنامه‌هایی درباره زیبایی و تناسب اندام و سلامتی دارد.
	Gem Music جم موزیک	گروه موسیقی و سرگرمی بریتانیا	انگلستان	۱۳۸۵	این شبکه به پخش ویدئو کلیپ‌های ایرانی و خارجی می‌پردازد.
	Iran Beauty ایران بیوتی	میلاذ عزیززاده	آلمان	۱۳۹۰	این شبکه به پخش ویدئو کلیپ‌های موسیقی عمدتاً ساخت داخل می‌پردازد. سریال‌های ایرانی، برنامه‌های گفتگومحور (تاک‌شو) گوناگون و فیلم ایرانی هم از برنامه‌های آن است.
	Iran Music ایران موزیک	دانیل عزیززاده		۱۳۸۵	این شبکه به پخش ویدئو کلیپ‌های موسیقی عمدتاً ساخت داخل می‌پردازد. سریال‌های ایرانی، برنامه‌های گفتگومحور (تاک‌شو) گوناگون و فیلم‌های ایرانی نیز پخش میکند.
	PMC Music پی‌ام‌سی موزیک	شرکت رسانه فارسی	امارات	۱۳۸۹	شبکه‌ای که اکثر برنامه‌های آن پخش کلیپ‌های ایرانی و خارجی است و معدودی هم برنامه معرفی فیلم، مستند و مسابقه دارد.

۴. شبکه‌های فیلم و سریال

این شبکه‌ها عمدتاً به پخش فیلم و سریال با صداگذاری و زیرنویس فارسی 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، سراغ این حوزه رفته و سرمایه‌گذاری‌های عظیمی در این زمینه انجام داده‌اند. شبکه فارسی وان یکی از مهم‌ترین این شبکه‌ها است که جدیدترین و پربیننده‌ترین سریال‌های تلویزیونی جهان (اعم از کلمبیایی، کره‌ای و آمریکایی) را هر شب پخش می‌کند. اطلاعات مربوط به شبکه‌های فیلم و سریال فارسی زبان در جدول زیر آمده است.

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	AVA Persian Music آوا پرشین موزیک				
	ICC- HB آی سی سی	حمید احمدی	آمریکا	۲۰۰۳	مجموعاً برنامه‌های این شبکه، پخش فیلم‌های ایرانی قبل از انقلاب و بعد از آن است. این شبکه در وب‌گاه اینترنتی‌اش، خود را شبکه‌ای غیرسیاسی معرفی کرده است.
	Iran- FM TV ایران اف ام تی وی	حسن آرپناهی			
	Iran- MN TV ایران ام ان تی وی	حسن آرپناهی			مجموعاً برنامه‌های این شبکه، پخش فیلم‌های ایرانی بعد از انقلاب و فیلم‌های خارجی فارسی‌شده و سانسور شده است.
	Iran PS TV ایران پی اس تی وی	حسن آرپناهی			مجموعاً برنامه‌های این شبکه پخش فیلم‌های ایرانی بعد از انقلاب و فیلم‌های خارجی به فارسی و سانسور شده است.

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	MBC Persian Persia CA یا ام بی سی پرشین یا پرشین سی	ولیدین ابراهیم	عربستان	۱۳۸۷	اکثر برنامه‌های این شبکه پخش فیلم‌ها و سریال‌های خارجی به زبان فارسی با دارای زیرنویس است و فقط یک برنامه سرگرمی درباره هنرپیشه‌های هالیوود دارد. این شبکه زیرمجموعه‌ای از شبکه‌های عربی ام بی سی آل سعود در عربستان است. ^۱
	Movie 1 مووی وان		بلژیک	۱۳۸۹	اکثر برنامه‌های این شبکه، فیلم‌ها و سریال‌های خارجی و ایرانی است.
	Persian Film New پرشین فیلم نیو				عموماً برنامه‌های این شبکه پخش فیلم‌های ایرانی بعد از انقلاب و فیلم‌های خارجی به صورت فارسی و سانسور شده است.
	PMC Family پی‌ام‌سی فامیلی	شرکت رسانه فارسی	امارات	۱۳۸۹	شبکه‌ای که اکثر برنامه‌های آن پخش سریال‌های خارجی است.
	TV Persian One تی وی پرشین وان	خشایار قیاسی	آلمان		این شبکه علاوه بر فیلم و سریال، ویدئو کلیپ و برنامه‌های گفتگومحور (تاک‌شو) موسیقی و سینمایی و نیز کلیپ‌های موسیقی پخش می‌کند و با شناسایی جوانان مستعد در حوزه‌های مختلف هنری به برگزاری مسابقات خوانندگی، رقص، مدل و می‌پردازد.
	TV 20 بیست تی وی			۱۳۸۹	این شبکه با پخش روزی ۶ سریال ایرانی و خارجی به همراه ۲ برنامه کودک خوب و موسیقی داخلی و خارجی بر سبک زندگی اسلامی و ایرانی تأکید دارد و شعار آن «شبکه خانوادگی» است.

۱. این شبکه به طور مشروح در بخش چهارم اصل گزارش بررسی شده است.

۵. شبکه‌های تجزیه‌طلب قومی

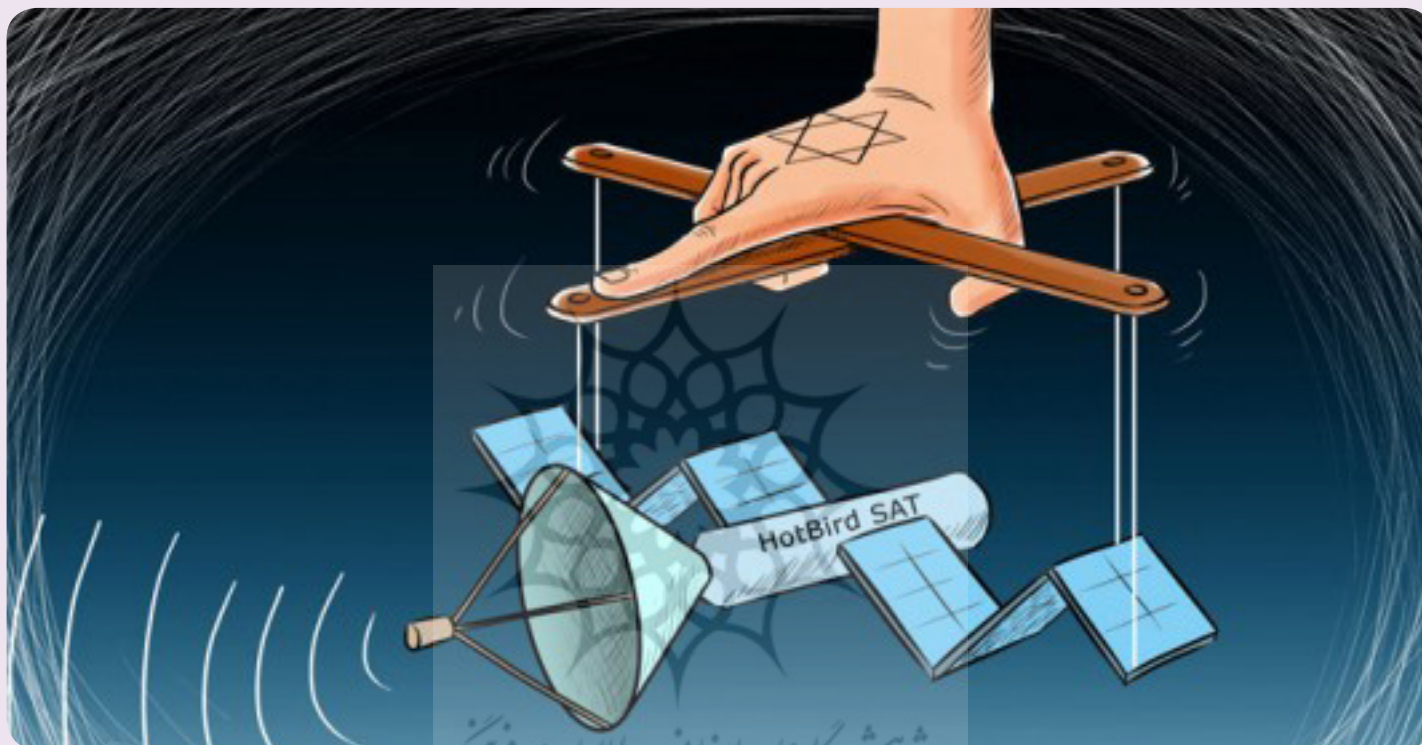
این شبکه‌ها با پوشش قومی در قالب شبکه‌های کردی، ترکی، عربی و ترکمن فعالیت می‌کنند و به تبلیغ پان کردیسم، پان ترکیسم و پان عربیسم مبادرت می‌ورزند؛ برای مثال، میان‌برنامه‌ها و رقص‌های مورد استفاده در شبکه‌های کردی

با پرچم جعلی کردستان واحد، تزئین و پخش می‌شود. در شبکه‌های ترکی و عربی نیز با حدت و شدت کمتر و بیشتری این موضوع اتفاق می‌افتد. اطلاعات مربوط به شبکه‌های تجزیه‌طلب قومی فارسی زبان در جدول زیر آمده است.

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	AZ TV آزد تی وی	اریف علی شاه اف	آذربایجان		این شبکه، یک شبکه قومی است و رسانه ملی آذربایجان محسوب می‌شود.
	Asosat آسوسات		عراق		این شبکه، یک شبکه قومی تجزیه‌طلب محسوب می‌شود.
	Gunaz TV گونز تی وی		آمریکا		این شبکه، یک شبکه قوی تجزیه‌طلب محسوب می‌شود و مواضع آن در تضاد با منافع جمهوری اسلامی ایران است. موسیقی، برنامه‌های سیاسی و گفتگوهای زنده از ویژگی‌های ماهوی این شبکه آذربایجانی است.
	Gali Kurdistan کالی کردستان		عراق	۱۳۸۷	این شبکه، یک شبکه قومی محسوب می‌شود.
	Jamavar جماور	حزب سوسیال دمکرات کردستان			این شبکه، یک شبکه قومی است.

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	Komola TV کومولا تی وی	حزب کمونیست کردستان	سوئد	۱۳۸۸	این شبکه، یک شبکه قومی تجزیه طلب محسوب می شود.
	Kurd 1 کرد وان	کندال زنان	فرانسه	۱۳۸۸	یک شبکه مستقل کرد زبان است که استودیوهای آن در فرانسه، آلمان و سوئد واقع شده و علاوه بر خاورمیانه، اروپا را نیز پوشش می دهد. برنامه های این شبکه شامل اخبار، سمینار و رویدادهای ورزشی کردها است. این شبکه غیرسیاسی دارای مشی فرهنگی آموزشی است.
	Kurd Sat کرد ست	اتحادیه میهنی کردستان عراق	عراق		این شبکه محتوای تفریحی سرگرمی دارد.
	Kurdistan TV کردستان تی وی	حزب دمکرات کردستان	عراق	۱۳۷۸	این شبکه اولین شبکه جهانی کرد زبان است. سایر دفاتر این شبکه در آلمان و هلند است.
	KBC کی بی سی		سوئد		این شبکه، یک شبکه قومی محسوب می شود. شبکه ای است هنری و کرد زبان با تنوع موضوعی که موسیقی، فیلم و برنامه های سرگرمی پخش می کند.
	KNN کان ان				این شبکه نزدیک به احزاب PDK است و یک کانال خبری نزدیک به گوران محسوب می شود.
	Kanal 4 کانال چهار		عراق	۱۳۸۸	خط مشی کلی این شبکه، پخش محتوای سرگرم کننده برای کردزبانان عراقی و نواحی پیرامون آن است. پوشش این شبکه، منطقه خاورمیانه است.

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	Newroz TV نوروز تی وی	پ. ک. ک عراق	عراق	۱۳۸۶	گروه پ. ک. ک عراق برای ترویج افکار کردستیزانه خود این شبکه را برای شاخه ایرانی پ. ک. ک راه‌اندازی کرده است. شبکه‌ای ماهواره‌ای برای انتقال و ترویج فرهنگ خشونت در کردستان است. پ. ک. ک (پزاک) از طریق این شبکه اقدام به عضوگیری نیروی جدید می‌کند.
	Peyam پیام		عراق		این شبکه یک شبکه قومی محسوب می‌شود.
	Roj TV رج تی وی		دانمارک	۱۳۸۳	یک شبکه جهانی و بین‌المللی است که به زبان‌های فارسی، کردی، عربی و ترکی برنامه پخش می‌کند. غالب برنامه‌های آن سیاسی و گفتگو محور است؛ ولی دارای برنامه‌های فرهنگی (موسیقی و فیلم‌شناسی)، برنامه کودک و... نیز است. پوشش این شبکه، جهانی است.
	Rojhelat TV رُجَلت تی وی	حزب کومله	سوئد		بودجه این شبکه از طریق KDF تأمین می‌شود و یک شبکه قومی تجزیه‌طلب محسوب می‌شود.
	Sepideh سپیده	بخاری جمیل	عراق	۱۳۸۸	این شبکه دومین شبکه اسلامی کرد زبان است. تبیین و تبلیغ اسلام و همچنین انعکاس صحیح رویدادهای عراق و منطقه خیرساز خاورمیانه و بحران‌های منطقه‌ای از مأموریت‌های این شبکه است.
	TRT 6 تی آر تی شش	کمپانی رادیو و تلویزیون ترکیه	ترکیه	۱۳۸۸	این شبکه اولین شبکه ملی کرد زبان در ترکیه است. محتوای این شبکه برنامه‌هایی مانند موسیقی، سریال‌های درام و مستند است و هدف اصلی شبکه، مقابله با پروپاگاندای گروه PKK و نشان دادن فرهنگ متنوع اقوام کرد ترکیه است.
	Tishk TV تیشک تی وی		فرانسه	۱۳۸۸	این شبکه، یک شبکه قومی است و بخش عمده‌ای از مخاطبان این شبکه، کردهای ایرانند.
	Zagros زاگرس	حزب دمکرات کردستان	عراق	۱۳۸۶	این شبکه، شبکه کرد زبانی است که دارای پوشش جهانی است.



۶. شبکه‌های مذهبی

شبکه‌های مذهبی به تبلیغ ادیان و مذاهب گوناگون می‌پردازند که عمدتاً در قالب برنامه‌های گفتگومحور و سخنرانی است. شبکه‌های مذهبی به‌ویژه با ترویج مسیحیت، بنیان عقیدتی جامعه را نشانه رفته‌اند. این شبکه‌ها برای تمام سنین حتی کودکان، برنامه پخش می‌کنند.^۱

در شبکه‌های تبلیغ مسیحیت، مجریان برنامه از مسلمانان تحصیل کرده و هوشمندی هستند که از آیین اسلام رویگردان شده و به مسیحیت گرویده‌اند. آن‌ها با پوچ‌نمایی اعتقادات

۱. برای مثال قبلاً در شبکه SaTVKIDST داستان‌های انجیل را به صورت کارتون و نماهنگ‌هایی که کودکان خردسال آن‌ها را از انجیل می‌خواندند، پخش می‌کردند.

دینی مسلمانان و حمله به کتب مقدس مسلمانان به‌ویژه شیعیان، در پوشش برنامه‌های تأویل و تفسیر، آیین مسیحیت را تبلیغ می‌کنند. برآیند این برنامه‌ها مبین وجود شبکه‌ای بسیار وسیع، دارای برنامه‌ریزی دقیق و هدفمند در داخل و خارج کشور است.^۲

همچنین بعضی از این شبکه‌ها مانند شبکه «سلام» به ترویج اسلام آمریکایی می‌پردازند که مشکل اساسی با مرجعیت و ولایت فقیه در حکومت اسلامی دارند. اطلاعات مربوط به شبکه‌های مذهبی فارسی زبان در جدول زیر آمده است.

۲. گزارش مانیتورینگ سیما، ۱۳۹۰، ص ۴۶.

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	Ahl-e-Bait TV اهل بیت تی وی	شیخ الله یاری		۱۳۸۹	این شبکه به ظاهر مبلغ مذهب شیعه و مانند «شبکه امام حسین (علیه السلام)» است. تمرکز اصلی این شبکه بر مسلمانان شیعه افغانستان است. گفتنی است که این شبکه اخیراً تغییر خط مشی داده و شروع به اختلاف‌افکنی میان شیعه و سنی کرده است، به طوری که آیت الله محقق کابلی (که در ابتدا بخشی از هزینه این شبکه را تأمین می‌کردند) و آیت الله حسینی قزوینی از این شبکه اعلام برائت کرده‌اند.
	Ahlulbayt اهل بیت (علیهم السلام)				این شبکه نیز مبلغ مذهب شیعه است و به سه زبان عربی، انگلیسی و اردو برنامه پخش می‌کند.
	Fadak TV فدک تی وی	یاسر الحبیب	انگلستان	۱۳۸۹	خط مشی کلی این شبکه، نقد چهره وهابیت و خاندان آل سعود و نیز برخورد با عقاید اهل تسنن است و به سه زبان عربی، فارسی و انگلیسی برنامه پخش می‌کند.
	Imam Hossein TV امام حسین تی وی	میر خلف زاده	عراق	۱۳۸۸	برنامه‌های این شبکه را سخنرانی‌ها و برنامه‌های گفتگومحور تشکیل می‌دهد و در ایام عزاداری، مراسم سوگواری‌ها را به صورت زنده از حرمین شرفین (علیهم السلام) پوشش می‌دهد. این شبکه با محوریت جوانان فعالیت می‌کند و به گفته مسئولان آن به هیچ حزب یا جناح سیاسی و دولتی وابستگی ندارد و به صورت مردمی، پشتیبانی و حمایت می‌شود. این شبکه سه قاره آسیا، اروپا و آمریکا را پوشش می‌دهد و برنامه‌های متنوعی مانند برنامه کودک، خانواده و مستند پخش می‌کند.

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	Karbala کربلا	حیدر جلوخان	عراق	۱۳۸۸	این شبکه ماهواره‌ای با محوریت جوانان برای احیای مذهب شیعه عمل می‌کند. تأمین مالی شبکه توسط آستان مقدس امام حسین <small>علیه السلام</small> و حضرت ابوالفضل <small>علیه السلام</small> صورت می‌گیرد.
	Mahabat TV محبت تی وی		آمریکا	۱۳۸۴	این شبکه که مبلغ مسیحیت است مانند شبکه sat 7 برنامه‌هایی با محوریت جوانان و خانواده، با شعار «دوستی با خدا» پخش می‌کند.
	Noor TV نور تی وی				این شبکه برنامه‌هایی برای تبلیغ تفکر اهل سنت پخش می‌کند. برنامه‌های این شبکه بیشتر گفتگومحور به صورت پرسش و پاسخ است.
	Nejat TV نجات تی وی		ارمنستان	۱۳۸۸	این شبکه که مبلغ مذهب مسیحیت است مانند شبکه sat 7 برنامه پخش می‌کند.
	Slam TV 2 سلام تی وی تو	شیخ محمد هدایتی		۱۳۸۸	این شبکه مبلغ مذهب شیعه و مانند شبکه «امام حسین <small>علیه السلام</small> » است.
	Sat 7 Pars ست سون پارس				این شبکه با رویکرد مسیحی معمولاً نوعی ادبیات رمانتیک برای دعوت به خداپرستی دارد. اکثر برنامه‌های این شبکه را برنامه‌های گفتگومحور (تاک شوها) تشکیل می‌دهند. برنامه‌های این شبکه بیشتر درباره تعلیم دین مسیحیت، موزیک‌های مسیحی، نمایش‌های میان برنامه‌ها و کارتون‌های مذهبی مسیحیان است.

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	Saamen TV ثامن تی وی		ایران	۱۳۸۸	این شبکه، مبلغ مذهب شیعه است و برنامه‌های آن هر روز از ساعت ۲۰ به وقت تهران پخش می‌شود. شعار و محوریت شبکه ثامن «مهر و دانش» است و جمعی از هنرمندان و متخصصان علوم دینی به صورت مردم‌نهاد آن را مدیریت می‌کنند. این شبکه از انگلستان تا مرزهای هندوستان یعنی کل اروپا، خاورمیانه و شمال آفریقا را پوشش می‌دهد. برنامه‌های آن به زبان فارسی و انگلیسی است و در شبانه روز یک ساعت هم به زبان فارسی دری برای فارسی زبانان افغانستان و تاجیکستان برنامه دارد. طبق اظهار مدیران این شبکه، سیاست‌های این شبکه کاملاً منطبق بر سیاست‌های کلی جمهوری اسلامی ایران و از اعضای اتحادیه رادیو تلویزیون های اسلامی نیز است. محوریت برنامه‌های این شبکه موضوعات «اخلاق و تربیت»، «مباحث معارفی»، «ادیان و گفت‌وگو بین ادیان» و همچنین «مباحث اجتماعی» است.
	Seven سون			۱۳۹۰	
	Velayat TV ولایت تی وی	شیخ محمد قزوینی		۱۳۸۹	این شبکه، مبلغ مذهب شیعه است. تمرکز اصلی این شبکه بر مسلمانان شیعه ایران است. طبق اظهار مسئولان، شبکه ولایت ۵۰ میلیون بیننده دارد و بر اثر فعالیت‌های آن هر هفته ۲۰-۳۰ نفر در قم حاضر و شیعه می‌شوند. هدف شبکه ولایت، نشر فرهنگ اهل بیت (علیهم‌السلام) و پاسخ‌گویی به شبهات در حوزه اسلام و تشیع عنوان شده است و مدعی است وارد مسائل سیاسی و جناحی نمی‌شود. طبق اظهار مسئولان شبکه ولایت، این شبکه مستقل، غیردولتی و غیرانتفاعی است که با رهنمود برخی از مراجع عظام تقلید و اساتید حوزه‌های علمیه و دانشگاه‌ها، برنامه‌های خود را ارائه می‌کند. محور برنامه‌های این شبکه موضوعات «تفسیر و علوم قرآنی»، «اخلاق در اسلام»، «خانه و خانواده» و «خبر» است و منطقه آمریکا، اروپا، آفریقا و شبه قاره هند را تحت پوشش دارد.

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	Wesal Farsi وصال فارسی	ابومننصر بلوچی	کویت	۱۳۹۰	این شبکه با حمایت وهابیون سعودی تأسیس شده است و به طور عمده به تبلیغ فرقه بهائیت می‌پردازد. هدف عمده تأسیس این شبکه تأثیرگذاری بر مناطق عرب‌زبان جنوب ایران، حمله به جمهوری اسلامی ایران و تخریب چهره‌های مذهبی و جذب هوادار برای فرقه بهائی است
	Zahra TV زهرا تی وی			۱۳۹۰	این شبکه به تبلیغ مذهب شیعه می‌پردازد.

۷. شبکه‌های ارو تیک

این شبکه‌ها عمدتاً به پخش فیلم‌های مستهجن مبادرت می‌ورزند.

۸. شبکه‌های تبلیغاتی و بازاریابی

این شبکه‌ها اقدام به معرفی محصولات خانگی، صوتی و تصویری، مشاغل سیاحتی، آرایشی و زیبایی، ورزشی و غذایی می‌کند. فعالیت این شبکه‌ها و تبلیغات محصولات و خدمات آن‌ها خسارت عمده‌ای به تولیدکنندگان داخلی و صاحبان مشاغل زده است. عمق فاجعه، زمانی درک می‌شود که بدانیم میلیاردها ریال بودجه خانواده‌ها به جای هدایت به سمت حمایت از تولیدکنندگان داخلی، صرف رونق بخشیدن به فعالیت‌های شرکت‌های خارجی و واردات کالاهایشان می‌شود. در حوزه آرایشی و بهداشتی، تبلیغ جراحی‌های پلاستیک برای کوچک کردن بینی و شکم یا بزرگ کردن سینه، باسن، لب، گونه و... منجر به بروز یک معضل فرهنگی و اجتماعی بین جوانان جامعه شده است؛ به طوری که ایران، رتبه اول جهان را در این‌گونه جراحی‌ها به خود اختصاص داده است.

از دیگر نکات حائز اهمیت این موضوع، آن است که دوبلورهای سرشناس ایرانی که آثار ماندگارشان در صداوسیما در اذهان زنده است، کار صداگذاری فارسی برنامه‌های این شبکه‌ها را به عهده دارند. اطلاعات مربوط به شبکه‌های تبلیغاتی و بازاریابی فارسی زبان در جدول زیر آمده است.



ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	Call Shop کال شاپ	حمید عابدی	انگلستان	۱۳۸۲	این شبکه با انتخاب کالاها و خدمات مورد نیاز عوام مردم و با استفاده از تلویزیون، خریداران را در جریان ویژگی‌های محصولات و خدمات خویش قرار می‌دهد.
	EZ Shop ای زد شاپ				شبکه‌ای تبلیغی - تجاری است.
	Iran tele Maket				شبکه‌ای تبلیغی - تجاری است.
	Me Shop می شاپ				شبکه‌ای تبلیغی - تجاری است.
	Persian TV Market		ارمنستان		این شبکه، تبلیغی - تجاری و هدف‌گذاری این شبکه بر روی بازار خرید ایرانیان است. شیوه خرید محصولات هم از طریق کارت‌های هوشمند است.
	Persian Shop پرشین شاپ			۱۳۹۰	شبکه‌ای تبلیغی - تجاری است.
	TAK TV تک تی وی		انگلستان		شبکه‌ای است تبلیغی که با هدف عرضه محصولات به طور مستقیم تأسیس شده است.
	Vista Shop- ping ویستا شاپینگ		امارات	۱۳۸۳	این شبکه، یک شبکه خرید تلویزیونی است.

۹. شبکه‌های افغانی

شبکه‌هایی هستند که از داخل افغانستان به زبان فارسی، برنامه پخش می‌کنند. بعضی از این شبکه‌ها با حمایت‌های

مالی و فنی ایران و با هدف کمک به بحث زبان فارسی و تشیع ایجاد شده است. این شبکه‌ها مخاطب ایرانی ندارند و اغلب افغانی‌های مقیم ایران، بیننده این شبکه‌ها هستند. اطلاعات مربوط به این شبکه‌ها در جدول زیر آمده است.

ردیف	نام شبکه	مدیر شبکه یا مالک	محل پخش	سال تاسیس	توضیحات
۱	Afghanistan TV افغانستان تی وی	احمدشاه افغانزی	افغانستان	۱۳۸۲	این شبکه اولین شبکه خصوصی افغانستان است که تمرکز پوشش آن روی اروپا، شمال آفریقا و خاورمیانه است.
۲	Ariana TV آریانا تی وی	احسان الله بیات	افغانستان	۱۳۸۴	این شبکه بزرگ‌ترین شبکه خصوصی افغانستان است که ۳۳ تا ۳۴ ولایت افغانستان را پوشش می‌دهد و مخاطب بالقوه آن ۲۰ میلیون است. تمرکز برنامه‌های این شبکه بر روی مسائل آموزشی، بهداشتی، کودکان و زنان است.
۳	Ariana Af-ghanistan آریانا افغانستان	نبیل غمین مسکین یار	آمریکا	۱۳۶۸	اروپا و آمریکا به اضافه افغانستان به منظور پوشش رسانه‌ای کلیه افغان‌ها و تبدیل شدن به منبع اولیه کسب خبر افغان‌هاست. این شبکه منادی تغییر نگرش جهانیان به افغانستان به عنوان یک کشور نجات یافته و نه قربانی است.
۴	Arezu TV آرزو تی وی	کمال نبی‌زاده و افغان الکوزی	افغانستان	۱۳۸۶	سیاست کلی این شبکه، افزایش پوشش در اروپا و آمریکا به اضافه افغانستان به منظور پوشش رسانه‌ای کلیه افغان‌ها و تبدیل شدن به منبع اولیه کسب خبر افغان‌ها است. این شبکه، منادی تغییر نگرش جهانیان به افغانستان به عنوان یک کشور نجات یافته و نه قربانی است.

ردیف	نام شبکه	مالک یا مدیر شبکه	محل پخش	سال تأسیس	توضیحات
	Noorin TV نورین تی وی		افغانستان	۹۰۶۸	این شبکه اولین تلویزیون خصوصی شهر مزار شریف است. برنامه‌های این تلویزیون سیاسی، فرهنگی، آموزشی و سرگرم کننده است. اخبار این شبکه به سه زبان فارسی دری، پشتو و انگلیسی منتشر می‌شود.
	Payam TV پیام تی وی		افغانستان		این شبکه ابتدا در افغانستان در سال ۲۰۰۷ میلادی با هدف رشد اقتصادی افغانستان برای ارائه خدمات مربوط به کسب و کار تأسیس شد که ۳۴ استان افغانستان را تحت پوشش خود داشت. در سال ۱۳۹۰ نیز برنامه‌های گوناگون فارسی برای کودکان، خانواده‌ها، جوانان و نیز اخبار پخش می‌کند.
	Payam-e-Afghan پیام افغان	عمر خطیب	آمریکا	۱۳۸۶	خط مشی این شبکه پوشش اخبار، موسیقی و برنامه‌های سرگرمی است. استودیوهای این شبکه در آمریکا و آلمان مستقرند.
	Rah-e-Farda TV راه فردا تی وی	محقق	افغانستان	۱۳۸۶	این شبکه یک شبکه تلویزیون خصوصی است که در چارچوب قانون اساسی این کشور عمل می‌کند. حوزه‌های برنامه‌سازی این تلویزیون شامل اقتصادی، سیاسی، آموزشی، فرهنگی و اجتماعی است. این شبکه، رادیویی نیز به همین نام دارد.
	RTAAfghanistan آر تی آ افغانستان	رادیو تلویزیون افغانستان	افغانستان	۱۳۵۷	این شبکه، تنها رسانه دولتی افغانستان است. مدیر آن را وزیر فرهنگ افغانستان انتخاب می‌کند و مواضع رسمی دولت افغانستان از سوی این شبکه اعلام می‌شود.

مروجان عمده سبک زندگی غربی

از میان شبکه‌های فارسی زبان متنوع که یاد شد، برخی شبکه‌ها مخاطب و تأثیرگذاری بیشتری بر سبک زندگی ایرانیان دارند. مهم‌ترین ضدارزش‌هایی که در این شبکه‌ها برای تغییر سبک زندگی ایرانی و تبلیغ شیوه زندگی غربی به چشم می‌خورد عبارتند از:^۱

خدشه‌دار کردن امور مقدس و خدشه‌ناپذیر؛

محور قراردادن برهنگی زنان و شهوت‌گرایی مردان و فروکاست رابطه زن و مرد به لذت جنسی؛

القای ناامیدی از آینده بشریت و ایجاد یأس از روند تاریخ و حرکت جوامع بشری؛

ایجاد ترس و وحشت در بیننده بر اثر تماشای صحنه‌های هولناک با بهره‌گیری از تغییر نور و رنگ تصاویر و پخش آهنگ‌های هیجان‌آور برای تحریک اعصاب برای سلب اراده و استحکام روانی از او؛

توجیه خشونت‌های وحشیانه به مثابه راه حل نهایی برای رفع اختلافات میان آدمیان حتی در قالب فیلم‌های کاتونی؛

عادی نشان دادن توطئه‌های رنگارنگ، فتنه‌گری‌ها، کلاهبرداری‌ها و رذایل اخلاقی و در نتیجه ایجاد سوء ظن در بیننده به دیگران؛

القای برتری نژاد یهود بر دیگران و تحریک ملت‌ها علیه یکدیگر؛

القای برتری غربی‌ها در برابر شرقی‌ها و ترویج انسان‌محوری به جای خدامحوری؛

مقاعد کردن زنان به رسیدگی بیشتر به تن و ظاهر خود

۱. مهرانگیز شجاع کاظمی و جاوید مؤمنی، آسیب‌های اجتماعی نوپدید، تهران، آوای نور، ۱۳۹۱، ص ۳۷؛ علی نهایندی و مهدی رشکیانی، بررسی و تحلیل اثرگذاری سریال‌های شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان بر خانواده، علوم اجتماعی، رسانه و خانواده، زمستان ۱۳۹۰، ش ۱، ص ۹۳-۷۴.

برای جلب توجه مردان؛

برجسته کردن جذابیت؛

بیشتر لذت بردن از جنس مخالف؛

زیر سؤال بردن ازدواج و ایجاد تردید درباره اهمیت و ارزش آن؛

نظریه‌پردازی، طرح سؤال و ایجاد شبهه و تردید مکرر درباره دیدگاه‌های افراد مخالف بی‌بندوباری و پای‌بند به زندگی مشترک و در مقابل، ارائه دیدگاه‌ها و پاسخ به سؤال‌های شبهه‌افکنانه برای اقناع مخاطب درباره تغییر زمانه و تلاش برای گذر از زندگی‌های سنتی؛

ترغیب دختران و پسران جوان به داشتن روابط متهورانه؛

نمایش مکرر شراب‌نوشی و مزخرف‌گویی‌های هنگام مستی؛

بیان راه‌های دوست شدن با جنس مخالف و نیز ظرافت‌ها و مشکلات و مسائل مربوط به دوستی با جنس مخالف؛
نمایش روابط خارج از چارچوب‌های اخلاقی؛
ابراز علاقه‌های شهوانی و اغواکننده؛

بی‌وفایی زنان و مردان متأهل به همسران خود، گاه با نیت انتقام‌گیری از همسر به علت بی‌وفایی او؛

گفتگوهای جنسی و توصیه به خیانت و بی‌وفایی؛

روابط نامتوازن بین افراد دارای اختلاف سنی بسیار زیاد؛
ساختار شکنی‌هایی در روابط دو جنس با اهمیت ویژه به لذت جویی.

در ادامه به ماهیت، تاریخچه و محتوای این شبکه‌ها به صورت مختصر اشاره می‌شود.^۲

پی‌ام‌سی (PMC)

سال ۲۰۰۳، زمانی که شبکه‌های ماهواره‌ای در تسخیر

۲. مطالب ذیل عمدتاً از آدرس زیر اقتباس شده است: <http://www.entekhab.ir/fa/news/133904>



افرادی مانند امیر قاسمی و شبخیز بودند، یک شبکه ۲۴ ساعته موسیقی خیلی بی‌سر و صدا پا به عرصه رقابت گذاشت. پیش از این، روال برنامه چنین بود که مجری‌های شبکه‌هایی مانند تپیش و پن، ساعت‌ها کنار مهمانان‌شان بنشینند، از هر دری حرف بزنند، خاطره بگویند، بینندگان با آن‌ها تماس تلفنی بگیرند و صحبت‌های آن‌ها به صورت زنده روی «ایر» برود. در این میان گاهی هم کلیپ‌های بی‌کیفیت موسیقی پخش می‌شد و بقیه ساعت روز نیز همان برنامه‌ها تکرار می‌شد؛ اما شبکه پی‌ام‌سی بدون استفاده از مجری با الگوبرداری از شبکه‌های معروفی مانند MTV برنامه‌های خود را به پخش کلیپ‌های داخلی و کلیپ‌های روز خارجی اختصاص داد. تا پیش از تأسیس این شبکه، نمایش شکل‌هایی خاص از پوشش و برخی صحنه‌ها تابویی بزرگ به حساب می‌آمد که در کلیپ‌های ایرانی وجود نداشت و کلیپ‌های خارجی هم تقریباً از شبکه‌های فارسی زبان پخش نمی‌شد؛ اما این شبکه با نمایش کلیپ‌های خارجی، قبح‌شکنی را آغاز کرد و پس از مدتی کلیپ‌های ایرانی حتی از نمونه‌های خارجی نیز سبقت گرفتند! از مهرداد اسماعیلی‌کیا با عنوان مدیر شبکه PMC نام برده می‌شود که یکی از ثروتمندان مقیم دوبی محسوب می‌شود. او شرکتی را به نام KIAMAX افتتاح کرد و همچنین در پروژه‌هایی از

قبیل مجله PMC Magazine، مجله T3، مؤسسه مالی ضامن، آژانس هواپیمایی کلاب پرشیا، محصولات آرایشی Qmax، کنسرت‌های PMCEvent و همچنین مجله گلچین سرمایه‌گذاری کرده است. کیا مکس حدود چهار سال پیش شبکه‌ای جدید به نام «لایو کازینو» را روی ماهواره هاتبرد افتتاح کرد که قرار بود اولین قمارخانه تلویزیونی ایرانی (!) باشد؛ اما پس از گذشت حدود یک ماه از فعالیتش به دلایل نامعلومی به کار خود پایان داد. مدیریت این شبکه، چراغ خاموش حرکت می‌کند و به همین دلیل شایعات زیادی درباره وابستگی‌های او به داخل کشور مطرح می‌شود. برنامه‌های این شبکه در ایام سوگواری قطع می‌شود، کلیپ‌های دارای مضامین سیاسی، اجازه پخش از این شبکه را ندارند، معمولاً رنگ پارازیت را به خود نمی‌بینند. سال‌ها این شبکه فقط در محدوده ایران پخش می‌شد و ایرانیان ساکن اروپا و آمریکا از وجود چنین شبکه‌ای بی‌خبر بودند! با وجود این، شبکه PMC که مرکز آن ابتدا در هلند بود و سپس به دوبی نقل مکان کرد، نسبت به سایر شبکه‌ها همچنان حرفه‌ای محسوب می‌شود.

این شبکه هم با خوانندگان به اصطلاح زیرزمینی ایران ارتباط دارد و هم به عنوان یکی از شریک‌های تجاری مؤسسه آونگ که در لس‌آنجلس واقع شده با خوانندگان لس‌آنجلسی کار می‌کند و در واقع نبض موسیقی غیررسمی داخل و خارج از کشور در دستان این شبکه قرار گرفته است. یکی از نکته‌های حل‌ناشدنی دیگر درباره پی‌ام‌سی آن است که هر زمان یک خواننده زیرزمینی داخل ایران تصمیم می‌گیرد مجوز دریافت کند و سلسله مراتب و روند طولانی اخذ مجوز را تا انتها طی می‌کند، ناگهان این شبکه یک کلیپ از این خوانندگان پخش می‌کند و سیر اخذ مجوز آن‌ها به تعویق می‌افتد!

بی‌بی‌سی فارسی

شبکه بی‌بی‌سی فارسی در دی ۸۷ راه‌اندازی شد. سه سال پیش از آغاز به کار این شبکه، وزیر وقت خزانه‌داری یا دارایی انگلستان راه‌اندازی این شبکه را اعلام کرد. گوردون براون (که در آن زمان وزیر دارایی بود و سپس سه سال در مقام نخست‌وزیری انگلیسی هم فعالیت کرد) در پاییز سال ۲۰۰۶ میلادی اعلام کرد که بودجه‌ای معادل ۱۵ میلیون لیره استرلینگ، نزدیک به ۲۲ میلیون دلار در سال، برای راه‌اندازی بخش فارسی تلویزیون بی‌بی‌سی اختصاص داده است.

در پی گذشت نزدیک سه سال از ارائه طرح تأسیس تلویزیون فارسی زبان بی‌بی‌سی و پس از ماه‌ها آموزش و آزمون برای جذب نیرو از رسانه‌های ایرانی، سرانجام پنج بعدازظهر چهارشنبه، ۲۵ دی ۱۳۸۷، این تلویزیون، کار خود را آغاز کرد. این شبکه تلاش کرده بود، هر چه دیگر شبکه‌های ماهواره‌ای سیاسی در خود نداشتند یک جا جمع کند. استفاده از مجریان و خبرنگاران خوش سیما، جوان و حرفه‌ای که برخی از آن‌ها هم از داخل کشور به آن شبکه رفته بودند، موجب شد تا مدیران این شبکه تمامی اهداف سیاسی خود را در ظاهری جذاب ادامه دهند.

در این شبکه، قرار نیست خط فکری سیاسی بنیان‌گذاران شبکه مذکور به صورت مستقیم بیان شود و این بار سنگین به

عده مهمانان به ظاهر موجه برنامه‌های خبری و سایر برنامه‌های به ظاهر فرهنگی و مستند این شبکه است تا بی‌بی‌سی فارسی هیچ‌گونه جهت‌گیری مستقیم نداشته باشد. شبکه مذکور تلاش کرده از نقاط ضعف شبکه‌هایی مانند VOA استفاده کند و در حد ممکن، خود را به مردم ایران نزدیک نشان می‌دهد.

برنامه‌های چند ساعته برای مناسبت‌های مختلف، نمایش فیلم‌های مستندسازان داخل کشور، اشراف نسبی به موضوعات اجتماعی روز مردم (به علت استفاده از نیروهای جوان و روزآمد) و همچنین همه‌های زیرکانه این شبکه به رقیب دیرینه‌اش یعنی آمریکا در قالب خبرها و گزارش‌ها چهره‌ای جذاب‌تر برای مخاطبان ارائه می‌کند. بی‌بی‌سی فارسی کوچک‌ترین اتفاقات روز کشور را در کمترین لحظه پوشش می‌دهد و با توجه به اتفاقات روز، ساعت پخش و ویژه برنامه‌های خویش را تغییر می‌دهد تا مخاطبان بیشتری را جذب کند.

همچنین این شبکه که معروف به بنگاه سخن‌پراکنی انگلستان است، تمام هدفش نمایش یک تمدن بزرگ و پایدار از بریتانیاست تا در ذهن‌ها این ذهنیت به وجود آید که خورشید عزت بریتانیا هیچ‌گاه غروب نمی‌کند؛ برای مثال این شبکه در بهار سال ۹۰ با قطع بخش برنامه‌های عمومی خود ۶ ساعت به پخش زنده مراسم عروسی نوه ملکه انگلستان پرداخت. شایان ذکر است رادیو بی‌بی‌سی فارسی از ۷۰ سال پیش قدمت دارد و یکی از عوامل اصلی و سرنوشت‌ساز کودتای ۲۸ مرداد بود.

صدای آمریکا (Voice of America/VOA)

صدای آمریکا یکی از قدیمی‌ترین شبکه‌های سیاسی فارسی زبان محسوب می‌شود که بخش فارسی آن از سال ۷۵ آغاز به کار کرده و با وجود تلاش‌های بسیاری همچنان در محدوده مخاطبان سنتی خود محصور شده و در جذب سایر مخاطبان ناکام بوده است. این شبکه که گفته می‌شود با بودجه ۷۵ میلیون دلاری سنای آمریکا مشغول به کار است در چند سال اخیر با مشکلات درونی زیادی مواجه بوده و همین موضوع سبب شده تا ریزش شدیدی در مخاطبان‌ش احساس کند. صدای آمریکا در برنامه‌های خود همان ژست حداقلی بی‌طرفانه رقیبانش یعنی بی‌بی‌سی فارسی را نیز ندارد و نقش مخالفان (اپوزیسیون) سلطنت‌طلب را بازی می‌کند. معمولاً افراد مسن‌تر و یا تندروتر، مخاطبان این شبکه هستند.

حدود سه سال پیش، دعوای داخلی این شبکه به اوج خود رسید و بسیاری از مجریان و کارمندان این شبکه در اعتراض به سانسور، مشکلات مالی و تبعیض اخراج شدند. جمشید چالنگی یکی از این افراد بود که پس از سال‌ها فعالیت در برنامه تفسیر خبر کنار گذاشته شد و پس از این اتفاق در صفحه خودش در فیس بوک نوشت: «یکی از دلایل تعلیق و سپس اخراج من از VOA سؤال از مدیران این شبکه به علت کم کردن زمان برنامه و سپس گرفتن این برنامه از من بوده است. فضای حاکم بر شبکه صدای آمریکا آکنده از تبعیض و فساد اداری بود و من در یک جلسه که با مسئولان ارشد صدای آمریکا داشتم، این مورد را به آن‌ها گفتم.

سوء مدیریت در بخش فارسی صدای آمریکا سبب شده است تا وضعیت کنونی این شبکه مانند فضای حاکم بر ادارات شوروی سابق شود. مدیران سطوح بالای مدیریتی در صدای آمریکا به من قول دادند که به خاطر اظهارات من هیچ

انتقام‌جویی از من صورت نگیرد؛ اما مدیران بخش فارسی از جمله رامین عسگرد تحمل این انتقادهای را نداشتند. این شبکه نیز مانند بی‌بی‌سی فارسی، قدمت زیادی در بخش رادیو دارد؛ اما در بخش تصویری، قدمت آن به بعد از جنگ خلیج فارس بین عراق و آمریکا برمی‌گردد. شبکه مذکور در جهت جنگ نرم آمریکا علیه ایران آغاز شد و رسالت اصلی آن سفیدنمایی کامل وضع ایالات متحده و سیاه‌نمایی از وضع ایران است. VOA در جامعه داخل ایران زیاد تأثیرگذار نیست؛ اما تأثیر بسزایی در جامعه ایرانی خارج از کشور دارد.

من و تو

آبان ۸۹ شبکه‌ای آغاز به کار کرد که خیلی زود در جایگاه یکی از مهاجمان پر قدرت شبکه‌های ماهواره‌ای به ایران شناخته شد. در روزهای اولیه تأسیس من و تو این شبکه در حالی که اکثر ساعت کنداکتور برنامه‌هایش خالی بود با راه‌اندازی آکادمی موسیقی راه یک ساله را در عرض یک ماه طی کرد و توانست مخاطبان زیادی را به سمت خود جذب کند. در ابتدا حساسیت‌ها روی این شبکه آنچنان نبود؛ اما پس از آکادمی و شروع برنامه‌های تازه این شبکه خط فکری آن مشخص شد. شبکه من و تو که دقیقاً از همان اصول و ترفندهای حرفه‌ای بی‌بی‌سی فارسی استفاده می‌کند با مطالعه روی خلأهای برنامه‌سازی در داخل کشور نیروی خود را بر پوشش این حفره‌ها قرار داده است.

این شبکه تلویزیونی در ۲۸ اکتبر ۲۰۱۰ در لندن به وسیله کیوان و مرجان عباسی که زن و شوهرند راه‌اندازی شد. کیوان عباسی فرزند دوم فریبرز عباسی است که مالکیت و مدیریت تلویزیون پارس در آمریکا و شبکه غیر اخلاقی Hostlertv در کانادا را بر عهده داشت.

manoto

1

manoto

2

به خاندان پهلوی (اکثر مدیران این شبکه بهایی هستند) و با استفاده از شخصیت مؤثر گوگوش (فائقه آتشین) راه‌اندازی شد. این شبکه در ابتدای کارش سر و صدای زیادی به پا کرد و توانست علاقه‌مندان زیادی را جذب کند. مهم‌ترین دلیل موفقیت آن هم پخش مستندهایی جذاب بر مبنای علم غربی و با نگاه پوزیتیویسمی بود. مبنای مستندهای این فیلم برگرفته از تفکرات داروین و لامارک است.

من و تو انرژی خود را روی برنامه‌های اینترنتیمنت و سرگرمی‌گذاشت و به صورت مکمل شبکه بی‌بی‌سی فارسی درآمد. در برنامه‌های این شبکه از نشان دادن مستقیم روابط بی‌بند و بار و شکستن افراطی هنجارهای اجتماعی مانند شبکه‌های فارسی وان و جم خبری نیست و همه چیز در لایه‌های زیرین دنبال می‌شود. شبکه من و تو زیرکانه می‌کوشد اعتماد مخاطباننش را به صورت یک شبکه خانوادگی مفرح کسب کند. در هیچ کدام از برنامه‌های این شبکه، سبک دیگر زندگی به صورت مستقیم تبلیغ نمی‌شود؛ اما برنامه‌هایی مانند بفرمایید شام، من و تو پلاس و آکادمی موسیقی و... نوعی دیگر از سبک

کیوان عباسی مدتی مدیریت شبکه سیاسی فارسی‌زبان آزادی را برعهده داشت که افرادی مانند رضا فاضلی و بهروز صوراسرافیل نیز در آن حضور داشتند. فاضلی و صوراسرافیل بعدها به دلیل اختلافاتی که بین کیوان عباسی و آن‌ها به وجود آمد، از این شبکه جدا شدند. شبکه آزادی بعد از مدتی به دلیل ضعف محتوا و پایین بودن کیفیت و جذب‌نشدن مخاطب تعطیل شد. بعد از مدتی، کیوان کارش را در فضای اینترنت شروع و شبکه «بین‌تی‌وی» را راه‌اندازی کرد. این شبکه که فقط از طریق اینترنت قابل رؤیت بود با همکاری رها اعتمادی (بنی‌اعتماد)، تیام بصیر و تعدادی چند از دوستان آن‌ها تا مدتی فعالیت داشت و توانست مخاطب خاصش را جذب کند؛ اما به دلایل مختلف، این کار نیز به سرانجام نرسید و بعد از مدتی بین‌تی‌وی نیز تعطیل شد. چند سال بعد او شبکه من و تو را که گفته می‌شود با بودجه‌ای در حدود ۴۰ میلیون دلار - که از سوی دولت انگلیس تأمین می‌شد - راه‌اندازی کرد.

این شبکه را سرمایه‌داران ایرانی مقیم لندن و وابسته

زندگی و در تعارض کامل با آن چیزی که در رسانه‌های رسمی ما عرضه می‌شود، تبلیغ می‌شود.

موسیقی پاپ، سینمای روز، مجری‌های جوان و خوش لباس، نمایش جاذبه‌های زندگی مدرن و غربی و نمایش هدفدار از نوستالژی‌های دهه ۵۰ مهمات این شبکه برای تأثیرگذاری بر طبقه متوسط هستند؛ اما نکته جالب بال و پر گرفتن تدریجی برنامه‌های سیاسی از اتاق خبر گرفته تا تک برنامه‌های مرتبط با تاریخ سیاسی و اقتصاد سیاسی است. اتاق خبر من و تو به صورت تدریجی از سایه بیرون آمد و با خط فکری خاص و نیم‌نگاهی به سلطنت‌طلبان جهت‌گیری خودش را نشان داد.

در مستندهای تاریخی، این شبکه نیز با چشم‌پوشی بر بخش‌های عمده‌ای از واقعیت‌ها، تصویری دلخواه از مدیران سلطنت‌طلب این شبکه از روایت‌های تاریخی را به نمایش گذاشت. این شبکه، سلسله مصاحبه‌هایی با خوانندگان مطرح لس‌آنجلسی هم انجام داد و محور تمامی این گفتگوها مضامین سیاسی و زندگی در به اصطلاح تبعید بود.

فارسی وان (farsi)

در زمانی که شبکه‌های ماهواره‌ای، تمام تمرکزشان را بر پخش برنامه‌های سیاسی و موسیقی گذاشته بودند، ناگهان شبکه‌ای از راه رسید که تصمیم گرفت خلاً وجود فیلم و سریال در شبکه‌های ماهواره‌ای را پر کند. تا پیش از این شبکه ام‌بی‌سی پرشیا با پخش فیلم با زیرنویس فارسی، بخشی از این مخاطبان را از آن خودش کرده بود؛ اما فارسی‌وان با تمرکز بر صداگذاری فارسی سریال‌ها و فیلم‌ها، مخاطبان زیادی را به سمت خود روانه ساخت. این شبکه اما بر خلاف ام‌بی‌سی پرشیا پخش سریال‌های درجه ۲ و ۳ را در دستور کارش قرار داد و ساختار شکنی در زمینه روابط اجتماعی، شاه‌بیت تمامی

برنامه‌های این شبکه بود.

این شبکه هر چه جلوتر رفت، نمایش سریال‌ها با محتوای عشق‌های مثلثی و مربعی، روابط زنان و مردان متأهل و فرزندان نامشروع در آن پررنگ و پررنگ‌تر شد. صداگذاری فارسی در این شبکه، ابتدا بسیار ضعیف بود و در افغانستان انجام می‌شد؛ اما پس از مدتی بر مهارت دوبلورهای آن نیز افزوده شد. گفته می‌شود پس از انتقادهایی که به صداگذاری فارسی شبکه مذکور وارد شد، شبکه ماهواره‌ای جم، اقدام به صداگذاری فارسی فیلم‌های این شبکه کرد که پس از بروز اختلافات شدید بین مدیران جم و فارسی‌وان این همکاری قطع شد. فارسی‌وان حاصل سرمایه‌گذاری مشترک گروه موبی و شرکت نیوز کورپوریشن است.

گروه موبی در سال ۲۰۰۲ به وسیله سعد محسنی، استرالیایی افغان‌تبار و خواهر و دو برادرش تأسیس شد. شرکت نیوز کورپوریشن متعلق به فردی به نام روبرت مرداک - امپراتور رسانه‌ای - است که چهارمین مرد ثروتمند آسیاست. روبرت مرداک دارای ۶۰ شبکه تلویزیونی به ۱۳ زبان مختلف است که روزانه حداقل ۳۰۰ میلیون مخاطب را به خود جلب می‌کند. همین‌طور مسئولیت ۱۰۰ روزنامه و مجله معتبر، همچون دیلی تلگراف، وال استریت ژورنال، تایمز، ساندى تایمز، نیویورک پست و نیز شبکه‌های خبری معروفی همچون فاکس، فاکس نیوز، اسکای نیوز و وب‌گاه‌هایی همچون «مای اسپیس» بر عهده این فرد است. ۱۰ میلیون دلار، رقمی است که گفته می‌شود برای راه‌اندازی این شبکه هزینه شده است.

شبکه فارسی وان بسیار پیچیده عمل می‌کند. در ظاهر هیچ نشانی از مخالفت با آموزه‌های ارزشی و دینی نشان نمی‌دهد و حتی برای مناسبت‌های خاص مذهبی هم پیام

فارسه 1

همسایه‌ها: این سریال، ماجرای یک پسر فقیر است که بر اساس مبانی اقتصاد مרקانتیلیستی (هوچی‌گری مالی) یک شبه ثروتمند شده و در بالای شهر ساکن شده است. وی بعدها عاشق دختری می‌شود که نامزد دارد و بعد از ۱۸۰ قسمت سریال بالاخره به هم می‌رسند؛ اما در این ۱۸۰ قسمت داستان‌های حاشیه‌ای نیز وجود دارد که چهار موضوع بالا را نیز شامل می‌شود.

در جستجوی پدر: سریال دیگری است که در آن فرزندان نامشروع و حاملگی ناهنگام دختران جوان و به صورت ناگهانی، زندگی مثلثی و خیانت‌های خانوادگی و حتی تلاش برای انجام زنای محصنه موج می‌زند.

افسانه افسونگر: سریالی کره‌ای است حول سه محور زندگی مثلثی، عشق‌های هوسناک و مسأله سوم که خیلی در آن موج می‌زند، جایگاه سخیفی است که برای زنان در نظر گرفته شده و به زن به منزله یک موجود درجه دوم نگاه می‌شود.

سفری دیگر: سریالی التقاطی که از ترکیب مبانی مرگ و معاد انسان در بودیسم (حلول) و تفکر اومانیسم گرفته شده و عشق‌های مثلثی، سکس مخفی و زنای محصنه در آن موج می‌زند.

آشنایی با مادر: سریال دیگری است که در آن عشق، جای خود را به هوس داده و طنز سکسی محتوای این سریال را تشکیل می‌دهد.

عروسک پارچه‌ای: سریالی است از کشور ترکیه و مثلاً برای کودکان پخش می‌شد. این سریال ترکیه‌ای داستان یک عروسک سحرآمیز است که عاشق پدر یک خواهر و برادر می‌شود و صبح‌ها آدم و شب‌ها عروسکی برای بازی این خواهر و برادر است. در این سریال آدم‌های خوب اسم‌های غربی دارند و آدم‌های بد، اسم‌های اسلامی. در این سریال، رابطه سکس

تبریک و تسلیت می‌دهد؛ اما سریال‌های نشان داده شده در این شبکه، چیز دیگری را نشان می‌دهد. سینا ولی الله یکی از تهیه‌کنندگان و مدیران اصلی فارسی وان است. در کنار او سارا رهبری، معتمد مرداک و مسئول خرید سریال و هماهنگی برای صداگذاری فارسی در شبکه فارسی وان مشغول به کار است. این شبکه که بسیار مورد استقبال زنان فارسی زبان قرار گرفته، سمی مهلک در جامعه ایرانی است.

شبکه فارسی وان از بین ۱۳ سریالی که در طول روز پخش می‌کند، همیشه دو یا سه سریال کره‌ای دارد. ده سریال دیگرش از تلویزیون ترکیه، سینمای هالیوود، شبکه‌های برزیل همچون TELLMONDOW و دیگر شبکه‌های آمریکایی انتخاب می‌شود. برنامه‌های این رسانه، حول سه محور زیر عمل می‌کنند و موضوعات آن‌ها عبارتند از:

۱. سبک زندگی غربی؛
 ۲. خیانت‌های جنسی؛
 ۳. عشق‌های مثلثی؛
 ۴. رابطه ضعیف بین پدر و مادر با فرزندان.
- برخی از سریال‌های پربیننده‌ای که تا به حال از این شبکه پخش شده عبارتند از:

بین کودکان ترویج می‌شود.

اوالونا: سریالی که در آن خانواده نامشروع و داشتن فرزند نامشروع، مشروع است. همه در تلاشند تا به هر قیمتی ثروت بیشتری داشته باشند. عشق‌های مثلثی نیز در آن موج می‌زند.
ماهی تنگ بلور: سریالی کراهی و محتوایش همانند «افسانه افسونگر» است.

رازهای پنهان: سریالی است که در آن خیانتکاران، قهرمانان فیلم و زندگی‌ها مثلثی است.

همسران: سریالی است که در آن دو داستان در کنار هم در حال پیشروی است. یک داستان درباره تولد فرزندان به روش شبیه‌سازی و بر مبنای نظریه داروین است. داستان دیگر آن درباره همین فرزندی است که بزرگ شده و بعدها در سفری به مراکش عاشق دختری عرب و مسلمان می‌شود و آن‌گاه در یک فعل و انفعال عشق مثلثی شکل می‌گیرد و اسلام به پسر آمریکایی معرفی می‌شود. این پسر آمریکایی و دختر مراکشی در حالی به هم می‌رسند که پدر دختر مراکشی با ازدواج این دو مخالفت می‌کند و بعد از ۱۲ سال این دو یک بار دیگر به هم می‌رسند؛ در حالی که هر دو نفر ازدواج کرده و خانواده دارند. بعدها با خیانت به همسران فعلی خود و در حالی که فرزند دارند، دوباره به هم می‌رسند. آن‌ها این بار با خیانت به همسرانشان هم‌بستر می‌شوند و به اوج عشق خود (سکس در اتاق خواب) می‌رسند.

کارتل: این سریال درباره زندگی پسران آمریکایی و ارائه الگوی نامناسب به پسران امروزی است.

چ

شبکه جم در سال ۸۶ فعالیتش را با تمرکز بر موسیقی و کلیپ آغاز کرد و رقیب اصلی شبکه پی‌ام‌سی شد؛ اما پس از مدتی سبک

کاری خود را به سرگرمی و سپس سریال تغییر داد. سعید کریمیان، مؤسس و مدیر اصلی شبکه جم است. او در سال ۷۷ در رادیو صدای ایران در لس‌آنجلس شروع به کار کرد و به این ترتیب اولین فعالیت رسانه‌ای وی رقم خورد.

او پس از حدود دو سال فعالیت در این رادیو از آنجا نقل مکان کرد و چند سالی را در شبکه‌های مختلف لس‌آنجلسی سپری کرد. پس از آن برادران کریمیان تصمیم گرفتند برای تجارت به دویب نقل مکان کنند و از این طریق روابط زیادی با افراد درون کشور پیدا کردند. سعید کریمیان با ارتباطات داخلی خود، سهامدار اصلی سه شرکت بزرگ در تهران به نام‌های آپولونیا کالج، دبلو آپی و گروه طلایی آسیا شد و از آن‌ها شعبه‌هایی در کشورهای دیگر تأسیس کرد. همه این عوامل دست به دست هم داد تا وی این شبکه را از سال ۲۰۰۶ میلادی با شعار «جم همه شما را دوست دارد» راه‌اندازی کند و به عنوان یکی از شبکه‌های تلویزیونی «گروه موسیقی و سرگرمی عمومی» (General Entertainment and Music Group) با محتوای برنامه‌هایی نظیر فیلم‌های سینمایی، مجموعه‌ها و سریال‌های تلویزیونی، مستندهای تلویزیونی، برنامه‌های آموزشی



و سایر برنامه‌های سرگرم‌کننده جهان فعالیت خود را آغاز کرد. «گروه موسیقی و سرگرمی عمومی» دفاتری در شهرهای دوی، لندن، کوالالامپور و لس‌آنجلس دارد و عمده فعالیت خود را بر تغییر سبک زندگی ایرانی‌ها قرار داد. در واقع شبکه من و تو نسخه بزرگ‌تر و حرفه‌ای‌تر از این شبکه است. شبکه جم جزو اولین شبکه‌های ماهواره‌های بود که اساس کارش را بر سبک زندگی گذاشت. با روی کار آمدن شبکه فارسی وان، رابطه این شبکه با جم نیز بسیار مساعد شد. سارا رهبری، مهره کلیدی فارسی وان به صورت همزمان در شبکه جم نیز مشغول به کار شد و حتی گفته می‌شود مرداک نیز بخشی از سهام جم را خرید. در عوض، مدیر این شبکه به نیروهای فارسی وان قول داده بود که با ارتباطاتش امکان تردد آن‌ها به داخل کشور را فراهم کند.

این شبکه پس از چند سال فعالیت در زمینه موسیقی و سرگرمی، کانال دیگری برای پخش سریال راه‌اندازی کرد که بر خلاف فارسی وان که از فیلم‌های آمریکای لاتین استفاده می‌کرد، پخش فیلم‌های ترکیه‌ای را در دستور کار قرار داد. عشق ممنوع، ازل، عشق و جزا، حریم سلطان، عمر گل لاله و... از جمله سریال‌هایی بودند که مخاطبان بی‌شماری را جذب کردند و نام شبکه «جم مووی» را بر سر زبان‌ها انداخت. همه این اتفاقات سبب شد تا شبکه جم ناگهان رشد کند و تعداد شبکه‌هایش را به ۱۰ شبکه افزایش داد؛ اما مدتی بعد با بروز اختلافات شدید میان سارا رهبری و سعید کریمیان همه چیز نقش بر آب شد. سارا رهبری از شبکه جم بیرون آمد و با این اتفاق، تعداد کانال‌های این شبکه و کیفیت برنامه‌های آن نیز کاهش چشم‌گیری پیدا کرد.

مدیر شبکه جم از آن دسته افرادی بود که تلاش می‌کرد، چراغ خاموش حرکت کند؛ اما در یکی، دو سال اخیر، افشاگری‌های زیادی در صفحه فیس‌بوک این فرد و مدیران شبکه فارسی‌وان به وجود آمد و باعث شد تا سویه‌های دیگری از هویت این افراد

آشکار شود.

این شبکه یکی از شبکه‌های تلویزیونی «گروه موسیقی و سرگرمی عمومی» است. محتوای برنامه‌های این شبکه تلویزیونی را «فیلم‌های سینمایی»، «مجموعه‌ها و سریال‌های تلویزیونی»، «مستندهای تلویزیونی»، «برنامه‌های آموزشی» و سایر برنامه‌های سرگرم‌کننده جهان تشکیل می‌دادند. برنامه‌های تلویزیون جم با زیرنویس و یا صداگذاری فارسی پخش می‌شدند.

اما طی اتفاقاتی مبهم در تاریخ ۱۳ ژانویه ۲۰۱۳ (۲۴ دی ۱۳۹۱) پخش شبکه به صورت غیرمنتظره‌ای قطع شد و از این تاریخ به بعد مباحث ضد و نقیض در رابطه با چرایی قطع شبکه به وجود آمد و حتی شبکه جم نیز در پایگاه‌های اطلاع‌رسانی خود دچار تناقض در اعلام مشکل شد و بعد از ۱۲ روز از تاریخ ۲۴ ژانویه (۵ بهمن ۱۳۹۱) این شبکه پخش خود را دوباره آغاز کرد.



درباره مدیر جم

سعید کریمیان متولد ۱۳۴۸ در شهر مرزی قائن به دنیا آمد. وی تا آغاز جنگ بین ایران و عراق، تحصیلاتش را تا دیپلم در همان شهر گذراند. از آنجایی که پدر وی یکی از اعضای گروهک مجاهدین خلق (منافقین) بود، در اواخر جنگ و نزدیک عملیات مرصاد، همراه خانواده‌اش به پادگان اشرف انتقال یافتند.

وی بعد از کشته شدن پدرش در عملیات مرصاد همراه مادرش در سال ۱۳۷۵ با حمایت‌ها و پشتیبانی عمومی درباری خود به سوئیس منتقل و به آنجا پناهنده شد. وی که در پادگان اشرف، آشنایی اجمالی با زبان‌های خارجه پیدا کرده بود، در رشته معماری دانشگاه بازل این کشور در مقطع کارشناسی به تحصیل ادامه داد. علیرضا کریمیان عمومی سعید که همسرش را از دست داده بود با زن برادر خود ازدواج کرد.

سعید کریمیان حدود دو سال در دانشگاه بازل مشغول تحصیل بود؛ اما چون با ازدواج مجدد مادرش مخالف بود با بی‌مهری عمومی مواجه شد و از طرفی نتوانست هزینه‌های سنگین زندگی و شهریه دانشگاه را تأمین کند. وی سرانجام مجبور به ترک تحصیل شد و در سال ۱۳۷۷ سراغ برادرش هادی کریمیان - که در لس آنجلس زندگی می‌کرد - رفت.

هادی کریمیان که در رادیو صدای ایران (اولین رادیوی ۲۴ ساعته فارسی زبان که به منظور مبارزه با نظام جمهوری اسلامی در آمریکا تأسیس شد) فعالیت داشت، به برادرش پیشنهاد کار داد. سابقه سیاسی خانواده کریمیان برای مسئولان رادیو صدای ایران ایده‌آل بود و به همین دلیل مطالب و مقالات سعید کریمیان مورد توجه گردانندگان این رادیو قرار گرفت.

بعد از یک سال و نه ماه فعالیت در رادیو صدای ایران و بهبود وضعیت اقتصادی سعید کریمیان، وی با «رؤیا رضایی» که از خانواده یکی از سران مجاهدین خلق طلاق گرفته بود ازدواج کرد. فعالیت در رادیو صدای ایران تا زمانی که تلویزیون‌های لس آنجلسی گسترش پیدا نکرده بود، برای هادی و سعید کریمیان شغلی مناسب بود؛ ولی رفته رفته با تأسیس و گسترش قارچ‌گونه تلویزیون‌های لس آنجلسی فارسی زبان بازار رادیوهای فارسی زبان رادیو صدای ایران تحت تأثیر قرار گرفت. از طرفی پیشنهاد مسئولان سیمای آزادی (تلویزیون ملی ایران و تلویزیون ۲۴ ساعته سازمان مجاهدین خلق ایران و شورای ملی مقاومت ایران) می‌توانست موقعیت خوبی برای وی به حساب آید.

او دوباره نمی‌خواست تجربه تلخ

پادگان اشرف را در لندن تجربه کند؛ اما مشکلات اساسی اقتصادی که هم او و هم برادرش با آن دست و پنجه نرم می‌کردند، آن‌ها را مجبور ساخت تا به لندن بروند و در سیمای آزادی مشغول به فعالیت شوند. سعید کریمیان که از اعضای مجاهدین خلق به حساب می‌آمد، توانست خیلی زود در اتاق فکر سیمای آزادی صاحب‌نظر شود و تفکراتش را به تلویزیون ملی ایران القا کند.

کاهش محبوبیت مجاهدین خلق حتی نزد سلطنت‌طلبان و مخالفان جمهوری اسلامی و اعتراض ایرانیان به این سازمان از طرفی و موقعیت خوب اقتصادی برادران کریمیان از طرف دیگر سبب شد تا سعید و هادی کریمیان بعد از ۳ سال و ۷ ماه فعالیت‌های گسترده در تلویزیون مجاهدین خلق تصمیم بگیرند از این تلویزیون جدا شوند. تجربه‌های کوتاه و تلخ همکاری در رسانه‌های مختلف سبب شد تا برادران کریمیان دیگر سراغ رسانه نروند و برای تجارت به دومی نقل مکان کنند. وی از این زمان به بعد، فعالیت‌های اقتصادی‌اش در داخل و خارج کشور را گسترش داد.

سعید کریمیان با ارتباطات داخلی خود، سهامدار اصلی سه شرکت بزرگ



در تهران به نام‌های آپولونیا کالج، دلیو آی پی، گروه طلائی آسیا است و با خرید اقامت کشورهای غربی برای تجار ایرانی به طور میانگین سالیانه میلیون‌ها دلار ارز از کشور خارج می‌کند و سؤال این است که چگونه مدیر شبکه غیر اخلاقی جم به سادگی به داخل کشور تردد دارد و دارای سه شرکت بزرگ است.



manoto

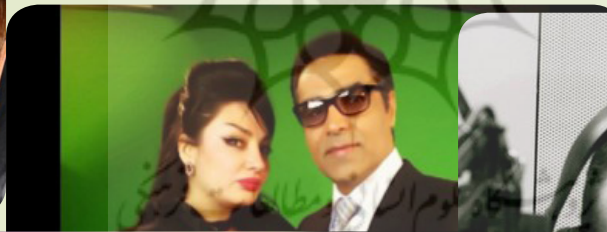


شبکه AAA

شبکه AAA یکی از نوظهورترین شبکه‌های ماهواره‌ای است که مدتی است با دو کانال AAA music و AAA family اقدام به فعالیت می‌کند. این شبکه دقیقاً رویه چند سال گذشته جم را می‌گذراند و با ایجاد دو شبکه در حوزه موسیقی و سریال اقدام به فعالیت می‌کند. درباره مدیران و گردانندگان این شبکه هنوز اطلاعات کاملی در دسترس نیست و گمانه‌زنی‌های زیادی درباره آن صورت گرفته است.

افراد بسیاری در اوایل کار این شبکه، آن را متعلق به مدیریت جم می‌دانستند و نکته جالب آنجا بود که شبکه AAA اعلام کرد در نظر دارد ادامه سریال عمر گل لاله که به صورت نیمه‌کاره از جم پخش شده بود را پخش کند! پس از آن بود که شبکه جم نسبت به این اقدام معترض شد و شواهد از مدیریت متفاوت این دو شبکه خبر داد. برخی هم این شبکه را وابسته به شرکت king records می‌دانند. این شرکت در حال حاضر، یکی از

رقیبان سرسخت شرکت آونگ قرار گرفته است و بسیاری از کلیپ‌های خوانندگان لس‌آنجلسی به وسیله آن ساخته می‌شود. رقابت این دو شرکت به حدی شده که کلیپ‌های ساخته شده به وسیله آونگ، تنها از شبکه پی‌ام‌سی پخش می‌شود و کلیپ‌های ساخته شده در کینگ رکوردز تنها به وسیله شبکه AAA music منتشر می‌شود.





مجموعه شبکه‌های مهاجر

(MITV, IRAN BEAUTY, IRAN MUSIC)

تأسیس شبکه MITV ۱۳۸۳ هجری شمسی مصادف با ۲۰۰۳ میلادی، تأسیس شبکه IRAN MUSIC در سال ۱۳۸۶ و تأسیس شبکه IRAN BEAUTY در سال ۱۳۸۷ بود. مکان شبکه در شهر «تری یل» آلمان است. اکثر برنامه‌های این شبکه‌ها در استودیوهای داخل ایران، ضبط و از آلمان پخش می‌شود. تلویزیون ماهواره‌ای MITV در ابتدای تأسیس، مجوز سه ماهه از جمهوری اسلامی ایران داشت که بعد از سه ماه، این مجوز تمدید نشد.

این شبکه در شروع به کار به وسیله آقای حسن آرپناهی و مرتضی عزیززاده اداره می‌شد و هم اکنون فقط آقای عزیززاده آن را اداره می‌کند.

فیلم، سریال و موسیقی‌های زیادی از MITV در ایران تولید و برای پخش به آلمان فرستاده می‌شود. هدف از تأسیس این تلویزیون به گفته مؤسسان آن، ایجاد پایگاهی در قلب اروپاست که صدای فرهنگ ایرانی را به همه جای دنیا برساند و در عین حال متفاوت از شبکه‌های فارسی‌زبان لس‌آنجلسی باشد؛ اما در عمل اصلاً این‌گونه نشد و این شبکه در اشاعه فحشا و ترویج موسیقی‌های زیرزمینی

پلمپ شد.

این شبکه دارای برنامه‌های متنوعی است که بیشتر جنبه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی دارد و برنامه سیاسی در آن تولید نمی‌شود. در شبکه مذکور، کمتر به مسائل مذهبی پرداخته می‌شود و به جرأت می‌توان گفت این شبکه یکی از مروجان اسلام آمریکایی است. مجریانی که در این شبکه به اجرای برنامه می‌پردازند، به ظاهر حجاب دارند (مانتو و روسری) ولی حجاب آن‌ها کامل نیست و با آرایش غلیظ و لباس‌های زننده اقدام به پخش برنامه می‌کنند.

دست کمی از شبکه‌های لس‌آنجلسی ندارد. عزیززاده مدیر این شبکه در جواب بیندگانی که درخواست آهنگ‌های مبتذل خواننده‌های لس‌آنجلسی را دارند، پاسخ مثبت می‌دهد و می‌گوید حتماً برای شما پخش می‌کنم. از سوی دیگر همین شبکه در اعیاد و مناسبات مذهبی به پخش کلیپ‌های مذهبی می‌پردازد و پرچم جمهوری اسلامی ایران را نیز به طور مکرر نمایش می‌دهد. شبکه مهاجر در ابتدای کار توانست مدتی مجوز این شبکه را از وزارت ارشاد بگیرد و به صورت موقت برای مدت سه ماه کار کند؛ ولی بعد از این مدت، مجوز شبکه تمدید نشد و دفتر این شبکه در شهر تهران

عوامل گرایش به ماهواره

عوامل متعددی در گرایش مردم ایران به ماهواره تأثیرگذار است. عامل نخست: تمایل خانواده‌های ایرانی به دیدن سریال و ترجیح آن بر سایر برنامه‌ها، تا جایی که بسیاری از شبکه‌های ماهواره‌ای اکنون به پخش سریال اقدام کرده‌اند.

عامل دوم: تمرکز شبکه‌های ماهواره‌ای بر حوزه‌هایی از زندگی اجتماعی که جزو حوزه‌های ممنوع و بعضاً خط قرمزهای جامعه ایرانی به شمار می‌روند، مانند روابط نامتعارف با جنس مخالف؛ نوشیدن مشروبات الکلی در مواقع جشن و غم؛ عدم تقید به ظواهر مذهبی و اکتفا به نیت پاک؛ روابط نامتوازن میان افراد دارای اختلاف سنی بسیار و مواردی از این قبیل.

عامل سوم: بیننده ایرانی در بسیاری موارد به خود حق می‌دهد تا ذهن خسته از کار روزانه و درگیری‌های اقتصادی و اجتماعی خود را با دیدن برنامه‌هایی بدون محتوا، اما سرگرم کننده و جذاب، هر چند مضر آرام کند.

عامل چهارم: وجود برخی سریال‌های کم‌جاذبه و غم‌بار داخلی که فاقد پاسخ‌گویی به نیاز سرگرمی و رفع خستگی مخاطبان ایرانی است.^۱

۱. معصومه محمدی سیف، شبکه‌های ماهواره‌ای و تغییر

آسیب‌شناسی ماهواره

به طور کلی می‌توان آثار شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای را بر اساس تحقیقات انجام شده به قرار زیر دسته‌بندی کرد:^۲

تضعیف پیوند عاطفی خانواده

گسترش و استفاده افراطی ماهواره‌ها با کارکرد متنوع و دگرگون‌سازی‌های پیوسته خود، رفته رفته سبب آسیب‌پذیر شدن پیوند عاطفی خانواده‌ها شده، استحکام خانواده را به مخاطره می‌اندازد. در این صورت خانواده، قوی‌ترین عامل دوام و رشد خود را که عاطفه و صمیمیت میان اعضاست، به فراموشی می‌سپارد.

به نحوی که در حال حاضر کاهش ارتباطات کلامی که از ساده‌ترین نوع مناسبات انسانی در خانواده محسوب می‌شود، به ۱۵ تا ۱۷ دقیقه در روز رسیده و موجبات کم‌رنگ شدن همدلی، از بین رفتن صمیمیت و گسست عاطفی شده است. خانواده‌هایی که تحت شعاع این برنامه‌ها قرار دارند، از مسیر اصلی تربیتی خود که ریشه در مکتب اسلام دارد، فاصله گرفته و نتیجه سوء و زیان‌بار آن سستی در روابط خانوادگی و در سطح

در کارکردهای خانواده، علوم اجتماعی، رسانه و خانواده، تابستان ۱۳۹۲، سال دوم، ش ۷، ص ۹۶-۵۹.

۲. همان.

وسیع‌تر سبب افزایش فساد و بالا رفتن آمار طلاق در کشور خواهد شد.^۳

تغییر ارزش‌ها و جایگزینی ضارزش‌ها

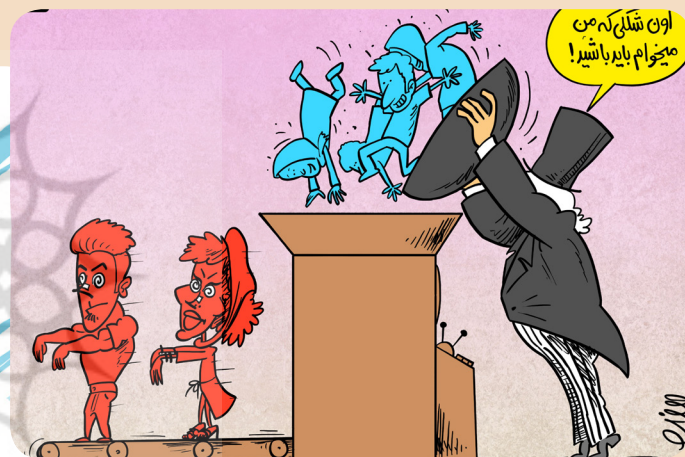
شبکه‌های ماهواره‌ای، هویت تازه‌ای به مخاطبان خود می‌بخشند و آن‌ها را وامیدارند تا ارزش‌های غلط و فاسد را جایگزین ارزش‌های اخلاقی دانسته، در حفظ ثبات آن‌ها تلاش کنند؛ چرا که زبان تصویر، قدرت فوق‌العاده‌ای در جهت تحکیم یا تضعیف ارزش‌ها دارد؛ از این رو برنامه‌ها ماهواره در کشورهای سازنده، شاید مناسب حال مردم آن جامعه و در جهت سیاست‌های حاکم بر آن باشد؛ ولی در جامعه‌ای با روابط، ارزش‌ها و هنجارها متفاوت، نتیجه عکس دارد و هنجارهای جامعه اسلامی را مورد هجوم قرار می‌دهد و کارکردهای خانواده را دچار تغییر می‌کند که اگر به درستی مدیریت نشود، خانواده‌ها دچار تزلزل خواهند شد. با نگاهی گذرا می‌توان دریافت، خانواده‌هایی که سریال‌های ماهواره‌ای را می‌بینند به گمان خویش، فقط جهت پر کردن اوقات فراغت از آن‌ها استفاده می‌کنند؛ اما با تکرار برخی هنجارهای برون مرزی که با فرهنگ

۳. همان.

بدین ترتیب با این عمل دست به تعریف
جدیدی از شکل واقعیت می‌زنند.

بر اینکه هنجارها و ارزش‌های والدین را
می‌پذیرند، به مرور زمان تغییراتی جزئی
نیز ممکن است در آن‌ها به وجود بیاورند.

بومی جامعه اسلامی سازگاری ندارد،
ضربه سنگینی به خانواده خود وارد
کرده، به این ترتیب، فرزندان علاوه



الگوهای به خانواده‌ها

شبکه‌های ماهواره‌ای قادرند احساس شخص از واقعیت را تغییر دهند و با تأثیرگذاری بر افکار و روان مخاطبان خود، به راحتی نوع دیدگاه و سلیق و حتی توقعات مردم را متحول سازند. این واقعیت را نباید نادیده گرفت که ارزش‌های غیر

اخلاقی به راحتی از طریق ماهواره در قالب قواعد، هنجارها و نمادها قابل پیاده شدن در محیط خانواده است. شبکه‌های ماهواره‌ای در قالب برنامه‌ها و آگهی‌ها، ارزش‌های متفاوتی چون فرهنگ برهنگی، مصرف‌گرایی، تجمل‌پرستی، ترویج بی‌مبالاتی اخلاقی و... را به نمایش نمی‌گذارند و رفته رفته فرهنگ وقار و پوشیدگی به فراموشی سپرده می‌شود. از این طریق ارزش‌های متفاوتی مغایر با ارزش‌های دینی و اسلامی جامعه به وجود آمده، سبب پدید آمدن رفتارهای ناهنجار از سوی مخاطبان خواهد شد.

کانال‌های ماهواره‌ای موجب می‌شوند که زنان و دختران جوان با دیدن فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای فارسی زبان مانند شبکه فارسی وان، با حس همذات پنداری، به تقلید از نوع پوشش و آرایش هنرپیشگان برآمده و سعی در هر چه شبیه‌تر کردن خود با آن‌ها کنند. شبکه‌های ماهواره‌ای «به واسطه معرفی الگوهای ذهنی و عملی رفتار، در گذر از برنامه‌های مختلف، معرفی شخصیت‌ها و الگوهای مطرح شده، شخصیت‌های سریال‌ها، فیلم‌ها و...، پس از مدتی تعدادی از این الگوها را در بینندگان خود درونی می‌کنند»، الگوهایی که امروزه افراد برای خود برمیگزینند و از رفتارهای آن‌ها پیروی می‌کنند، الگوهایی هستند که رفتار آن‌ها با ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی انطباق ندارد. اغلب سریال‌های به ظاهر خانوادگی، شبکه‌هایی مانند شبکه فارسی وان، حاوی داستان‌هایی از عشق‌ها و روابط نامتعارفی است که بیننده را بعد از مدتی به طور غیر ارادی و ناخودآگاه وادار به

گوردون

براون در پاییز سال ۲۰۰۶

میلادی اعلام کرد که بودجه‌ای معادل ۱۵

میلیون لیره استرلینگ، نزدیک به ۲۲ میلیون

دلار در سال، برای راه‌اندازی بخش فارسی

تلویزیون بی‌بی‌سی اختصاص داده

است.

همسان‌سازی زندگی واقعی و شخصی خود با تصاویر پخش شده می‌کند. مصادیقی چون خیانت به همسر، افزایش سن ازدواج، بی‌تفاوتی به حریم خانواده و بی‌بندوباری فکری و فرهنگی در جامعه، نمونه بارزی از نتیجه الگوپذیری از الگوهای غلط برنامه‌های ماهواره‌ای است.

تغییر هویت و شخصیت زن مسلمان

در کشور ما بیشترین مخاطبان تلویزیونی را زنان تشکیل می‌دهند. همین باعث شده برنامه‌های این نوع شبکه‌ها با هدف قرار دادن شخصیت زن و القای فرهنگ غربی تا حدود قابل ملاحظه‌ای بتوانند شخصیت حقیقی زن مسلمان ایرانی را متزلزل سازند و بنیان خانواده را به شدت تضعیف کنند.^۱

ترویج هم‌خانگی

یکی از الگوهای ماهواره‌ای که مخاطبانانش در نظر می‌گیرد، تبلیغ آزادی‌های نامحدود و زندگی مشترک بدون ازدواج با وصلت آزاد است که عملاً نوعی ازدواج بدون پیوندهای قانونی یا شرعی است. از دید این رسانه‌ها، انسان موجودی است که تنها دنبال تنوع و آزادی جنسی خویش است و چنین امری از نگاه رسانه، کاملاً طبیعی است و باید بدین گونه باشد. الگویی که سازندگان برنامه‌های ماهواره‌ای بر اساس چنین تفکری در نظر گرفته‌اند، ارضای غریزه جنسی جوانان از طریق «انتخاب دوست» است که در غرب روشی معمول به حساب می‌آید و آغازگر یک زندگی مشترک بدون ازدواج است.

این کار، آسانترین روش بدون تحمل تکالیف ازدواج و ضرورت خانه‌داری به صورت رسمی است. در این روش کسی حق ندارد

۱. همان.

آزادی جنسی را محدود کند و تحت ضابطه‌ای در بیاورد؛ زیرا خلاف آزادی محسوب می‌شود. برنامه‌های ماهواره‌ای با ترویج این الگوی ناپه‌نجان باعث می‌شوند دختران و پسران جوان، خود را ملزم به تشکیل خانواده نبینند و ترجیح دهند که این شکل از الگوی تشکیل خانواده را تجربه کنند.

شبکه‌های ماهواره‌ای که آبخور خود را مستقیم از کشورهای غربی می‌گیرند، در پی تثبیت این الگوی ازدواج هستند. هم‌اکنون برخی دختران و پسران جوان تحت تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای به خود اجازه می‌دهد با یکدیگر ارتباط برقرار کنند؛ به گونه‌ای که افزایش ارتباطات نامشروع خانوادگی از پیامدهای آن است و ارزش‌های خانوادگی که در پناه آن، ارتباطات میان زن و مرد نامحرم محدود می‌شد، کنار گذاشته می‌شود.^۱

تضعیف بنیان خانواده

برنامه‌های نامناسب ماهواره به دنبال ترویج احساس آزادی مطلق و یا همان لیبرالیسم جنسی به دنبال ایجاد آزادی برای روابط جنسی مطلق بوده و با ترویج فرهنگ خود، تمامی افکار مخاطبان خود را متوجه سکس و تلذذ جنسی کرده است. ماهواره، سطح، گستره و میزان تعمیم‌پذیری مسائل خصوصی را افزایش داده، سکس را لازمه زندگی امروزه می‌شمارد و با برنامه‌های غیر اخلاقی، انتظارات کاذب جنسی را در مردان به وجود می‌آورد.^۲

زنان هم در پاسخ‌گویی به این تنوع‌طلبی دچار مشکل

۱. همان.

۲. همان.

با گسترش فناوری استفاده از

ماهواره در کشورهای متفاوت و پس از تأخیری چند ساله، اولین شبکه ماهواره‌ای فارسی مخالف جمهوری اسلامی ایران با نام NITV که شبکه‌ای کاملاً سیاسی بود در سال ۱۳۷۸ آغاز به کار کرد.

می‌شوند و تکرار برنامه‌ها و انگیزش‌های پی‌درپی باعث می‌شود که تنها به سکس و تلذذ جنسی توجه کنند و در این راه، تمامی انرژی معنوی و مادی خود را از دست بدهند، نتیجه طبیعی و فاجعه‌آمیز آن، عمومی شدن مسائل خصوصی، پرده‌داری، نابودی بنیان‌های اخلاقی، حریم‌شکنی و گسیختگی بنیان خانواده می‌شود. از آنجایی که محدود نمودن

لذات جنسی به محیط خانوادگی، موجب اتصال بیشتر زوجین به یکدیگر می‌شود، از دیدگاه این برنامه‌ها، همسر قانونی از لحاظ روانی یک مزاحم به شمار می‌رود و تعهد و پای‌بندی به بودن در کنار همسر بی‌معنی است.

شبکه‌های ماهواره‌ای با پخش فیلم‌های سکسی و تصاویر مستهجن، مخاطب را در عرصه خیال به سوی خشونت جنسی، خیانت به خانواده و سردی روابط می‌کشاند و با پخش تصاویر جنسی، به مردان این‌گونه تلقین می‌کند که انسان در این دنیا آزاد است و تنوع‌طلبی جنسی هم حق واقعی اوست. حتی این‌گونه تلقین می‌شود که زنان موجوداتی آسیب‌پذیرند و باید مورد سوء استفاده، پرخاش‌گری، تجاوز جنسی و آزار جنسی قرار گیرند؛ زیرا این نوع رفتار از دید آن‌ها علامت تداوم سیستم مردسالاری است. این تصاویر، زنان را مطیع و تسلیم‌پذیر نشان می‌دهند و ارزش‌های حقیقی یک انسان را تا حد سکس تنزل می‌دهد.

ترویج سبک زندگی جدید

در جامعه ما سبک زندگی نسبتاً هماهنگ است. سبک زندگی نشأت گرفته از تعالیم اسلامی و متأثر از فضای انقلاب و جنگ است. سبک زندگی که در آن حریم و حیا به نهایت رعایت می‌شود و این مسأله به گواهی تاریخ حتی پیش از ورود

در خانواده رخ می‌دهد، عشق و رابطه دختر جوان با شوهر خواهرش، عشق و رابطه نامشروع زن میانسال با برادرشوهرش در سریال عمر گل لاله، عشق زن جوان به پسر برادر شوهرش در عشق ممنوعه! عشق دو دوست صمیمی به یک زن در ایزل و

طبیعی است که در جامعه باحیا و حریم‌مدار ما به این مسائل در ابتدا با دید قبیح و زشت، نگاه شود؛ اما تلاشی که در جهت عادی‌سازی این مسائل صورت می‌گیرد بالاخره و پس از چندی مؤثر واقع خواهد شد. «تکرار» یکی از این تمهیدات است که باعث عادی‌سازی می‌شود.

تبلیغ مدهای ناهنجار

نوع و سبک لباس‌ها و پوشش زنان در این سریال‌ها به هیچ عنوان با فرهنگ و دین ما همخوانی ندارد و متأسفانه کم‌کم به الگویی برای زنان و دختران جوان تبدیل شده است؛ حتی گاه با بهداشت و سلامت هم در تضاد است. پوشیدن کفش‌های مجلسی و پاشنه‌دار در خانه نمونه بارزی است که در این سریال‌ها به تصویر کشیده می‌شود.

اغلب سریال‌های به ظاهر خانوادگی این شبکه‌ها حاوی داستان‌هایی از عشق‌ها و روابط نامتعارفی است که بیننده را بعد از مدتی به طور غیر ارادی و ناخودآگاه وادار به همسان‌سازی با زندگی واقعی و شخصی‌اش می‌کند؛ امری که در جامعه‌ای مثل کشور ما بسیار ناپسند و خلاف عرف و اخلاق عمومی است؛ موضوعی که اگر گسترش بیشتری بیابد در سالیان نه چندان دور باعث بروز بیگانگی فرهنگی و شکاف فرهنگی در کشور خواهد شد.^۲

اسلام هم در زندگی مردم ما نمود داشته است. بنابراین تماشای سریال‌هایی که سبکی جدید، عجیب و نامأنوس از زندگی را به نمایش می‌گذارد، در ابتدا با موضع‌گیری همراه است؛ اما این جریان آن‌قدر نرم و آرام به فضای خانوادگی ما وارد شده که حتی خود افراد هم متوجه ورود آن نشده‌اند.

تجمل‌گرایی

سبک زندگی جدید، تجمل را تبلیغ می‌کند. تمامی سریال‌هایی که برای مثال از شبکه جم کلاسیک پخش می‌شود، داستان زندگی افرادی است که از نظر وضعیت مالی و تجمل در صدر جامعه‌اند. ساکنانش خانه‌های بزرگ و ویلایی با وسایل تجملی، دغدغه خرید لباس‌هایی از کشورهای فرانسه و آمریکا و ماشین‌های گران‌قیمت دارند.^۱

موضوعات عاشقانه

موضوع اغلب این سریال‌ها و به جرأت می‌توان گفت تمامی آن‌ها، عشق، دوست داشتن و دوست داشته‌شدن است؛ مسأله‌ای که ذاتی وجود انسان است و در زنان نسبت به مردان، شدت بیشتری دارد و بیشتر مرکز توجه است؛ اما این داستان در برنامه‌های ماهواره‌ای به صورت بی‌پروا، ممنوعه و هنجارشکن به نمایش در می‌آید.

عشق مثلثی

عشق مطرح شده در سریال‌ها اغلب در قالب عشق مثلثی (سریال‌های میوه ممنوعه، ایزل، عمر گل لاله، ویکتوریا) به نمایش در می‌آید. تعریف این سریال‌ها از عشق، نامأنوس و خارج از شرع و عرف است. عشق‌ها و روابط معمولاً میان افراد نامحرم

۱. http://nabardepnhan.ir/index.php?option=com_content&view=article&id=۱۷۱:۲۰۱۳-۰۸-۲۰-۲۰۰۶-۱۹&catid=۱۹&Itemid=۱۲۷

۲. همان.

ادبیات پژوهش درباره تأثیر ماهواره

ماهواره به عنوان یک رسانه، نقش اثرگذاری بر مخاطبان خود دارد و نمی‌توان انکار کرد که رسانه‌ها انواع گوناگونی از اطلاعات و محتوا (به‌ویژه هنجارها و ارزش‌ها) را انتقال می‌دهند. علاوه بر این بسیاری از منابع علمی می‌گویند که جامعه ایرانی و به‌ویژه جامعه شهری در سال‌های اخیر دچار تحولات عظیم ارزشی شده‌اند که شکاف‌های زیادی در حوزه نسلی، سیستم برنامه‌ریزی، خانواده، آموزش، سیستم مدیریتی و حتی سیستم هنجاری جامعه ایجاد کرده است.

همچنین با مرور بر مجلات علمی و مصاحبه‌های روزنامه‌ای می‌توان فهمید ماهواره و نقش اثرگذار آن مسأله‌ای است که نیازمند پژوهش‌های علمی و تدبیر سیاست‌گذاران اجتماعی است. رشد فزاینده طلاق، اعتیاد، خشونت، سرقت، تنش‌های خانوادگی، شکاف‌های عمیق نسلی و آسیب‌های اجتماعی، بیان‌گر تحولات عظیم در ساختار و نظام ارزشی جامعه ایران است. برخی از یافته‌های پیمایشی نشان می‌دهد که بین داشتن ماهواره، میزان استفاده از آن و پدیده طلاق، ارتباط معناداری وجود دارد. بسیاری نیز معتقدند برنامه‌های ماهواره‌ای بر افزایش خشونت در جامعه بسیار مؤثر است.

نظریه‌های جرم‌شناسی متأخر مانند جرم‌شناسی فرهنگی، پست مدرن و انتقادی، نقش رسانه را هم در شیوع و هم در بساخت کردن آن مورد تأیید قرار می‌دهند. بر اساس تحقیقات مختلف، برنامه‌های ماهواره‌ای نامطلوب بر مخاطبان خود به‌ویژه کودکان و نوجوانان، آثاری چون خشونت، عصبانیت، اختلالات روانی، فراموش کاری، بی‌عاطفگی و احساس بیگانگی یا بی‌هویتی ایجاد می‌کند.

در ذیل به بخشی از پژوهش‌ها درباره ماهواره و تأثیرات آن بر سبک زندگی اشاره می‌شود:

پژوهش‌های علمی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

۱. در مقاله‌ای با عنوان «تأثیر ماهواره بر هویت فرهنگی در کردستان ایران (بررسی موردی دانشجویان کرد دانشگاه‌های سنندج)» که احمد محمدپور، اسداله نقدی و بهزاد نادرزاد انجام داده‌اند، ارتباط بین میزان استفاده از شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای و هویت فرهنگی بومی بررسی شده است. به لحاظ نظری برای بررسی این رابطه، تلفیقی از نظریات در حوزه پیامدهای هویتی رسانه به کار رفته است. روش پژوهش مذکور، روش پیمایشی است و از پرسش‌نامه برای گردآوری اطلاعات در بین دانشجویان کرد در تمام دانشگاه‌های سنندج استفاده شده است. حجم نمونه پژوهش مذکور ۳۷۸ نفر بوده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که ۴۶/۵ درصد از پاسخ‌گویان، ماهواره داشته و از آن استفاده می‌کرده‌اند.

میزان استفاده از ماهواره بر اساس ساعات در شبانه‌روز و نیز بر اساس سه نوع محتوای خبری، سرگرمی و آموزشی سنجیده شده و رابطه آن با هشت مؤلفه هویت فرهنگی، شامل پای‌بندی به زبان، علاقه به میراث فرهنگی بومی، تدارکات ازدواج سنتی، آداب و رسوم، اجرای آیین‌های مذهبی، تمایل به محصولات فرهنگی محلی، علاقه به غذاهای سنتی و اوقات فراغت بومی، به طور جداگانه و سپس یک جا بررسی شده‌اند.

آزمون فرضیات نشان می‌دهد که بین

میزان استفاده از ماهواره و نیز محتوای سه‌گانه آن با هویت فرهنگی بومی دانشجویان، رابطه معناداری وجود دارد، یعنی افرادی که زمان بیشتری را صرف استفاده از ماهواره می‌کنند، به نسبت، نمره کمتری از سازه هویت فرهنگی محلی دریافت کرده‌اند که نشان‌گر تغییر رفتار به سمت الگوهای جدید است. به علاوه، نمره میزان هویت فرهنگی دانشجویان مورد مطالعه به حد وسط گرایش دارد، به این معنا که هویت آنان نه منسجم و نه گسترده، بلکه بی‌طرفانه و سازش‌کار است.

۲. در پژوهشی تحت عنوان «تلویزیون ماهواره‌ای و اثرات آن بر فرد و جامعه» که اعظم پنا‌بادی در سال ۱۳۷۵ انجام داده، این نتایج به دست آمد که ماهواره، همانند سایر وسایل ارتباط جمعی، تأثیر آشکار، سریع، مستقیم، متعدد و نافذ بر فرد و جامعه دارد. از نظر مسئولان و کارگزاران مملکتی، این تأثیر، وضعیت فرهنگی جامعه ما را به مخاطره انداخته است. تلاش افراد و کارگزاران رسمی در دستیابی به روش‌هایی برای کاهش اثرات منفی این وسیله ارتباطی، پژوهش‌های متعددی در این زمینه را سبب شده و ضرورت آگاهی‌بخشی به عامه مردم در زمینه پیامدهای منفی تلویزیون ماهواره‌ای انجام پژوهش‌های تجربی را ضروری ساخته است.

۳. در پژوهشی که محمود شهبایی و مجتبی جهانگردی در سال ۱۳۸۷، با حجم نمونه ۴۰۰ نفر بیننده تلویزیون‌های ماهواره‌ای، در دانشگاه علامه طباطبایی با عنوان «خاستگاه اجتماعی الگوهای استفاده از تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در میان مخاطبان تهرانی» انجام دادند، این نتایج به دست آمده است: افراد مختلف با نقش‌های مختلف به تلویزیون‌های ماهواره‌ای روی می‌آورند و از آن‌ها برای مقاصد مختلفی استفاده می‌کنند. همچنین الگوی غالب استفاده از این تلویزیون‌ها به تسهیل یا تکمیل ارتباطات و پیوندهای اجتماعی مربوط می‌شود، تا به جبران این ارتباطات و پیوندها.

۴. در پژوهشی که اعظم ابراهیم نجف‌آبادی با عنوان «تربیت خانواده و نقش مخرب ماهواره در بروز پدیده طلاق» انجام داده، نشان می‌دهد تلویزیون ماهواره‌ای دارای این پتانسیل است که اثرات منفی بر خانواده بر جای گذارد. این پژوهش با تکیه بر نظریات جامعه‌پذیری پارسونز، اهمیت خانواده از نظر گیدنز، نظریه کاشت، نظریه تغییر ناگهانی دورکیم و نظریه نیاز و انتظارات به گردآوری اطلاعات موردنیاز از دو گروه در حین طلاق و گروه عادی پرداخته است.

روش پژوهش، پیمایشی و حجم نمونه برابر با ۱۴۱ نفر بوده است. نتایج به دست آمده از پژوهش مذکور نشان می‌دهد که تأثیر ماهواره در ایجاد ارزش‌های مدرن در زوجین و ایجاد ارزش‌های منفی در خانواده بوده است. همچنین نتایج این پژوهش حاکی از آن است که برای ایجاد توازن در ارزش‌های مسلط در زوجین و برای جلوگیری از تغییرات ناگهانی و یا تضاد ارزشی بین آنان باید تعاملی سنجیده در آن‌ها صورت گیرد.^۱

۵. دیوبند و صالحی (۱۳۸۹) ضمن پژوهشی نشان داده‌اند که استفاده از ماهواره‌های خارجی در نگرش به روابط دختر و پسر تفاوت معنادار ایجاد کرده و افرادی که از ماهواره‌های خارجی استفاده می‌کنند با روابط دختر و پسر موافق‌ترند.

۶. کوپر، یونیل و پاولوس^۲ (۲۰۰۴) نشان داده‌اند که بین میزان استفاده از مطالب هرزه‌نگاری و رفتارهای انحرافی جنسی رابطه برقرار است. این در حالی است که طبق نتایج همین تحقیق، سطح چشم‌گیری از رفتارهای جنسی انحرافی با استفاده از هرزه‌نگاری فقط

۱. ابراهیم نجف‌آبادی، ۱۳۹۲/۲/۵، <http://nopadid.mcls.gov.ir/Maghalat>

۲. Williams, Howell, Cooper, Yuille & Paulhus.

برای شرکت‌کنندگانی که اختلالات فکری و روانی بیشتری داشته‌اند، مطرح بوده است. پیرسون^۳ (۲۰۰۶) نشان داده است که رسانه‌های منفی در قالب یک عامل منحصرراً در تعیین رفتار ضداجتماعی اثر ندارد؛ برسامین، بوردو، فیشر و گروپ^۴ (۲۰۱۰) ضمن پژوهشی نشان دادند، جوانانی که تجربه رابطه جنسی نداشته‌اند، بیشتر از جوانانی که تجربه جنسی داشته‌اند تلویزیون تماشا کرده‌اند؛ اما برنامه‌های شبکه‌های موسیقی و جنسی و شبکه‌هایی را که مربوط به بزرگسالان می‌شده است، کمتر تماشا کرده‌اند.

نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که استفاده از ماهواره در نگرش به روابط نامشروع، مؤثر است. افرادی که از برنامه‌های ماهواره‌ای خارجی استفاده کرده‌اند، به میزان بیشتری با روابط نامشروع موافقت می‌کنند. این افراد بیشتر از افراد فاقد ماهواره با عادی شدن ارتباط صمیمی دو جنس و شوخی و خوش‌وبش بین آنان موافق بوده و این ارتباط را سبب افزایش اعتماد به نفس دانسته‌اند. آنان بیشتر با این نکته موافق بوده‌اند که روابط نامشروع سبب بهتر، موفق‌تر و شادتر شدن زندگی افراد می‌شوند. از نظر افراد استفاده‌کننده از ماهواره، یک

۳. Pearson.

۴. Bersamin, Bourdeau, Fisher, & Grube.

دوست صمیمی و نزدیک از جنس مخالف، بهتر از یک دوست از جنس موافق می‌تواند به فرد کمک‌هایی اعم از مالی، مشاوره‌ای و امثال آن بکند.

افراد استفاده‌کننده از ماهواره بیشتر از دیگران به علت محدودیت‌های جامعه درباره رابطه با جنس مخالف، احساس عقب افتادن و احساس کمبود می‌کردند و خواهان این امر بوده‌اند که کسی درباره این نوع رابطه مداخله نکند و معتقد بوده‌اند که می‌باید به افراد اجازه داده شود تا خود درباره این مسأله تصمیم‌گیری کنند. چنین نگرشی در صورت ادامه یافتن، منجر به مقاومت و ایستادگی درباره قوانین مربوط به روابط بین دو جنس خواهد شد و این قوانین، اقبال و استقبال عمومی خود را از دست خواهند داد.

افراد استفاده‌کننده از ماهواره به علت تماشای این نوع روابط در جوامع غربی، بیشتر از دیگران، خواهان این امرند که روابط بین دو جنس از الگوی این نوع روابط در کشورهای غربی و اروپایی پیروی کند. البته باید گفت که تأثیرات ماهواره فقط محدود به روابط غیرجسمانی از روابط نامشروع نیست؛ بلکه افرادی که از ماهواره استفاده کرده‌اند بیشتر از بقیه، با عادی شدن رفتارهایی چون دست دادن، بوسیدن، در آغوش کشیدن و مانند آن بین دو جنس، موافق بوده‌اند.

راه کارهای مقابله با آسیب‌های ماهواره

در مقابله با آسیب‌های ویران‌گر برنامه‌های ماهواره، نقش همه دستگاه‌ها و نهادهای فرهنگی و نیز رسانه ملی دارای اهمیت است که در ذیل به برخی از راه کارهای مربوط به آن‌ها اشاره می‌شود.^۱

الف) نقش نهادهای فرهنگی

تقویت باورها و ارزش‌های دینی: به نظر می‌رسد که در وهله اول، لازم است آگاهانه فرهنگ‌سازی صورت بپذیرد و ارزش‌ها و باورهای دینی و مذهبی مردم تقویت شود. برنامه‌ریزی مسئولان امور جوانان برای افزایش مبانی معرفت دینی در

۱. شعاع کاظمی، مهرانگیز و مومنی جاوید، مهر آور، آسیب‌های اجتماعی نوپدید، تهران: آوای نور، ۱۳۹۱ ش، ص ۴۲-۴۳؛ بنفشه افهمی و حمیدرضا آقا محمدیان، «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به ماهواره و تأثیر آن بر باورها و رفتارهای دینی مردم مشهد»، روان‌شناسی، مطالعات تربیتی و روان‌شناسی، مهر ۱۳۸۶، ش ۳۰، ص ۷۹-۶۳؛ حسن بختیاری و حسن فرخی، «بررسی رابطه برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای تلویزیونی و هویت دینی جوانان» علوم تربیتی، پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، تابستان ۱۳۹۱، ش ۱۵، ص ۷۲-۵۵؛ مسعود گلچین، ایوب سخایی و علیرضا افشانی، «مطالعه میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و مناسبات خانوادگی در بین شهروندان تهران»، علوم اجتماعی، مطالعات راهبردی زنان، تابستان ۱۳۹۱، ش ۵۶، ص ۱۱۸-۸۳؛ معصومه محمدی‌سیف، «شبکه‌های ماهواره‌ای و تغییر در کارکردهای خانواده»، علوم اجتماعی، رسانه و خانواده، تابستان ۱۳۹۲، سال دوم، ش ۷، ص ۹۶-۵۹؛ علی نهایندی و مهدی رشکبانی، «بررسی و تحلیل اثرگذاری سرریال‌های شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر خانواده»، علوم اجتماعی، رسانه و خانواده، زمستان ۱۳۹۰، ش ۱، ص ۹۳-۷۴؛ شهناز هاشمی، «مطالعه موردی رابطه سازگاری اجتماعی و نگرش سیاسی - اجتماعی نوجوانان با تماشای ماهواره در شهر تهران»، علوم اجتماعی، پژوهش‌های ارتباطی، زمستان ۱۳۹۱، ش ۷۲، ص ۱۷۰-۱۵۱.

شبکه

فارسی وان بسیار پیچیده عمل می‌کند. در ظاهر هیچ نشانی از مخالفت با آموزه‌های ارزشی و دینی نشان نمی‌دهد و حتی برای مناسبت‌های خاص مذهبی هم پیام تبریک و تسلیت می‌دهد؛ اما سرریال‌های نشان داده شده در این شبکه، چیز دیگری را نشان می‌دهد.

جوانان و توسعه خدامحوری و تعمیق باورهای دینی آنان، اصلی‌ترین راه برای جلوگیری از تأثیرات سوء ماهواره بر هویت دینی جوانان است.

معرفی فرهنگ ایرانی - اسلامی:

ضروری است که نهادهای دست‌اندرکار در امور فرهنگی در شناساندن فرهنگ اصیل اسلامی و ایرانی به جوانان و آگاهی دادن به آنان نسبت به هویت خویش با ارائه الگوها، اسوه‌ها و شخصیت‌های ملی، معرفی زبان، خط، هنر و ادبیات اصیل اسلامی و ایرانی به منظور جلوگیری از جایگزینی الگوهای وارداتی، تلاش بیشتری مبذول دارند.

برنامه‌ریزی اوقات فراغت: لازم است

نهادهای فرهنگی در برنامه‌ریزی‌های دقیق‌تر و جامع‌تر برای پر کردن اوقات فراغت افراد به‌ویژه جوانان با توجه به نیازهای گروه‌های سنی و جنسیتی مختلف از طریق تولید محصولات مختلف فرهنگی و هنری از جمله کتاب، روزنامه، مجلات و فراهم نمودن امکان دسترسی همه اقشار مردم با هدف ارتقای آگاهی و زمینه رشد فکری، بیشتر بکوشند.

مخاطب‌شناسی و آموزش: باید

متخصصان ایرانی در جهت فراگیری فناوری ماهواره‌ای برای بهره‌گیری مناسب از این

فن تلاش جدی‌تری صورت پذیرد و آموزش استفاده صحیح از ماهواره به وسیله کارشناسان مربوطه به خانه‌ها رسوخ کند و مخاطبان دائماً شناخته شده و آموزش ببینند.

برگزاری کارگاه‌های آموزشی: به نظر می‌رسد خانواده‌ها اطلاع دقیقی از تأثیرات منفی برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای در مناسبات خانوادگی ندارند. بر این اساس لازم است سازمان‌های فرهنگی و آموزشی درباره آشنایی با ماهواره و محتوای شبکه‌های ماهواره‌ای کارگاه‌های آموزشی برگزار کنند. در واقع وجود چنین کارگاه‌های آموزشی علاوه بر اینکه نوجوانان و جوانان را در جریان فناوری‌های جدید قرار می‌دهد، آن‌ها را در جریان آسیب‌های ناشی از استفاده افراطی هم قرار خواهد داد.

ب) نقش رسانه ملی

مقابله با آسیب‌های ناشی از شبکه‌های ماهواره‌ای تنها وظیفه رسانه ملی نیست؛ اما می‌توان گفت رسانه ملی در مقابله با ماهواره‌های غربی، مهم‌ترین و اثربخش‌ترین نقش را داراست؛ زیرا در جبهه مقابله و دفاع، تناسب ابزار از ضروریات است. از این منظر، رسانه ملی، سخت‌گیرتر و بهتری در جهت مقابله با آثار منفی ماهواره‌های غربی دارد. در ذیل به راه‌کارهای مربوط به این رسانه مهم اشاره می‌شود.

اول) توجه به نیازهای مخاطب

رسانه ملی می‌تواند با توجه به نیازهای طبیعی مخاطبان خود و پاسخ‌گویی حساب شده به آنان تا حدودی از گرایش مخاطبان به رسانه‌های بیگانه جلوگیری کند. یکی از راه‌کارهایی که رسانه‌ها می‌توانند در مسیر مقابله با الگوبرداری منفی و افراطی مخاطبان پی بگیرند، معرفی الگوهای سبک زندگی مناسب و بومی است. رسانه می‌تواند با شناختی که از نظام فکری و اجتماعی مخاطب خویش دارد، براساس سلايق و علايق مخاطبان خویش برنامه‌سازی کرده، پاسخ‌گوی نیازهای آنان باشد.

دوم) تولید محتوای مناسب

بهتر است که رویکرد رسانه‌های متکثر و متنوع داخلی را هر چه بیشتر از پخش فیلم‌های وارداتی، گفتگو، مسابقات ضعیف و پخش مفرط پیام‌های تجاری به تولید و پخش فیلم‌های مناسب به خصوص سریال‌های پرمعنا تغییر دهیم. سریال‌هایی که پر محتوا بوده و علاوه بر جذابیت، مخاطب را به سمت هویت حقیقی خویش سوق دهند.

سوم) تحکیم بنیان خانواده

یکی از وظایف مهم دستگاه‌های فرهنگی نظام به‌ویژه صدا و سیما باید تقویت و تحکیم نهاد خانواده و بالا بردن سطح بهداشت روانی جامعه باشد. با توجه به اثرگذاری صدا و سیما باید در انتخاب موضوع و محتوای سریال‌ها و مجموعه‌های تلویزیونی مربوط به خانواده، دقت لازم انجام گیرد و در این زمینه از کارشناسان با تجربه در زمینه‌های دینی، روان‌شناختی و جامعه‌شناختی استفاده شود.

چهارم) مقاوم‌سازی مخاطبان

یکی از راه‌کارهایی که رسانه ملی باید در راستای مقابله با رسانه‌های ماهواره‌ای بیگانه، به آن توجه کند، مقاوم‌سازی مخاطبان است. به این معنا که فرد بتواند در برابر تحمیل ناصواب و تهاجم و القای آرمان‌های خلاف و تشویق به

مدیر

شبکه جم از آن دسته افرادی

بود که تلاش می‌کرد، چراغ خاموش حرکت

کند؛ اما در یکی، دو سال اخیر، افشاگری‌های

زیادی در صفحه فیس‌بوک این فرد و مدیران شبکه

فارسی‌وان به وجود آمد و باعث شد تا سویه‌های

دیگری از هویت این افراد آشکار شود.

رفتارهای

غلط، ایستادگی کند و تسلیم نشود. در این میان، توجه به پرورش و رفتار خارج از فیلم‌های هنرمندان و مجریان رسانه مطابق با فرهنگ ایرانی - اسلامی اهمیت می‌یابد؛ چرا که هنرمندان و مجریان رسانه پس از مدتی محبوب مخاطبان و به گروه مرجع برخی مخاطبان تبدیل می‌شوند؛ به‌ویژه که گاهی دیده می‌شود، در مناسبت‌های مهم ملی و مذهبی، این افراد، مجری یا میهمان رسانه‌اند.

پنجم) تنوع و جذابیت

کمیت و کیفیت برنامه‌های تلویزیونی، عامل مؤثر در گرایش شهروندان به ماهواره است، صدا و سیما باید در توسعه برنامه‌های تلویزیونی داخلی و افزودن ویژگی تنوع، جذابیت و سرگرم‌کنندگی به برنامه‌ها و همچنین تولید برنامه‌های متنوع و برداشتن محدودیت زمانی از آن بکوشد. اگر برنامه‌های صدا و سیما کیفیت و جذابیت لازم را داشته و نیازهای

گسترش

و استفاده افراطی ماهواره‌ها
با کارکرد متنوع و دگرگون‌سازی‌های
پیوسته خود، رفته رفته سبب آسیب‌پذیر
شدن پیوند عاطفی خانواده‌ها شده،
استحکام خانواده را به مخاطره
می‌اندازد.

می‌توان انواع رسانه‌ها را شناخت و بین آن‌ها و پیام‌هایشان تمایز قائل شد. هشداردهی و آشنا نمودن خانواده‌ها با خطرهای برنامه‌های مبتذل ماهواره که خانواده‌ها را با انحراف اخلاقی و فکری، تهدید می‌کنند. صدا و سیما باید با ساخت برنامه‌های آگاهی‌دهنده، خانواده‌ها را آسیب‌های ماهواره برای قشر نوجوان آگاه کند و مهارت‌های نظارتی آنان را برای هدایت نوجوانان به استفاده مناسب از رسانه‌ها بهبود بخشد.^۲ ساختن برنامه‌هایی در قالب فیلم و سریال و پخش مصاحبه در محیط خانواده‌ای متزلزل که بیان‌گر الگوپذیری آنان از ماهواره بوده‌اند، در این باره تأثیرگذار است.

اصول کلیدی سواد رسانه‌ای عبارتند از:^۳

۲. شهناز هاشمی، «مطالعه موردی رابطه سازگاری اجتماعی و نگرش سیاسی - اجتماعی نوجوانان با تماشای ماهواره در شهر تهران»، علوم اجتماعی، پژوهش‌های ارتباطی، زمستان ۱۳۹۱، ش ۷۲، ص ۱۷۰-۱۵۱.

۳. برگرفته از: محمد توکل و محمدعلی فاطمی‌نیا، رسانه، ۱۳۹۲، ش ۱۶، ص ۹۶-۱۲۳.

مفرح تنها برنامه‌هایی هستند که همیشه و در هر برهه‌ای از زمان با استقبال بی‌نظیر بینندگان مواجه می‌شوند و مخاطبان خاص خود را دارند.

هفتم) ایجاد روحیه نقادی

حساس کردن و عادت دادن جوانان و نوجوانان به نقد و ارزیابی برنامه‌ها به خصوص فیلم‌های سینمایی و سریال‌ها، اعم از خارجی و داخلی، از جهت محتوایی و ارزشی از طرق مختلف، برای بالا بردن قدرت فهم و درک آنان در شرایط درگیر شدن با پیام‌های فرهنگی بیگانه.

هشتم) توجه ویژه به مخاطب نوجوان

صدا و سیما باید تلاش کند مطابق با نیازهای روز این قشر به تولید برنامه اقدام کند. همچنین در برنامه‌های صدا و سیما بیشتر به فرهنگ و آداب و رسوم ایرانی متناسب با سن نوجوانان پرداخته شود.

نهم) تقویت سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای^۱ به معنای تحلیل و ارزیابی اطلاعات و پیام‌هایی است که از طریق رسانه‌ها جمعی منتقل می‌شود؛ به عبارت دیگر سواد رسانه‌ای، یک نوع درک مبتنی بر مهارت است که طبق آن

مخاطبان را پاسخ‌گو باشند، مخاطبان، نیاز کمتری برای مراجعه به شبکه‌های ماهواره‌ای خواهند داشت.

ششم) پرداختن به مسائل جوانان و خانواده‌ها

ایجاد شبکه اختصاصی جوانان در میان سایر شبکه‌های سیما می‌تواند فضایی جدید را برای ابراز وجود و عقیده، با استفاده از نظریات خود آنان به وجود آورد. جا دارد در چنین شبکه‌ای به بیان مشکلات آن‌ها از زبان خودشان پرداخته شود و با تهیه گزارش‌های جذاب با موضوع جوانان از خواسته‌ها و نیازهای آنان مطلع شده، در جهت حل مشکلات مشروع آن‌ها تلاش شود. همچنین توجه به نیازهای اختصاصی خانواده در یکی از شبکه‌ها مفید است تا والدین بتوانند از طریق این شبکه با مسائل مربوط به خانواده آشنا شده و نحوه برخورد با مشکلات زناشویی و روش‌های تحکیم پیوندهای عاطفی را در خانواده فراگیرند. برنامه‌های شاد و جذاب متناسب با نیازهای خانواده، با کیفیت بالا نیز در چنین شبکه‌ای مورد تأکید است؛ زیرا نیاز به خندیدن و شاداب بودن، نیاز طبیعی هر انسانی است؛ چنان که رسانه ملی تاکنون تلاش کرده است با پخش برنامه‌های نمایشی طنز و سایر برنامه‌های تفریحی و سرگرم‌کننده، بخشی از نیاز مخاطب را برآورده کند. برنامه‌های شاد و

۱. رسانه‌ها ساختگی و سازه‌ای هستند. رسانه‌ها دنیایی را به نمایش می‌گذارند که اگرچه حقیقی به نظر می‌رسد؛ اما از یک نگاه گزینش‌شده که معمولاً واقعیت خارجی ندارد، آن را در معرض دید قرار می‌دهند؛ از این‌رو مرز میان واقعیت و مجاز در نمایش رسانه‌ای دشوار است.

۲. رسانه‌ها واقعیت را بازسازی می‌کنند؛ میان شیوه ارائه وقایع عالم به وسیله رسانه‌ها و شیوه درک این عالم از سوی مصرف‌کنندگان رسانه، یک رابطه قطعی و معنادار وجود دارد.

۳. مخاطبان، مفهوم مورد نظر خود را از رسانه‌ها می‌گیرند؛ مخاطب، انتخابی را که از میان رسانه‌ها و پیام‌های مختلف به عمل می‌آورد، براساس انگیزه انجام می‌دهد و محتوا و پیام‌های رسانه‌ای را از طریق یک شبکه پیچیده متشکل از ماهیت و نیازهای خودش، پالایش می‌کند.

۴. محصولات رسانه‌ای، اهداف تجاری دارند. هر نوع درک واقعی از محتوای رسانه‌ها را نمی‌توان از زمینه اقتصادی و ضرورت‌های مالی محرک صنعت رسانه‌ها جدا دانست.

۵. رسانه‌ها دربردارنده پیام‌های اعتقادی و ارزشی هستند. پیام‌های رسانه‌ای تا اندازه زیادی تبلیغاتی‌اند و ارزش‌ها و باورهای اساسی معینی را به صورت مداوم، می‌سازند یا منتقل می‌کنند. روند کلی رسانه‌ها، تصریحاً یا تلویحاً پیام‌های اعتقادی مثل روح مصرف‌گرایی، نقش زنان و وطن‌پرستی بی‌چون و چرا را منتقل می‌کند.

۶. رسانه‌ها پیامدهای سیاسی و اجتماعی دارند؛ رسانه‌ها بر مسائل سیاسی و تغییرات اجتماعی تأثیر زیادی دارند و در پس نقاب آزادی‌گرایی، منافع سیاسی اجتماعی دولت‌های صاحب سلطه را تأمین می‌کنند.

۷. هر رسانه شکل زیباشناختی خاصی دارد؛ اصل سواد رسانه‌ای ما را قادر به درک ویژگی‌ها و مشخصات منحصربه‌فرد هر رسانه می‌کند. به این ترتیب می‌توانیم نحوه ارتباط شکل و محتوا را جستجو و درک کنیم و علاوه بر درک مفهومی پیام رسانه، نحوه گفتن و بیان رسانه را نیز دریابیم.

منابع

۱. افهمی، بنفشه، آقا محمدیان، حمیدرضا، «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به ماهواره و تأثیر آن بر باورها و رفتارهای دینی مردم مشهد»، روان‌شناسی، مطالعات تربیتی و روان‌شناسی، مهر ۱۳۸۶ش، شماره ۳۰.
۲. بختیاری، حسن، فرخی، حسن، «بررسی رابطه برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای تلویزیونی و هویت دینی جوانان»، پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، تابستان ۱۳۹۱ش، شماره ۱۵.
۳. بیچرانلو، عبدالله، یاسینی، سیده رضیه، «نگاهی به تبلیغات تجاری متمرکز بر زنان در شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای فارسی زبان»، رسانه و خانواده، زمستان ۱۳۹۱ش، سال دوم، شماره ۵.
۴. شعاع کاظمی، مهرانگیز و مومنی جاوید، مهرآور، آسیب‌های اجتماعی نوپدید، تهران: آوای نور، ۱۳۹۱ش، ص ۴۲-۴۳.
۵. شهاب، فوزیه، «گونه‌شناسی شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان»، فصل‌نامه مطالعات ماهواره و رسانه‌های جدید، سال اول، ش ۱، پاییز ۱۳۹۱، ص ۱۰-۱۲.
۶. صالحی امیری، رضا، ملکی راسته کناری، هیلدا، «بررسی تأثیر ماهواره بر پوشش دختران دبیرستانی»، پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، تابستان ۱۳۹۰ش، شماره ۷۴.
۷. گل چین، مسعود و دیگران، «مطالعه میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان و مناسبات خانوادگی در بین شهروندان تهران»، مطالعات راهبردی زنان، تابستان ۱۳۹۱ش، شماره ۵۶.
۸. محسنیان‌راد، ایران در چهار کهکشان ارتباطی، تهران: سروش، ۱۳۸۴.
۹. محمدی سیف، معصومه، «شبکه‌های

.Maghalat
<http://tabyin.ir/node/19159>
<http://www.mashregnews.ir/fa/>
 196897/news
<http://www.entekhab.ir/fa/>
 133904/news
<http://tabyin.ir/node/19159>
<http://dana.ir/News.html.218937>
<http://nabardepnhan.ir>

و اسلامی جوانان (مطالعه موردی شهرستان اراک ۱۳۹۰)، مجله: مطالعات ملی، تابستان ۱۳۹۲، شماره ۵۴.

۱۲. هاشمی، شهناز، «مطالعه موردی رابطه سازگاری اجتماعی و نگرش سیاسی - اجتماعی نوجوانان با تماشای ماهواره در شهر تهران»، علوم اجتماعی، پژوهش‌های ارتباطی، زمستان ۱۳۹۱، ش ۷۲، ص ۱۷۰-۱۵۱.

<http://nopadid.mcls.gov.ir/>

ماهواره‌ای و تغییر در کارکردهای خانواده»، علوم اجتماعی، رسانه و خانواده، تابستان ۱۳۹۲، سال دوم، شماره ۷.

۱۰. نهاوندی، علی، رشکیانی، مهدی، «بررسی و تحلیل اثرگذاری سریال‌های شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان بر خانواده»، رسانه و خانواده، زمستان ۱۳۹۰، شماره ۱.

۱۱. نیک ملکی، محمد، مجیدی، حسن، «شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان و هویت ملی

