

کاربرد فتوگرامتری UAV در برآورد جمعیت تحت تأثیر شبکه‌های ماهوره‌ای

علی شجاعیان^۱
نگار رحیم‌پور^{۲*}
ناهید سجادیان^۳

چکیده

گسترش و استفاده افراطی ماهواره‌ها با کارکرد متنوع خود و دگرگون‌سازی‌های پیوسته‌اش سبب آسیب‌پذیری این رساله شده است. ارائه‌ی محتوایی متعارض با فرهنگ ایرانی را می‌توان ویژگی دیگر این ابر رسانه خواند. هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی کارایی و کاربردهای تکنولوژی‌های نوین به عنوان نمونه فتوگرامتری UAV در برآورد جمعیت تحت تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای می‌باشد. به منظور تهیه و تولید نقشه‌های مورد نیاز، عکس‌های پهپاد با استفاده از نرم‌افزار Agisoft PhotoScan استانداردسازی و پردازش شده و در نهایت با استفاده از نرم‌افزار ArcGIS، تبدیل به نقشه گردید. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که چگونه توانمندی روش و تکنولوژی نوین UAV می‌تواند در امر آنالیزهای فرهنگ شهری راهگشا باشد و با استفاده از روش فتوگرامتری پهپاد می‌توان با تعیین موقعیت قرارگیری دیش‌های ماهواره، جهت دیش، تعداد LNBها و تعداد شبکه‌هایی که روی هر ماهواره نصب می‌گردد و با توجه به ماهیت آن شبکه‌ها ابعاد تأثیرگذار را شناسایی و حتی میزان تأثیرپذیری جمعیت مورد مطالعه را در جزئی‌ترین سطوح شهری و در واحد ملکی، از شبکه‌های ماهواره به صورت خاص و در امواج مختلف اقتصادی، فرهنگی و سیاسی شناسایی نمود.

واژه‌های کلیدی:

فتوگرامتری UAV، ماهواره، بلوک‌های شهری، جمعیت تحت تأثیر ماهواره.

^۱ عضو هیات علمی دانشگاه شهید چمران اهواز

^۲ دانش‌آموخته‌ی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری

^۳ استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز

* نویسنده مسئول Email: negar.rahimpour@yahoo.com

مقدمه

در دنیای امروز، فناوری‌های نوین اطلاعاتی با ایجاد تحولات پیچیده در روابط و مناسبات انسانی، اشکال جدیدی از الگوهای ارتباطی را ایجاد کرده‌اند. ماهواره و اینترنت نیز به عنوان یکی از مظاهر بارز فناوری‌های نوین اطلاعاتی و رسانه‌های ارتباطی، تأثیر بسیاری بر ساختارهای اجتماعی - فرهنگی جوامع امروزی داشته است. کاربرد مستمر فناوری‌های نوین و در رأس آنها شبکه‌های ماهواره و شبکه جهانی اینترنت، باعث ورود حجم وسیعی از برنامه‌های برون مرزی به فضای فکری جوامع شده و بر ابعاد زندگی فردی و جمعی افراد تأثیر می‌گذارد و موجب دگرگونی مفاهیم مختلف زندگی و پیدایش ذهنیت‌های ناپایدار و در نهایت هویت سیال می‌شود (پورمعروف و همکاران، ۱۳۹۶). فناوری ماهواره‌ای یکی از بزرگترین دستاوردهای علمی انسان پس از انقلاب صنعتی بوده است و موجب توانمندی ارتباطات در جهان امروز است. دستیابی بشر به دانش ساخت و پرتاب ماهواره به فضا، از جدیدترین و مهمترین گام‌هایی است که او در زمینه ارتباطات برداشته است. با فرستادن ماهواره به فضا و قرار دادن آنها در مدارهای مختلف در پیرامون کره زمین، چهره ارتباطات و دانش فنی مربوط به آن به کلی دگرگون شده و توانایی‌های شگرف در فرایند ارتباطات و دانش فنی مربوط به آن دگرگون شده است (نواح و نوری‌زاده، ۱۳۹۳). مسئله ماهواره پدیده نوظهور دیگری است که بنیاد اخلاقی جوامع را به خطر انداخته و از جدیدترین سلاح‌ها و حرکات مرسوم غرب به شمار می‌آید (مرادی و مهری، ۱۳۹۳). با ورود ماهواره امکان دگرگونی فرهنگ‌ها و سنت‌ها، بسیار بیش از گذشته و نیز سهل‌تر از آنچه که دیگر دستاوردها از گذشته تا حال می‌توانستند، فراهم آمده و تفکرات و بینش بسیاری از مردم را در جوامع مختلف و در بسیاری از امور به چالش کشیده است (عرفانی و محقی، ۱۳۹۳). بسیاری از نظریه‌پردازان، ماهواره و پخش و دریافت مستقیم تلویزیونی آن را عامل و تسهیل‌کننده تهاجم فرهنگی غرب، تخریب هویت‌های اجتماعی و بومی و به نفع فرهنگ مسلط آمریکایی و در نهایت یکسانی فرهنگی می‌دانند. درصد قابل توجهی از مردم کشورمان خصوصاً جوانان در اوقات فراغت از ماهواره و اینترنت استفاده می‌کنند و در نتیجه تحت تأثیر الگوها و ارزش‌هایی هستند که از طریق این رسانه‌ها اشاعه می‌گردد (حسین زاده و شجراوی، ۱۳۹۲). گرایش به کانال‌های ماهواره‌ای و شبکه‌های اجتماعی در سراسر دنیا همچنان رو به رشد است. این ابزارهای اجتماعی که با هدف‌های مختلفی ایجاد شده‌اند، امروزه به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی بسیاری از مردم تبدیل شده‌اند و کاربران بسیار زیادی را به خود جذب کرده‌اند (عرب انصاری و همکاران، ۱۳۹۳). بی‌تردید امروزه رسانه‌های ارتباط جمعی و خصوصاً ماهواره، نقش بی بدیلی در اثرگذاری بر افکار، باورها، ادراکات، نگرشها و نیز رفتارهای

افراد جوامع دارند و از آنها به عنوان یکی از عوامل بسیار مهم اجتماعی کردن، نام برده می‌شود که حیات فردی و اجتماعی انسان را سخت تحت تأثیر قرار داده‌اند (حمایت خواه جهرمی و همکاران، ۱۳۹۴) در این راستا هر کشوری با توجه به حساسیت‌ها و ملاحظات فرهنگی (به ویژه از نقطه نظر ارزش‌های سنتی، ملی و یا مذهبی) و یا سیاسی خود، ابعاد گوناگون این مسئله را مدنظر قرار داده است. یکی از این حساسیت‌ها، تضاد بسیاری از برنامه‌های ماهواره با ملاحظات فرهنگی و اجتماعی به ویژه در کشورمان و در نتیجه پیدایش آسیب‌های اجتماعی است (امیری و همکاران، ۱۳۹۰). در این بین از کیفیت و چگونگی مدیریت در اهداف گردانندگان شبکه‌های ماهواره‌ای نباید غافل بود. شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای برای صاحبانشان به عنوان اهرم‌های مؤثر تبلیغات فرهنگی یا اشاعه ایدئولوژی و رقابت سیاسی اقتصادی محسوب می‌شوند (سهرابی و سوری، ۱۳۹۵). استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای طی سالهای سال عمدتاً با اهداف نظامی، صنعتی و اقتصادی همراه بود، اما امروزه اهداف دیگری در بکارگیری آن مدنظر شرکت‌های چندملیتی و کشورهای توسعه‌یافته و صاحبان قدرتمند رسانه‌ای جهان قرار گرفته است بر همین اساس انواع تبلیغات زیبا و انبوهی از کالاها را در مقابل دیدگان افراد و علاقه‌مندان قرار می‌دهند (سلیمانی و کاظمی، ۱۳۹۳). یکی از مؤثرترین آثار ماهواره در مسیر تندباد توسعه ارتباطاتی، آثار آن بر حوزه فرهنگ می‌باشد. امروزه مشاهده می‌شود که ماهواره، واقعیت‌ها را آنطور که هست به تصویر نمی‌کشد، بلکه گاهی، بنگاه‌های استعماری مسائل را بزرگتر و یا کوچکتر از آنچه هست، می‌نمایند و به افراد، مجال تأمل و تفکر و آزادی بیان جزئیات را نمی‌دهند، زیرا رابطه میان ماهواره و مخاطب، رابطه‌ای یکسویه است و در این فرآیند پیام‌رسانی، تعیین نوع پیام‌ها و آگاهی‌ها، در اختیار فرستنده است و گیرنده پیام، به گونه‌ای خنثی و منفعل آن را دریافت می‌کند (محکم کار و حلاج، ۱۳۹۳). هرچند در ابتدا چنین به نظر می‌رسد که پیشرفت رسانه‌های ماهواره‌ای به صورت مطلق و بی‌قیدوشرط، پدیده‌ای مطلوب است و برای تحقق دهکده جهانی، ضرورت تام دارد، در تجربه‌ای کوتاه و چندین ساله معلوم شد که برخی از پیامدهای سوء این پدیده، از حیث فرهنگی به شدت آسیب‌زاست (ملک پور و همکاران، ۱۳۹۴). طبق آخرین آمار سایت‌های مربوط به صنعت ماهواره، امروزه حدود ۳۷۰ ماهواره در جهان فعالیت می‌کنند که این تعداد ماهواره، امواج حدود ۱۲۰۰۰ شبکه تلویزیونی را پشتیبانی می‌کنند. از بین این ۳۷۰ ماهواره، امواج حدود ۳۰ تا ۳۰ ماهواره آسمان کشورمان را پوشش می‌دهد. با این تعداد ماهواره، حدود ۳۰۰۰ شبکه آسمان ایران را تحت پوشش قرار داده است. تعداد شبکه‌های فارسی‌زبان ماهواره‌ای با سرعت زیادی در حال رشد است. بر اساس تخمین‌های غیر رسمی، حداقل ۳ میلیون دستگاه گیرنده و

بشقاب ماهواره‌ای در کشور وجود دارد. مطابق برآورد مذکور، باید اذعان داشت که حدود ۱۵ میلیون ایرانی به برنامه صداها کانال ماهواره‌ای دسترسی کنترل نشده‌ای دارند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۵). در کشور ایران، تصاویر دو هزار شبکه از تعداد ۱۷ هزار و ۶۶۶ شبکه ماهواره‌ای با وضوح بالا دریافت می‌شود. از این دو هزار شبکه ۳۸۰ شبکه اختصاص به موسیقی دارد که ۲۴ ساعته موسیقی و کلیپ‌های تلویزیونی پخش می‌کنند و از میان شبکه‌های قابل دریافت در ایران ۷۴ شبکه به مد لباس، آرایش و غیره، ۲۷۳ شبکه مخصوص ادیان، تاریخ و غیره، ۴۱۹ شبکه به ورزش، ۲۵۲ شبکه مخصوص کودکان و نوجوانان و ۹۲ شبکه اختصاص به مقولات اقتصادی دارد (سهرابی و سوری، ۱۳۹۵). وقتی کره‌ی زمین به یک دهکده‌ی جهانی تبدیل می‌شود، مردم کشور ما هم ناگزیر است که از ابزاری مانند فضای مجازی استفاده کند تا به این دهکده‌ی جهانی بپیوندد؛ اما متأسفانه مطابق عادت معهود این وسایل هم مانند خیلی از ابزارهای دیگر به راحتی وارد کشورمان شد، بدون این که فرهنگ استفاده از آن در میان مردم جا افتاده باشد و به این صورت وسایلی که می‌توانست در بسیاری از جاها گره‌گشای مسائل مردم باشد، تبدیل به معضلی شد که شاید حالا نبودنش را به بودنش ترجیح بدهیم (نعیمی و همکاران، ۱۳۹۶). در ایران نیز به رغم اشاعه بی‌ضابطه و رو به رشد استفاده از تجهیزات دریافت از ماهواره و همچنین نرخ رو به افزایش میزان بهره‌مندی از برنامه‌های پخش مستقیم ماهواره‌ای، نه تنها نگرانی‌های ملی در خصوص هجوم فرهنگی بیگانگان به فرهنگ جامعه ما کم نشده بلکه با پیدایش نظریه جهانی شدن، بر ظرافت و حساسیت محتوای برنامه‌های ماهواره‌ای افزوده شده است (آزور، ۱۳۹۵). در شهرهای امروزی مانند تهران که در روند رشد سریع و برق آسای طی چند دهه به یک ابرشهر تبدیل شده است، اهمیت این امر دو چندان است. از جمله پیامدهای مهم حاصل از ورود به دوره مدرنیته، افزایش شهرنشینی و تکثر و تنوع در بنیان‌های هویتی شهروندان، به خصوص در کلانشهرهاست. شهرنشینی نیز در ایران طی چند دهه اخیر رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است. این امر به ویژه در مورد شهر تهران کاملاً مشهود است (حسین زاده و شجراوی، ۱۳۹۲). گرایش مردم به ماهواره بویژه در کشورهای اسلامی، ارزش‌ها و باورها و رویه‌های فرهنگی و فرهنگ اصیل آنان را تحت تأثیر قرار داده است؛ به عبارت دیگر رسانه‌ها و از جمله ماهواره به عنوان نماد فرهنگی هستند که از آن طریق، ارزش‌ها و باورهای مذهبی و فرهنگی و اجتماعی و غیره تحت تأثیر قرار می‌گیرند (نواح و نوری زاده، ۱۳۹۳). 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. بسیاری معتقدند برنامه‌های

ماهواره‌ای بر افزایش خشونت در جامعه بسیار موثر است. براساس تحقیقات مختلف برنامه‌های ماهواره‌ای نامطلوب، بر مخاطبان خود به‌ویژه کودکان و نوجوانان، اثراتی چون خشونت، عصبانیت، اختلالات روانی، فراموشی، بی‌عاطفگی و احساس بیگانگی یا بی‌هویتی ایجاد می‌کند (علی پور و اقامتی، ۱۳۹۴). در سال‌های اخیر، مسئولان ذی‌ربط در خصوص استفاده از دیش‌های ماهواره، برخوردهای متفاوتی داشته‌اند. در دوره‌هایی برخورد شدید و جمع‌آوری و جریمه و مجازات افراد و خانواده‌های دارای ماهواره را به شدت پیگیری کرده و در مقطعی دیگر، با مسامحه از کنار آن گذشته‌اند. به هر حال چنین رفتارهایی نشان دهنده فقدان رویکرد روشن درباره مواجهه با ماهواره در ایران است و همچنین نشان می‌دهد که برخوردهای سخت هیچ‌گاه نتوانسته است راه‌حلی مناسب برای مقابله با تأثیرات منفی ماهواره باشد (زمانی، ۱۳۹۱). امروزه نقش GIS از ارائه نقشه و نمایش تصاویر، فراتر رفته است. تکنیک‌ها و مفاهیم جغرافیایی برای ایجاد یک چهارچوب عمومی و برای اطمینان از بکارگیری همه آنها در موقعیت دلخواه بکار می‌رود و بر این اساس ضروری است در پدافند غیرعامل که مستلزم بکارگیری جنگ‌افزار نبوده و در واقع صلح‌آمیزترین و معقول‌ترین روش دفاعی است، با استفاده درست از سیستم‌های اطلاعات جغرافیایی و برنامه‌های مرتبط در کاهش خسارات مالی به تجهیزات و تأسیسات حیاتی و حساس نظامی و غیرنظامی و تلفات انسانی اقدام نمود. بهره‌گیری از فناوری‌های نوینی همچون GIS امروزه در کشورهای پیشرفته فراگیر شده است و تحقیقات بسیاری در این زمینه صورت گرفته که می‌تواند کمک فراوانی در پیش‌بینی مناطق آسیب‌پذیر و همچنین کمک به مجروحین و ساماندهی امور پس از سانحه باشد (حسینی جادی و همکاران، ۱۳۹۵). در نهایت هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی کاربرد فتوگرامتری UAV در مطالعات جمعیت تحت تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای در ناحیه هفت شهر بهبهان می‌باشد.

مرور مبانی نظری و پیشینه پژوهش

امیری و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی تحت عنوان بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و گرایش بهره‌برداران به آسیب‌های اجتماعی در بین جوانان شهر کرج به این نتایج رسیده‌اند که بین گرایش به آسیب‌های اجتماعی با میزان استفاده، نوع استفاده و میزان اعتماد به ماهواره همبستگی معناداری وجود دارد.

زمانی (۱۳۹۱) پژوهشی تحت عنوان بررسی نقش ماهواره بر نظم اجتماعی با هدف سنجش تأثیر ماهواره بر مؤلفه‌های ایجابی و سلبی نظم اجتماعی انجام داد. یافته‌های تحقیق نشان داد که تماشای ماهواره موجب تضعیف هویت ملی و کاهش رعایت شعار مذهبی به عنوان

مؤلفه‌هایی ایجابی نظم اجتماعی است، اما تماشای ماهواره، بر جهان وطنی فرهنگی اثر مثبت داشته که تسهیل‌کننده نظم نوین جهانی است.

حسین زاده و شجراوی (۱۳۹۲) به پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر میزان و نوع استفاده از ماهواره بر هویت اجتماعی، دینی و ملی نوجوانان پرداخته‌اند. نتایج حاصل از رگرسیون نشان می‌دهد که تنها سه متغیر پایگاه اجتماعی- اقتصادی و میزان علاقه‌مندی نسبت به نوع برنامه‌های ماهواره‌ای میزان استفاده از ماهواره معنادار بوده‌اند که در مجموع ۱۶ درصد از تغییرات مربوط به هویت اجتماعی، دینی و ملی را این دو متغیر تبیین می‌کنند.

نتایج تحقیق نجفی و همکاران که در سال ۱۳۹۳ تحت عنوان بررسی رابطه کیفیت برنامه‌های تلویزیونی ایران بر گرایش افراد به ماهواره و اینترنت (مطالعه موردی شهر کرج) انجام شد بدین صورت است که رابطه معنی‌داری بین عدم کیفیت برنامه‌های تلویزیونی و گرایش جوانان به برنامه‌های ماهواره‌ای اینترنت وجود دارد.

نتایج پژوهش نورعلیان و همکاران در سال ۱۳۹۳ با عنوان تأثیرات منفی استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای بر خانواده ایرانی نشان داد که به ترتیب ترویج بدحجابی و بی‌حجابی، ترویج مصرف‌گرایی و فاصله گرفتن از ساده زیستی، ترویج و بسترسازی عشق‌های خیابانی، افزایش روابط نامشروع خارج از خانواده، ضعف باورهای دینی، استفاده از مشروبات الکلی، تبلیغ همجنس بازی، استفاده افراطی از لوازم‌آرایی، بلوغ زودرس فرزندان در نتیجه استفاده از ماهواره در سطر آسیب‌ها قرار داشته‌اند.

نتایج حاصل از پژوهشی که توسط ملک پور و همکاران (۱۳۹۴) با عنوان ابعاد عملکرد خانواده و هویت اجتماعی؛ نقش واسطه‌ای گرایش به برنامه‌های ماهواره انجام شد نشان داد که گرایش به استفاده از ماهواره، میان ابعاد عملکرد خانواده و هویت اجتماعی، نقش واسطه‌ای دارد.

مقتدایی و امیری (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر مدیریت افکار عمومی بر احساس امنیت اجتماعی شهروندان اصفهانی به این نتایج رسیده‌اند که عواملی مانند رهبران فکری، تبلیغات، گروه‌های فشار سودطلب و آرمان‌گارا و استفاده از رسانه‌های داخلی بر احساس امنیت اجتماعی افراد مدنظر به صورت مستقیم و معنادار و شایعات، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های خارجی بر این احساس، به شیوه معکوس و معنادار تأثیر دارند.

مبانی نظری

با توجه به مبانی نظری و مطالعات انجام شده در این زمینه می‌توان مهمترین نظریات مرتبط جهت تبیین تأثیر ماهواره بر هویت اجتماعی، ملی و مذهبی را مطرح نمود. در این تحقیق چارچوب نظری جهت تبیین این مسئله از نظریه‌های شکاف آگاهی، نظریه گلوله، نظریه تکامل فردی، نظریه الگوبرداری، نظریه سلطه‌جویی‌های برنامه‌های ماهواره‌ای، نظریه اثر متحرک، نظریه وابستگی؛ مخاطب، رسانه، جامعه، نظریه رسانه‌های سرایت دهنده، نظریه برجسته‌سازی، نظریه ساختاربندی، نظریه استفاده و خشنودی، نظریه کاشت استفاده شده است که در زیر به شرح آنها می‌پردازیم:

نظریه شکاف آگاهی

وقتی ریزش اطلاعات رسانه‌های جمعی به نظام اجتماعی افزایش می‌یابد، بخش‌هایی از جمعیت با پایگاه اجتماعی اقتصادی بالاتر، سریعتر از بخش‌های با پایگاه پائین تر، این اطلاعات را کسب می‌کنند؛ به طوری که تفاوت یا شکاف در آگاهی میان این بخشها افزایش می‌یابد. این پدیده را فرضیه شکاف آگاهی می‌گویند. شکاف آگاهی که یکی از نظریات تأثیر رسانه‌های جمعی می‌باشد، معتقد است که ارتباط جمعی نابرابری‌های اطلاعاتی موجود را تقویت می‌کند؛ یا افزایش می‌دهد، بنابراین فرضیه قائل نیست که جمعیت دارای طبقه پائین، کاملاً بی‌خبر باقی می‌مانند؛ بلکه مدعی است که رشد دانایی بطور نسبی در میان گروه‌های دارای منزلت بالا بیشتر است (نورعلیان و همکاران، ۱۳۹۳).

نظریه گلوله

نظریه گلوله نخستین نظریه‌ای که پیرامون دامنه تأثیرات رسانه‌های عمومی فرمول‌بندی شده است «نظریه گلوله» است که از آن با اسامی دیگری، نظیر، نظریه سوزن تزریقی یا نظریه کمر بند انتقال، نیز یاد می‌شود. بنایان این نظریه براین باورند که پیام‌های ارتباط جمعی بر همه مخاطبانی که در معرض آنها قرار می‌گیرند تأثیرات قوی و کمابیش یکسانی دارند (پارسای و همکاران، ۱۳۹۵).

نظریه تکامل فردی

نظریه تکامل فکری، بیان می‌کند که اثر یک رسانه، همچون ماهواره بر روی افراد برحسب استفاده‌ای که آنها از رسانه می‌کنند متفاوت است. مؤلفه دیگر این نظریه بیان می‌کند که تماشای افراطی ماهواره باعث شکل‌گیری دید مشترک نسبت به جهان و ارزش‌ها می‌شود.

همچنین این نظریه بیان می‌کند که اثرات برنامه‌های ماهواره‌ای بسته به این که محتوای آنچه ارتباطی با رویکردهای ویژه افراد دارد، ممکن است در بین گروه‌های خاص بیشتر از گروه‌های دیگر باشد (مرادی و مهری، ۱۳۹۳).

نظریه الگوبرداری

نظریه الگوبرداری نیز معتقد است که رسانه‌های جمعی به خصوص تلویزیون و سینما، مردم را طبق الگوهای مختلف رفتاری به عمل وامی‌دارند. این برنامه‌ها می‌توانند به عنوان «الگوهای رفتار»، عمل کنند و قابل تقلید باشند و مردمی که بیننده کنش تصویر شده هستند، ممکن است از آن به عنوان بخشی از مجموعه‌ی رفتاری خود استفاده کنند. بلومر به تقلید وسیع کودکان از اعمال و موقعیت‌هایی که بر پرده می‌بینند، اشاره کرده است. این نظریه توضیح می‌دهد که چگونه تماشای رفتار دیگران در رسانه‌ها یا به طرق دیگر، موجب اکتساب آن می‌شود (حمایت خواه جهرمی و همکاران، ۱۳۹۴).

نظریه سلطه جویی‌های برنامه‌ی ماهواره‌ای

از نظر التوسر، ایدئولوژی از این جنبه که از طرف طبقات حاکم و با استفاده از زور بر جامعه تحمیل شده باشد سلطه محسوب نمی‌شود. بلکه از این نظر که به صورت یک تأثیر فرهنگی که از روی قصد و به طور برنامه‌ریزی شده در جامعه گسترش یابد و براساس آن تجربیات ما از واقعیت شکل می‌گیرد و در خدمت طبقات حاکم قرار می‌گیرد سلطه محسوب می‌شود (نجفی و همکاران، ۱۳۹۳).

نظریه اثر محرک

این نظریه مدعی است که بسیاری از تأثیرات یا رسانه‌آنی؛ موقت و کوتاه هستند. بروکوتیز معتقد است وقتی فرد در معرض اخبار خشونت‌آمیز قرار می‌گیرد، اندیشه سیاسی در او فعال یا تحریک می‌شوند و بدین طریق نحوه واکنش فرد به خشونت رسانه یا شکل پیدا می‌کند. مطابق این نظریه رسانه‌ها به منزله مدرک هستند و فرض می‌شود که رفتار حاصل از واکنش ارگانیسم طی مدت زمانی نسبتاً کوتاه بروز می‌کند. سه نوع مختلف از واکنش کوتاه‌مدت وجود دارد که مربوط به مخاطبان رسانه‌هاست. اول آن که رسانه‌ها قادرند حالت احساس مخاطبین خود را تغییر دهند و در آنها هیجان و برخی دیگر از حالات عاطفی را ایجاد نمایند که در کوتاه‌مدت احتمال تهاجم فیزیکی را افزایش می‌دهد. از این نظر سطح احساسات موضوع حائز اهمیت تلقی می‌گردد (نجفی و همکاران، ۱۳۹۳).

نظریه وابستگی؛ مخاطب - رسانه - جامعه

ملوین دیفلور نیز نظریه وابستگی مخاطب - رسانه - جامعه را مطرح ساخت. او بر این نکته تأکید دارد که می‌توان از روابط سه‌گانه بین رسانه‌ها - مخاطبان - جامعه و پیامدهای شناختی، عاطفی و رفتاری رسانه بر مخاطبان سخن گفت. وی معتقد است که اولین پیامد تأثیر رسانه‌ها، ایجاد ابهام در مخاطبان و سپس رفع آن ابهام است. ابهام، خود، ناشی از برخورد اطلاعات متناقض با یکدیگر است. نفوذ و جاذبه تلویزیون در دنیای کنونی، امری بدیهی است و نقش آن در آموزش، هدایت، جهت‌دهی و قالب‌سازی افکار عمومی جامعه، انکارناپذیر است. به همین دلیل، دولت‌ها یا بخش خصوصی، آن را به عنوان یکی از ابزارهای اصلی نفوذ در افکار عمومی در جهت هدف‌های مدنظر خود به کار می‌برند. اختراع ماهواره‌های مخابراتی نیز تأثیرگذاری تلویزیون را از مرزهای ملی عبور داده و به امری فراملی و جهانی تبدیل کرده است. کشورهای قدرتمند با تکیه بر امکانات قوی ارتباطی و ماهواره‌ای، درصدد هستند تا سراسر جهان را به عرصه تاخت‌وتاز امواج تصویری خود تبدیل کنند و به طور یکجانبه، افکار جهانیان را در جهت هدف‌ها و امیال خود سوق دهند. بدین گونه این کشورها تلاش می‌کنند که از تلویزیون به عنوان یک جعبه جادویی برای یکسان‌سازی افکار عمومی جهانیان و تشکیل دهکده واحد جهانی بهره‌برداری نمایند (عرب انصاری و همکاران، ۱۳۹۳).

نظریه رسانه‌های سرایت دهنده

نظریه دیگری که از رسانه‌ها با عنوان عاملی تأثیرگذار یاد می‌کند، نظریه‌ای است که از سوی ژوزف ان کاپلا مطرح شده است. در این نظریه رسانه‌های ارتباط جمعی به منزله عواملی هستند که موجب تکثیر ایده‌ها و یا اشاعه آنها از طریق فرایند تقلید می‌شوند. کاپلا این نظریه را با عنوان "Media as memo" نخستین بار در سال ۲۰۰۱ در کنفرانس انجمن بین‌المللی ارتباطات مطرح کرده است. نظریه‌ای که در چند پژوهش به همراه جیمسون آن را در رابطه با تأثیر رسانه‌ها بر روی اعتماد اجتماعی و بدبینی مخاطبان آزمون کرده است. کاپلا ادعا می‌کند که رسانه‌ها یکی از عوامل مؤثر بر نزول سرمایه اجتماعی به طور عام و اعتماد اجتماعی به طور خاص است و این مسئله را بر اساس نظریه فوق تبیین می‌کند (سهرابی و سوری، ۱۳۹۵). نظریه ژوزف کاپلا با عنوان رسانه‌های سرایت دهنده نیز وسایل ارتباط جمعی را به عنوان مجموعه عواملی می‌بیند که موجب تکثیر ایده‌ها یا اشاعه آنها از طریق فرایند «تقلید» می‌شوند. منظور کاپلا از تقلید، همان چیزی است که بین دو نفر اتفاق می‌افتد؛ یعنی تقلید یک فرد از دیگری. او از نوعی تقلید رفتاری - ذهنی و همه‌گیری سخن می‌گوید که این موارد تقلید

شده را با هویت دقیقشان در ذهن نداریم، بلکه نتایج آنها را می‌بینیم و آنها را در رفتار دیگران تجربه می‌کنیم. کاپلا این فرآیند تقلید را «میمی» می‌نامد. میمی‌هایی که از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی ایجاد می‌شوند، نظیر مدها و اصطلاح‌هایی که مردم آنها را از تلویزیون یاد گرفته‌اند. به نظر کاپلا، میمی‌ها به مرور زمان به فرهنگ جوامع تبدیل می‌شوند. از این‌رو، وی اظهار می‌دارد که رسانه‌ها می‌توانند نگرش مخاطبان خود را به محیط، دگرگون سازند (عرب انصاری و همکاران، ۱۳۹۳).

نظریه برجسته‌سازی

این نظریه را به مک کامبزو شاو نسبت می‌دهند. سورین در تعریف برجسته‌سازی می‌نویسد: برجسته‌سازی یکی از تئوری‌هایی است که از طریق آن رسانه‌های ارتباط جمعی می‌توانند بر عامه مردم تأثیرگذار باشند. برجسته‌سازی یعنی این اندیشه که رسانه‌های خبری با ارائه خبرها، موضوعاتی را که عامه راجع به آنها فکر می‌کنند تعیین می‌نمایند. برجسته‌سازی رابطه نزدیکی با افکار عمومی دارد. بر همین اساس نیز گفته می‌شود که برجسته‌سازی به والتر لیپمن برمی‌گردد که برای نخستین بار در کتاب خود با عنوان "افکار عمومی" در سال ۱۹۲۰ به این مسئله (این فکر که محتوای برنامه‌های رسانه‌گران نظرات افراد را تغییر دهند) اشاره کرده است. او در کتاب خود با عنوان افکار عمومی از توان رسانه‌ها در بنای واقعیت سخن گفته است (سهرابی و سوری، ۱۳۹۵). بی‌عفتی، ترویج فحشا و تقویت بی‌وفایی، تجمل‌گرایی، بی‌اعتنایی به فرزندان، بی‌احترامی نسبت به یکدیگر در خانواده، بی‌اعتنایی نسبت به حدود در خانواده‌ها، از جمله موضوعات مهمی است که به عنوان آموزه‌های مورد هدف این شبکه‌های ماهواره‌ای در حال برجسته‌سازی است. در این شرایط، کشورهایی که به حفظ فرهنگ ملی خود می‌اندیشند، وظیفه‌ای سخت و دشوار پیش‌رو دارند و برای مقابله با این توطئه، باید با تمام قوا و هوشیاری و استفاده بهینه از سرمایه‌های مادی و انسانی خود، دست به کار شوند و به ایمن‌سازی جامعه خویش در برابر این امواج بپردازند. آگاه کردن جامعه به هدف‌های تبلیغاتی غرب، از طریق صدا و تصویر، گامی اساسی در جهت مصونیت بخشیدن جامعه و پاسداری از هویت و ارزش‌های ملی محسوب می‌شود (عرب انصاری و همکاران، ۱۳۹۳).

نظریه ساختاربندی^۴ آنتونی گیدنز

اصطلاح ساختاربندی در سال ۱۹۷۳ در بحث فرایندهای شکل‌گیری طبقه رواج یافت و آن را به روند پویایی ارتباط می‌دهد که باعث ایجاد ساختار می‌شود. از نظر گیدنز، مهمترین کلید برای فهم دگرگونی‌های علوم اجتماعی، پرداختن به کنش انسانی و ساخت اجتماعی است و در هر تحقیقی در حوزه علوم اجتماعی باید به نوعی بدنبال بیان رابطه بین عاملیت و ساختار باشد اما کلاسیک‌های جامعه‌شناسی بر یکی از این دو (کنش-ساختار) تأکید داشته‌اند و یکی را عامل تعیین‌کننده دانسته‌اند، اما نظریه ساختاربندی ترکیبی از این دو زمینه است (حسین زاده و شجراوی، ۱۳۹۲).

نظریه استفاده و خشنودی

در نظریه «استفاده و خشنودی» که بنیان آن پس از ارائه الگوی ارتباطی سال ۱۹۷۹ وینداها^۵ شکل گرفت، به جای «گیرنده» از اصطلاح «مصرف‌کننده» استفاده شد. مصرف‌کنندگان فعال محتوای رسانه‌ها دیده می‌شوند، نه عمل‌کنندگان منفعل مقابل رسانه‌ها و در واقع، به «مصرف‌کنندگان» رسانه‌ها، بیش از «پیام» رسانه‌ها توجه می‌شود. مصرف‌کنندگان، پیام را برای مصرف به کار می‌برند و مصرف آنان بخشی از متغیر هر مقطع زمانی در فراگرد ارتباط و تأثیرات آن است. بر اساس این رویکرد از آنجایی که مخاطبان فعال‌اند. نیازهایشان را می‌شناسند، کنش متقابل آنها با رسانه‌های جمعی را توجیه می‌کنند. مصرف‌کننده موجودی است فعال و هدف‌گرا که به طور جدی مسئولیت‌گزینش رسانه‌ای دارد؛ گزینشی که مبنای آن را نیازهای ارتباطی او ایجاد می‌کند. در این نظریه، رسانه‌ها فقط یکی از راه‌های دستیابی به این نیازها هستند (حسین زاده و شجراوی، ۱۳۹۲).

نظریه کاشت

در مورد تأثیر رسانه‌ها بر هویت و ابعاد آن، نظریه کاشت (جرج گربنر) بهتر می‌تواند به تحلیل تأثیرات رسانه‌ای بپردازد. گربنر می‌گوید تلویزیون و ماهواره در میان رسانه‌های مدرن چنان جایگاه محوری در زندگی ما پیدا کرده‌اند که به غلبه آن بر محیط نمادین ما منجر شده و پیام‌هایش در مورد واقعیت جای تجربه شخصی و سایر وسایل شناخت جهان را گرفته است. به نظر او، پیام تلویزیون (ماهواره، چون در جوامع غربی، ماهواره ممنوعیتی ندارد و به عنوان یک

⁴. Structuration

⁵. Vinda Hull

رسانه رایج مورد استفاده قرار می‌گیرد) از چندین جنبه اساسی، از واقعیات فاصله دارد، اما به خاطر تکرار دائمی آن، نهایتاً به عنوان دیدگاه مورد وفاق جامعه پذیرفته می‌شود. نظریه کاشت فرض می‌کند که تلویزیون تأثیرات بلندمدت در نگرش بینندگان دارد. از دیدگاه رویکرد کاشت، رسانه‌ها تأثیرات بلندمدتی دارند که غیرمستقیم تدریجی و کوچک هستند، اما تراکمی و رو به افزایش و چشمگیرند و عمدتاً تأکید بر آثار نگرشی است تا آثار رفتاری (حسین زاده و شجراوی، ۱۳۹۲).

نظریه کاشت فرض می‌کند که تلویزیون آثار بلندمدت در نگرش بینندگان دارد، آثاری که غیرمستقیم، تدریجی و کوچک اما تراکمی و رو به افزایش است. امروزه می‌توان بر مبنای نظریه کاشت، ویژگی‌های تلویزیون را به رسانه‌های جدیدتری همچون تلویزیون‌های ماهواره‌ای و اینترنت و تا حدودی ویدیو نیز تعمیم داد. رویکرد کاشت به رسانه‌های جمعی به عنوان عامل اجتماعی شدن می‌نگرد و به دنبال بررسی این موضوع است که بینندگان و استفاده‌کنندگان این رسانه‌ها چقدر تحت تأثیر نسخه رسانه‌ای «واقعیت» هستند (سهرابی و سوری، ۱۳۹۵).

به نظر گرینر، اهمیت رسانه در خلق راه‌های مشترک انتخاب و نگرستن به رویدادهاست. او این فرآیند را کاشت انگاره‌های غالب می‌خواند. کاشت به معنای پذیرش و درونی سازی نگرشی تلویزیونی و رسانه‌ای توسط مخاطبان و بینندگان است، بنابراین از دیدگاه این نظریه می‌توان فرض کرد، کسانی که مصرف رسانه‌ای بیشتری دارند، در مقایسه با کسانی که مصرف رسانه‌ای کم‌تری دارند، به سبک‌های زندگی نمایش داده شده در تلویزیون و دیگر رسانه‌های دیداری شنیداری تمایل بیشتری خواهند داشت (عبدالهی و صداقت، ۱۳۹۲).

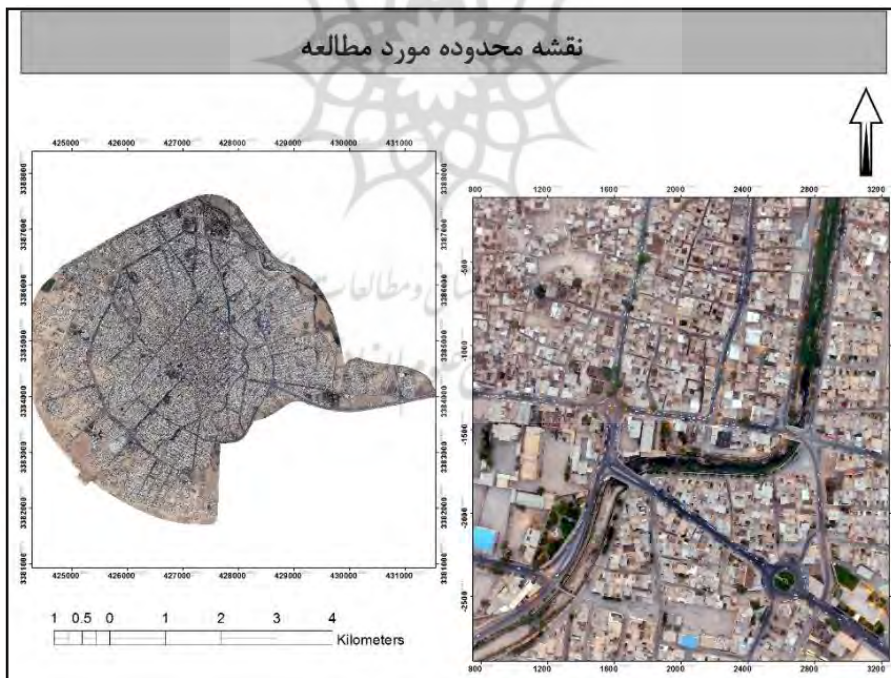
گرینر با تمرکز مطالعات خود بر شهروندانی که میزان تماشای تلویزیون در میان آنها بالاست و مقایسه آن با افرادی که کمتر تلویزیون تماشا می‌کنند، چنین نتیجه گرفت که از نظر تماشاگران پرمصرف، تلویزیون عملاً دیگر منابع اطلاعات، افکار و آگاهی‌ها را به انحصار درمی‌آورد و یک کاسه می‌کند (عرب انصاری و همکاران، ۱۳۹۳).

گرینر استدلال می‌کند که تلویزیون آثار دراز مدتی دارد، آثار تدریجی و غیرمستقیم اما متراکم و بااهمیت. وی با استفاده از تحقیقی که احتمالاً طولانی‌ترین و گسترده‌ترین برنامه پژوهش اثرهای تلویزیون است، نظریه کاشت باورها را ارائه داد (سلیمانی و کاظمی، ۱۳۹۳).

محدوده مورد مطالعه

شهرستان بهبهان جزء استان خوزستان و در شمار مناطق جنوبی کشور ایران قرار دارد. سابقه تاریخی آن به دوره آبادانی ایالات ارجان قدیم، در سال‌های قبل از اسلام پیوند خورده است

(اسماعیلی، ۱۳۸۷). وسعت شهرستان بهبهان معادل ۳۱۹۵ کیلومترمربع است. شهرستان بهبهان از شمال و شرق به استان کهگیلویه و بویراحمد، از غرب به شهرستان‌های آغاچاری و امیدیه، از جنوب غرب به شهرستان هندیجان و از جنوب به استان بوشهر محدود شده است (سند راهبردی توسعه اقتصادی شهرستان‌های استان خوزستان، ۱۳۹۴). شهر بهبهان مرکز شهرستان بهبهان در جنوب شرقی استان خوزستان است. شهر بهبهان از نظر جغرافیایی بین ۳۰ درجه و ۳۶ دقیقه شمالی و ۵۰ درجه و ۱۴ دقیقه و ۱۵ ثانیه شرقی نسبت به گرینویچ قرار دارد. بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، جمعیت شهر بهبهان ۱۲۲۶۰۴ نفر است که از این تعداد ۶۲۱۲۴ نفر مرد و ۶۰۴۸۰ نفر زن می‌باشد. همچنین تعداد خانوار شهر بهبهان ۳۵۸۲۶ می‌باشد (سرشماری عمومی نفوس و مسکن، ۱۳۹۵). محدوده مورد مطالعه در این پژوهش که به صورت اختصاصی در این محدوده تحقیق شده است بخش اعظمی از ناحیه هفت منطقه یک شهر بهبهان می‌باشد. این محدوده از نظر موقعیت جغرافیایی در شمال شرق شهر بهبهان قرار دارد.



شکل (۱) موقعیت محدوده مورد مطالعه

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نظر هدف پژوهشی کاربردی است. همچنین از لحاظ ماهیت توصیفی-تحلیلی، موردی و پیمایشی است. روش جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش ترکیبی از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی است. داده‌های نظری پژوهش حاضر به روش کتابخانه‌ای و از طرح‌های تحقیقاتی، آمارنامه‌ها، کتب و مقالات، طرح‌های شهری و غیره جمع‌آوری شده است. داده‌های عملیاتی این پژوهش از طریق مطالعات میدانی، مشاهده و با استفاده از ابزارهای نوین تهیه داده گردآوری شده است. پژوهش حاضر از یک‌سو در زمره تحقیقات کاربردی است و از سوی دیگر نیز تحقیقی بنیادی است. در این پژوهش از روش نوین تولید نقشه با استفاده از ابزار پهپاد استفاده شده است. در پژوهش حاضر برای دستیابی به اهداف و ارزیابی فرضیه‌های طراحی شده، نیازمند استفاده از داده، نرم‌افزار و سخت‌افزارهای تخصصی می‌باشد. در پژوهش حاضر از دوربین رقومی غیر متریک Canon eosm3، استفاده گردید. سیستم بدون سرنشین مورد استفاده در پژوهش حاضر، مولتی روتور اینسپایر ۲ می‌باشد. نرم‌افزارهای مورد استفاده نیز نرم‌افزار تخصصی فتوگرامتری Agisoft PhotoScan جهت پردازش تصاویر و ArcGIS ۱۰٫۵ جهت ترسیم و تهیه نقشه‌های نهایی است. اطلاعات مورد نیاز تحقیق با استفاده از عکس‌های هوایی اخذ شده توسط پهپاد، گردآوری شده است. به منظور تهیه و تولید نقشه مورد نظر، عکس‌های پهپاد با استفاده از نرم‌افزار Agisoft PhotoScan استانداردسازی و در نهایت تبدیل به نقشه گردید. مراحل اجرا شامل موارد طراحی (شناسایی، طراحی پرواز، طراحی نقاط کنترل زمینی و نشانه‌گذاری)، عملیات نقشه برداری زمینی (ایجاد ایستگاه ناوبری زمینی، تعیین موقعیت ایستگاه‌های اصلی و نقاط کنترل)، عملیات پرواز (کنترل‌های قبل از پرواز، ناوبری پرنده، تصویربرداری قائم، کنترل بعد از پرواز و تخلیه اطلاعات)، پردازش (محاسبه نقاط کنترل زمینی، مثلث‌بندی هوایی، تولید و فیلتر کردن ابرنقاط، تولید مدل رقومی ارتفاعی، تولید منحنی میزان، تولید ارتوفتوموزاییک)، کنترل صحت هندسی (رعایت استانداردها، کنترل دقت هندسی)، تبدیل خروجی (تبدیل عوارض مسطحاتی و ارتفاعی، ترسیم و کارتوگرافی، ایجاد پایگاه داده مکانی) می‌باشد.

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

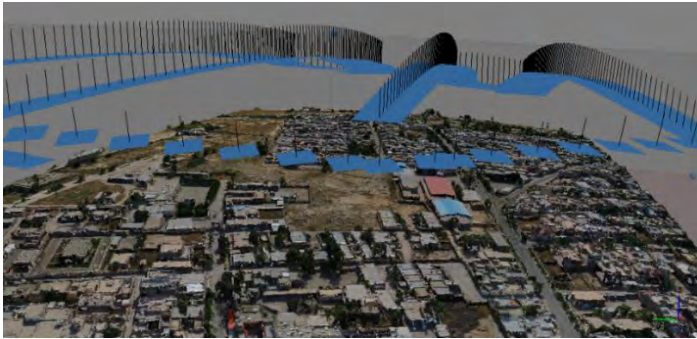
فتوگرامتری پهپاد مبنا تلفیقی از فتوگرامتری هوایی و فتوگرامتری برد کوتاه است که در آن یک سنسور اخذ داده که می‌تواند دوربین متریک یا غیر متریک و یا هر وسیله اخذ داده دیگری باشد، بر روی یک وسیله پرواز بدون سرنشین نصب شده و از ارتفاع کم داده‌ها اخذ می‌گردند

(سجادیان و همکاران، ۱۳۹۶). در سال‌های اخیر به علت نیاز به تصویربرداری از نواحی غیر قابل دسترس که نیاز به پرواز در ارتفاعات پایین می‌باشد و همچنین صرفه‌جویی در زمان و هزینه و عدم نیاز به محدودیت‌های فیزیولوژیکی، به کارگیری فتوگرامتری پهپاد کم‌هزینه رواج زیادی پیدا کرده است (رحیم پور، ۱۳۹۶). سرعت بالا در برداشت داده‌ها، کیفیت و تراکم بالا داده‌ها و بکارگیری الگوریتم‌های پردازش خودکار از جمله ویژگی‌های بارز نقشه‌برداری هوایی با استفاده از پرنده‌های بدون سرنشین است. از طریق نقشه‌برداری زمینی صرفاً می‌توان به نقشه توپوگرافی یک منطقه در زمان طولانی و با هزینه زیاد دست یافت، در حالی که در نقشه‌های استخراج شده از تصاویر هوایی می‌توان علاوه بر کاهش زمان و هزینه (به نسبت ابعاد) به خروجی‌هایی دست یافت که در روش زمینی وجود ندارد (شجاعیان و همکاران، ۱۳۹۶).

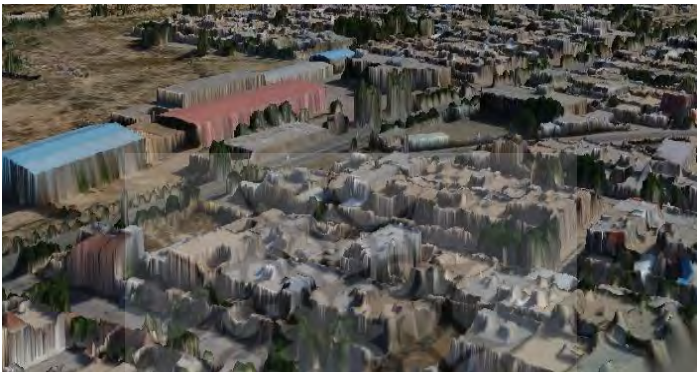
در این پژوهش از روش فتوگرامتری UAV جهت بررسی و شناسایی دیش‌های ماهواره و برآورد جمعیت تحت تأثیر شبکه‌های ماهواره استفاده شد. محصول نهایی فتوگرامتری ارتوفتو، تصویر قائم از منطقه است. از ارتوفتو موزاییک جهت تهیه نقشه مسطحاتی استفاده می‌شود. این محصول نهایی را در نرم افزارهای مختلف مورد ترسیم قرار می‌دهند. به عنوان مثال در پژوهش حاضر از نرم‌افزار ArcGIS ۱۰٫۵ استفاده شده است. یکی از کاربردهای روش فتوگرامتری پهپاد شناسایی و موقعیت‌یابی دیش‌های ماهواره در سطح شهر و در نهایت بر هر بلوک و واحد ساختمانی می‌باشد. از این رو ناحیه هفت شهر بهبهان به عنوان نمونه موردی جهت بررسی کاربرد روش فتوگرامتری پهپاد در برآورد جمعیت تحت تأثیر ماهواره انتخاب شده است. شکل (۲) مراحل پردازش و تجزیه و تحلیل تصاویر را در روش فتوگرامتری UAV در نرم‌افزار Agisoft Photoscan نشان می‌دهد. با استفاده از روش فتوگرامتری پهپاد جانمایی و موقعیت دقیق دیش‌های ماهواره شناسایی شد. با شناسایی دیش‌های ماهواره می‌توان به این امر مهم دست یافت که چه تعداد از مردم شهر تحت تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای قرار دارند.



الف) تعیین مختصات سه بعدی نقاط مشترک



ب) تولید ابر نقطه متراکم



ج) تولید Mesh



د) نگاهت بافت



ر) تولید ارتوفتو نهایی

شکل (۲) مراحل پردازش، تجزیه و تحلیل و تهیه محصولات نهایی در روش فتوگرامتری پهپاد

با توجه به موقعیت دقیق دیش‌های ماهواره می‌توان محاسبه نمود که جانمایی دیش‌ها با کدام یک از بلوک‌های آماری شهر و واحدهای ملکی همپوشانی دارند و در نهایت میزان تأثیرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای را نسبت به تعداد طبقات هر واحد ملکی و بعد خانوار هر ملک یا بلوک را می‌توان محاسبه کرد و به ازای هر واحد ساختمانی، تعداد طبقات و بعد خانوار می‌توان بررسی نمود که به ازای هر دیش چه تعداد جمعیت تحت پوشش امواج و شبکه‌های ماهواره‌ای داریم و چه تعداد جمعیت تحت تأثیر هستند. به طور کلی با عکس‌برداری هوایی موقعیت دیش‌ها را می‌توان جانمایی کرد و سپس با نقشه‌های بلوکی ملک تطابق داد و در نهایت می‌توان به این نتایج دست یافت که هر دیش در مالکیت چه کسی هست و با توجه به آمار بعد خانوار و تعداد طبقات چه درصد و جمعیتی تحت امواج این شبکه‌ها هستند.

گام بعدی این است که با توجه به موقعیت قرارگیری دیش‌های ماهواره، جهت دیش، تعداد LNBها و تعداد شبکه‌هایی که روی هر ماهواره نصب می‌گردد و با توجه به ماهیت آن شبکه‌ها می‌توان به این نتایج دست یافت که جمعیت مورد مطالعه بیشتر تحت تأثیر کدام یک از امواج اقتصادی، سیاسی، فرهنگی یا ترکیبی هر کدام از آنها هستند. در صورت وجود آمار و اطلاعات در دسترس می‌توان با کاربرد فتوگرامتری UAV جمعیت تحت تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای در سطح شهر را برآورد نمود.

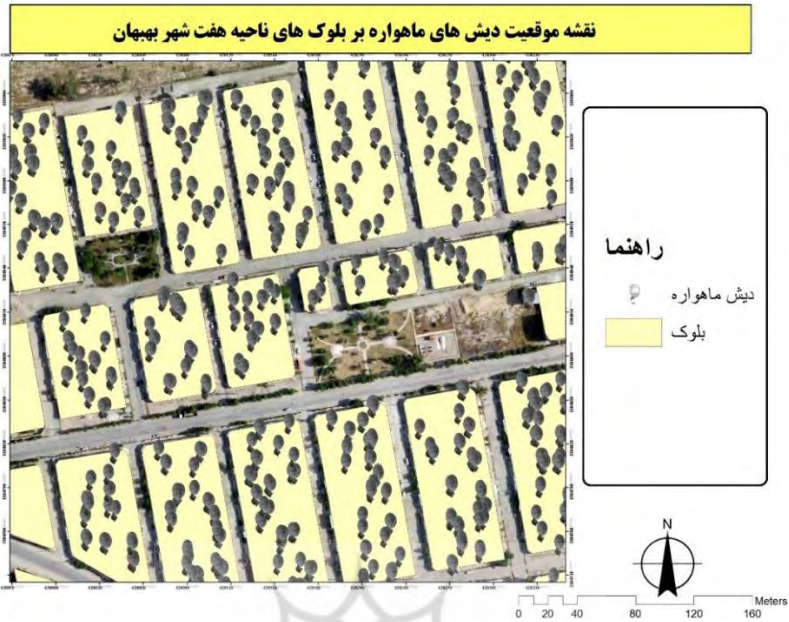
شکل (۳) موقعیت قرارگیری، جهت و تعداد LNBهای دیش‌های ماهواره به عنوان نمونه در واحد مسکونی از ناحیه ۷ منطقه دو شهر بهبهان را نشان می‌دهد. همان طور که ملاحظه می‌گردد یکی از کاربردها و کارایی‌های که روش فتوگرامتری UAV دارد امکان تشخیص و

شناسایی دقیق موقعیت دیش‌های ماهواره می‌باشد. علاوه بر این جهت دیش و تعداد النبی‌ها و جهتشان با استفاده از این روش قابل تشخیص می‌باشد.



شکل (۳) نقشه موقعیت قرارگیری، جهت و تعداد LNB های دیش‌های ماهواره در واحدهای شهر بهبهان

همچنین از دیگر توانایی‌های که این روش دارد این است که با ترسیم دیگر عوارض شهری از جمله بلوک‌های آماری شهر، عرصه و اعیان و با در دست داشتن دیگر آمار توصیفی مانند جمعیت و بعد خانوار هر واحد و همچنین تعداد طبقات واحدهای ساختمانی می‌توان مالکیت دقیق دیش‌های ماهواره‌ای همچنین بعد تأثیرگذار شبکه‌های ماهواره را بر هر واحد را بررسی کرد. همان‌طور که ملاحظه می‌گردد شکل (۴ و ۵) موقعیت دیش‌ها را بر بلوک‌های آماری، شکل (۶) موقعیت دیش‌ها بر عرصه و اعیان شهری و شکل (۷) موقعیت دیش‌ها را بر اساس تعداد طبقات هر یک از واحدهای شهری نشان می‌دهد. در صورت دسترسی به آمار جمعیت می‌توان میزان تأثیرگذاری جمعیت پهنه‌های مختلف شهر را از ابعاد مختلف شبکه‌های ماهواره‌ای را برآورد نمود.



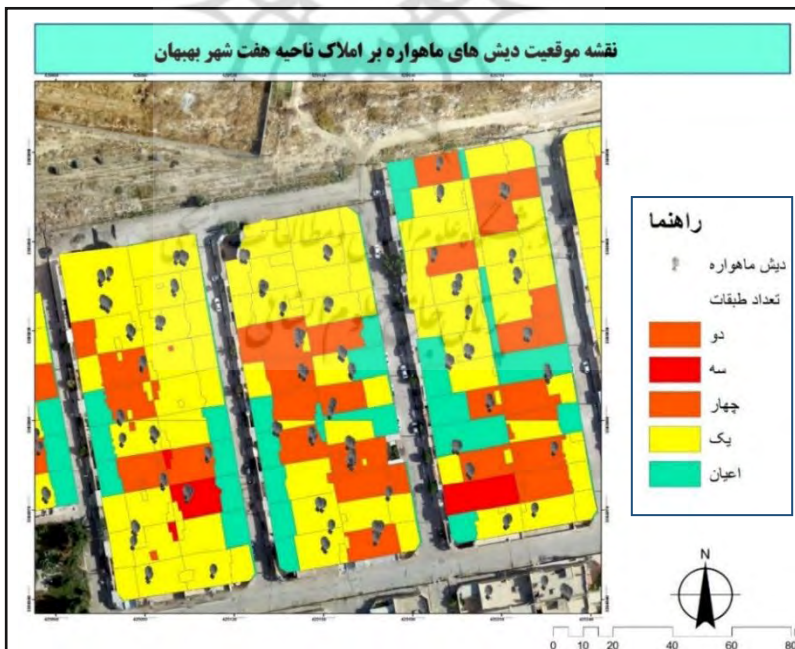
شکل (۴) نقشه موقعیت دیش‌های ماهواره بر بلوک‌های ناحیه هفت شهر بهبهان



شکل (۵) نقشه موقعیت دیش‌های ماهواره بر عرصه و اعیان ناحیه هفت شهر بهبهان



شکل (۶) نقشه موقعیت دیش های ماهواره بر عرصه و اعیان ناحیه هفت شهر بهبهان



شکل (۷) نقشه موقعیت دیش های ماهواره بر املاک ناحیه هفت شهر بهبهان

نتیجه گیری و پیشنهادها

UAV اصطلاحاً به وسایل پرواز بدون سرنشینی گفته می‌شود که می‌تواند به صورت اتوماتیک یا با به کارگیری سیستم کنترل از راه دور در طول پرواز هدایت شود و می‌توان از آنها برای مقاصد مختلفی از قبیل دیده‌بانی، عکس‌برداری، نقشه‌برداری هوایی، مدل‌سازی ابنیه، فعالیت‌های نظامی و غیره استفاده نمود. امروزه در کشور عزیزمان ایران جایگاه سامانه فتوگرامتری پهباد بعنوان یک روش جدید با قابلیت‌های منحصر بفرد خود در حال شکل‌گیری است. لزوماً این سیستم جایگزین هیچ‌کدام از روش‌های متداول تولید داده‌های مکانی نیست، بلکه به واسطه خصوصیات خود می‌تواند بخش مهمی از حوزه تولید نقشه را به خود اختصاص دهد که قطعاً توسط روش‌های سنتی دیگر مقرون بصره نمی‌باشد. یکی از محصولات اصلی فتوگرامتری هوایی و فتوگرامتری پهباد یا حتی فتوگرامتری برد کوتاه می‌تواند ارتوفتو باشد. ارتوفتو، تصویری یکپارچه و قائم از یک منطقه است که با به هم پیوستن تمامی تصاویر هوایی و حذف جابجایی ناشی از اختلافات ارتفاع و اثر پرسپکتیو تصاویر بدست می‌آید. تصاویر ارتو در روش فتوگرامتری پهباد مستقیماً از مدل سه‌بعدی رنگی که با سیستم مختصات جهانی هم مرجع شده است، بدست می‌آید و بنابراین صرفاً ترمیم عکس هوایی نیست و از نظر مقیاس و هندسه هیچ تفاوتی با نقشه ندارد. به طوری که می‌توان با ترسیم بر روی این تصویر، نقشه مسطحاتی تولید نمود. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی کارایی و کاربرد تکنولوژی نوین فتوگرامتری UAV در برآورد جمعیت تحت تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای می‌باشد. گرایش مردم به ماهواره به ویژه در کشورهای اسلامی، ارزش‌ها و باورها و رویه‌های فرهنگی و فرهنگ اصیل آنان را تحت تأثیر قرار داده است؛ به عبارت دیگر رسانه‌ها و از جمله ماهواره به عنوان نماد فرهنگی هستند که از آن طریق، ارزش‌ها و باورهای مذهبی و فرهنگی و اجتماعی و غیره تحت تأثیر قرار می‌گیرند. در این پژوهش با استفاده از تکنولوژی نوین UAV موقعیت دیش‌های ماهواره بر بلوک‌های شهری، عرصه و اعیان و با توجه به تعداد طبقات هر عرصه شناسایی شد. ابتدا با استفاده از محصول نهایی حاصل از پردازش تصاویر UAV عوارض مورد نیاز جهت تحلیل موضوع پژوهش در نرم‌افزار ArcGIS ترسیم شد و سپس نقشه‌های موردنیاز تولید شد. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که با استفاده از کارایی بالا روش‌های نوین و همچنین کاربرد اختصاصی روش فتوگرامتری UAV در تحلیل‌های شهری می‌توان حتی جزئی‌ترین عوارض موردنیاز شهر را جهت بررسی و تحلیل‌های آتی شناسایی نمود. بحث فرهنگ شهر و شهروندان یکی از مهم‌ترین موضوعات شهری می‌باشد. از مهم‌ترین زیرمجموعه‌ها و محورهای فرهنگ

شهری و همچنین عامل تأثیرگذار در باورها و ارزش‌های اسلامی ورود ابر رسانه‌ها در پهنه شهر و به خصوص در کشور اسلامی ایران می‌باشد. بررسی و تحلیل تأثیرات شبکه‌های ماهواره‌ای بر فرهنگ و مذهب شهروندان امری مهم در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های شهرهای اسلامی می‌باشد. از این رو در این پژوهش به صورت اختصاصی و در جزئی‌ترین سطح، بحث ورود این ابررسانه‌ها بررسی و تحلیل شد. مهمترین نمونه از دستاوردهای این پژوهش می‌توان به این امر اشاره نمود که چگونه توانمندی روش و تکنولوژی نوین UAV می‌تواند در امر آنالیزهای فرهنگی شهر راهگشا باشد. با استفاده از این روش می‌توان به صورت حرفه‌ای و تخصصی، ابعاد تأثیرگذار را شناسایی و حتی میزان تأثیرپذیری جمعیت مورد مطالعه را از شبکه‌های ماهواره به صورت خاص و در امواج مختلف شناسایی نمود. همچنین در صورت نیاز حتی می‌توان تأثیرپذیری هر یک از اقشار و سنین جامعه به عنوان نمونه کودکان، جوانان، زنان و مردان را به‌طور اختصاصی مورد بررسی قرار داد.

منابع

- امیری، عبدالرضا؛ نوری، یونس؛ بساطیان، محمد (۱۳۹۰) بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و گرایش بهره‌برداران به آسیب‌های اجتماعی در بین جوانان شهر کرج، فصلنامه نظم و امنیت انتظامی، شماره چهارم، سال چهارم، صص ۱۱۷-۱۴۲
- آزور، حسین (۱۳۹۵) بررسی میزان تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای بر آسیب‌های اجتماعی و خانوادگی مردم شهر بجنورد در سال ۱۳۹۴-۱۳۹۵، فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی، سال سوم، شماره ۱۲، صص ۷۳-۹۴
- پارسای، رضا؛ جوانمرد، محمد؛ محمدی، ایوب (۱۳۹۵) بررسی تکنیک‌ها و ابزارهای جنگ رسانه‌ای و مخاطرات شبکه‌های ماهواره‌ای معاند بر انتخابات سال ۸۸ و انتخابات آتی ایران، فصلنامه علمی-تخصصی دانش انتظامی شرق استان تهران، سال سوم، شماره دوازدهم، صص ۱-۲۰
- پورمعروف، محمد؛ بی‌باک، فرشید؛ محبعلی، نجاری، مسعود (۱۳۹۶) بررسی رابطه بین میزان استفاده از فناوری نوین اطلاعاتی و علقه‌های هویتی دانشجویان پسر دانشگاه پیام نور شهرستان سقز، فصلنامه دانش انتظامی کردستان، سال هشتم، شماره دوم (پیاپی ۳۰)، صص ۴۹-۶۶

- حسین زاده، علی حسین و شجراوی، محمد (۱۳۹۲) بررسی تاثیر میزان و نوع استفاده از ماهواره بر هویت اجتماعی، دینی و ملی نوجوانان (مورد مطالعه: دانش آموزان مقطع سوم دبیرستان شهر اهواز)، فصلنامه دانش انتظامی استان خوزستان، شماره ۵، صص ۳۲-۱۳
- حسینی ساجدی، سدید، جواد؛ رضائیان، هانی؛ ضیائیان فیروزآبادی، پرویز (۱۳۹۵) کاربردهای GIS در مأموریت‌های پدافند غیرعامل ناجا، فصلنامه دانش انتظامی البرز، سال چهارم، شماره سیزدهم، صص ۹۸-۸۱
- حسینی، ابوبکر؛ حسنی، رفیق؛ حمزه لو پاک، حسن (۱۳۹۵) مقایسه عملکرد خانواده در بین مخاطبان سریال‌های ماهواره‌ای رسانه ملی با مطالعه موردی شهر سنج، فصلنامه دانش انتظامی کردستان، سال هفتم، شماره چهارم، پیاپی ۲۸، صص ۱-۱۶
- حمایت خواه جهرمی، مجتبی؛ خادم جهرمی، حامده؛ زارعی، بهزاد (۱۳۹۴) بررسی تاثیر برنامه‌های ماهواره بر روابط خانواده (مورد مطالعه: خانواده‌های شهری جهرم)، فصلنامه علمی-تخصصی دانش انتظامی فارس، سال دوم، شماره هفتم، صص ۱-۱۶
- رحیم پور، نگار (۱۳۹۶) کارایی روش‌های نوین تولید نقشه مبنا در مطالعات محیط شهری، پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید چمران اهواز
- زمانی، طوبی (۱۳۹۱) بررسی نقش ماهواره بر نظم اجتماعی، پژوهشنامه نظم و امنیت انتظامی، سال پنجم، شماره سوم (پیاپی نوزدهم)، صص ۱۰۷-۱۳۰
- سجادیان، ناهید؛ شجاعیان، علی؛ رحیم‌پور، نگار (۱۳۹۶) کاربرد ترکیبی روش فتوگرامتری پهپاد و موبایل مپینگ به منظور تهیه نقشه‌های چندبعدی با انواع LOD، کنگره ملی مدیریت و برنامه‌ریزی شهری نوین، دانشگاه تهران
- سلیمانی، فرزاد و کاظمی، محمود (۱۳۹۳) تبیین نقش ماهواره در ترویج سبک زندگی غربی و تأثیرگذاری بر روابط خانواده، فصلنامه دانش انتظامی زنجان، سال چهارم، شماره ۱۲، صص ۹۷-۱۲۷
- سهرابی، سارا و سوری، فاطمه (۱۳۹۵) بررسی نقش ماهواره بر ارتکاب جرایم اخلاقی و آسیب‌های اجتماعی، فصلنامه دانش انتظامی زنجان، سال ششم، شماره ۱۹، صص ۹۳-۱۱۰

- شجاعیان، علی؛ سجادیان، ناهید؛ رحیم پور، نگار (۱۳۹۶) بررسی مقایسه حاصل از فتوگرامتری UAV و MMS با کاربرد عملیاتی Real time، سومین همایش سراسری علوم ژئوماتیک با رویکرد دفاعی-امنیتی، دانشگاه جامع امام حسین (ع)
- عبدالهی، اسماعیل و صداقت، نرگس (۱۳۹۲) تأثیر رسانه و شبکه‌های اجتماعی بر طلاق در شهر بوشهر طی سال‌های ۱۳۹۰ لغایت ۱۳۹۳، فصلنامه علمی تخصصی دانش انتظامی بوشهر، شماره ۱۴، دوره چهارم، صص ۱-۱۴
- عرب انصاری، مهدی؛ رضانی، حسن؛ صالحی، مهدی (۱۳۹۳) بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی و ماهواره‌های در فروپاشی بنیان خانواده، فصلنامه مطالعات حفاظت و امنیت انتظامی - سال نهم - شماره سی و یکم، صص ۶۷-۱۰۱
- عرفانی، الهام و محقق، حسین (۱۳۹۳) بررسی نگرش و علل گرایش به شبکه‌های ماهواره/یدر بین جوانان ۲۰ تا ۳۰ ساله شهر همدان، فصلنامه دانش انتظامی همدان، سال اول، شماره دوم، صص ۱-۱۹
- علی پور، سمیره و اقامتی، رضا (۱۳۹۴) ارزیابی میزان گرایش به ماهواره و راهکارهای مقابله با آن در استان هرمزگان، فصلنامه دانش انتظامی هرمزگان، شماره ۱۴، دوره ششم، صص ۱۳۹-۱۷۱
- محکم کار، ایمان و حلاج، محمدمهدی (۱۳۹۳) بررسی تأثیر برنامه‌های ماهواره بر از خودبیگانگی فرهنگی در سطح جامعه، فصلنامه مطالعات اطلاعات و امنیت انتظامی، سال چهارم، شماره چهارم، پیاپی دهم، صص ۱-۱۷
- مرادی، حجت الله و مهری، علی اصغر (۱۳۹۳) تبیین عوامل مؤثر در گرایش به فناوری‌های نوین (اینترنت، ماهواره و تلفن همراه) و ارائه راهکارهای پیشگیرانه برای مقابله با آن، فصلنامه علمی-تخصصی دانش انتظامی چهارمحال و بختیاری، سال دوم، شماره پنجم، صص ۳۵-۶۰
- ملک پور، ندا؛ تابع بردبار، مهدی؛ اسفندیاری، سجاد (۱۳۹۴) ابعاد عملکرد خانواده و هویت اجتماعی؛ نقش واسطه‌ای گرایش به برنامه‌های ماهواره، فصلنامه علمی-تخصصی دانش انتظامی فارس سال دوم، شماره هفتم، صص ۱۳۳-۱۵۰
- نجفی، علیرضا؛ رضا دوست، صادق؛ بابایی، خدیجه (۱۳۹۳) بررسی رابطه کیفیت برنامه‌های تلویزیونی ایران بر گرایش افراد به ماهواره و اینترنت (مطالعه موردی شهر کرج)، فصلنامه مطالعات اطلاعات و امنیت انتظامی، سال چهارم، شماره اول، صص ۷۴-۵۵

- نعیمی، محمدرضا؛ بهرامی، علی؛ یاری مقدم، ابوتراب؛ قره خوانی، علی محمد (۱۳۹۶) بررسی عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی در استان گلستان (مطالعه‌ی موردی: شهر گنبدکاووس سال ۱۳۹۵)، فصلنامه دانش انتظامی گلستان، سال هشتم، شماره دوم، پیاپی ۳۰، صص ۱۴۵-۱۶۶
- نواح، عبدالرضا و نوری زاده، هیفا (۱۳۹۳) بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی بر میزان استفاده از ماهواره (مورد مطالعه: روستاییان ۱۵ سال و بالاتر شهرستان اهواز)، فصلنامه دانش انتظامی خوزستان، دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان خوزستان، سال دوم، شماره ۷، صص ۱۰۳-۱۲۸
- نور علیان، یاور؛ شمخانی، اژدر؛ رشیدی، مهران؛ وزینی، ناصر (۱۳۹۳) تأثیرات منفی استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای بر خانواده ایرانی، فصلنامه دانش انتظامی همدان، سال اول، شماره سوم، صص ۱۲۳-۱۶۲





پروژه نگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی