

نقش تماشای سریال‌های ماهواره بر فرهنگ عمومی

سمیه تاجیک اسماعیلی^۱

رقیه لطیفی^۲

تاریخ وصول: ۱۳۹۵/۰۶/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۹/۲۰

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی نقش سریال‌های شبکه جم بر فرهنگ عمومی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق نیز خانواده‌های منطقه ۱۱ تهران می‌باشند که تعداد ۳۸۴ نفر آنان که سریال‌های شبکه جم را تماشا کرده بودند، مورد بررسی قرار گرفتند. پرسشنامه تحقیق محقق ساخته بوده و مجموعاً دارای ۴۷ سؤال می‌باشد که برای بررسی روایی آن از آلفای کرونباخ استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار Spss18 استفاده شده است. فرهنگ عمومی در ابعاد پنجگانه ارزش‌ها، هنجارها، نمادها، عقاید دینی و مذهبی و زبان مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌های تحقیق نشان داد تماشای سریال‌های شبکه جم ماهواره بر فرهنگ عمومی مردم تهران تأثیر دارد. همچنین تماشای سریال‌ها بر ابعاد پنجگانه مذکور نیز تأثیر معناداری داشت. با این حال بر بعد زبان در مقایسه با سایر ابعاد تأثیر کمتری گذاشته است. همچنین متغیر مستقل میزان تحصیلات نیز بر وضعیت فرهنگ عمومی افراد تأثیر معناداری نداشته است. با این حال متغیرهای جنسیت و سن تأثیر معناداری بر وضعیت فرهنگ عمومی افراد و ابعاد آن نداشته است.

واژگان کلیدی: فرهنگ عمومی، ماهواره، سریال‌های شبکه جم، ارزش، هنجار، عقاید دینی، زبان.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱- عضو هیئت علمی گروه ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، (نویسنده مسئول)

S.t.esmaeili@gmail.com

۲- کارشناس ارشد ارتباطات اجتماعی.

مقدمه و بیان مسأله

امروزه گسترش وسایل ارتباطی سبب گسترش فرهنگ‌های گوناگون و متنوع از محیط‌های مختلف گردیده است که نتیجه و پیامد آن تأثیر بر تمام جوانب زندگی و تغییر در سبک زندگی می‌باشد، به نظر می‌رسد که تأثیر پررنگ تلویزیون بر سبک زندگی افراد، ارزش‌ها، هنجارها و در پی آن فرهنگ و انواع مختلف آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد، خانواده‌ها هر روز در معرض آگاهی و شناخت‌های تازه و جدید در زمینه‌های مختلف تغذیه، بهداشت، درمان، مسکن، پرورش کودک، اشتغال، پوشش و لباس، آموزش و پرورش، علایق و سلايق گوناگون در مصرف می‌باشند که همین باعث تغییر تدریجی در سبک زندگی گردیده است.

وجود برخی از شبکه‌های ماهواره‌ای به‌طور هدفمند یا غیرهدفمند ارزش‌های دینی جوانان را کم‌رنگ کرده و در افرادی که به مقدار زیاد بیننده برنامه‌های تلویزیون ماهواره هستند، شاهد نوعی بی‌توجهی به امور مذهبی می‌باشیم (محمدی، ۱۳۹۰).

برنامه‌ریزی جهان غرب در جهت هویت‌زدایی، دین‌زدایی، خانواده‌ستیزی و خانواده‌گریزی است و بر اساس این محورها به تولید فیلم و برنامه می‌پردازد. نگاه اساسی فیلم‌هایی که توسط رسانه‌های غربی تولید و از طریق ماهواره به‌طور رایگان در اختیار خانواده قرار می‌گیرد از میان بردن نگاه عیفاانه مرد و زن در خانواده است. آن‌ها تلاش می‌کنند تا زیور عفاف را به‌عنوان یک عامل مخرب جلوه دهند و تعهد و پایداری افراد خانواده را نسبت به هم از میان ببرند. تأثیر برنامه‌های ماهواره بر فرهنگ خانواده‌ها ناشی از قدرت نفوذ و تأثیرگذاری رسانه در جامعه است. رسانه‌های دیداری و شنیداری بخشی از منش و اخلاق افراد جامعه را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. اگر خانواده‌ها به‌صورت مداوم و مستمر مخاطب برنامه‌های ماهواره باشند، قطعاً تأثیر بسیار عمیقی بر آن‌ها خواهد گذاشت، به‌ویژه دختر و پسر جوانی که آمادگی پذیرش افکار مختلفی را دارند.

تبلیغات سوء شبکه‌های ماهواره‌ای اثرات مخربی در اعتقادات، تفکرات، شخصیت و تربیت خانواده‌ها به‌ویژه زنان و جوانان دارند و افراد را از تفکرات و اعتقادات صحیح خود جدا می‌کنند. تمام هدف این برنامه‌ها نابودی سلامت فکر و رفتار افراد است. مشاهده دائم برنامه‌های نامناسب ماهواره افراد را دچار حالت مسخ‌شدگی و از دست رفتن عقلانیت می‌کند و خانواده‌های تحت‌الشعاع این برنامه‌ها از مسیر اصلی تربیتی خود که ریشه در مکتب اسلام دارند فاصله می‌گیرند (زالی، ۱۳۹۳).

در دهه اخیر وجود شبکه‌های فارسی‌زبان و تنوع آن‌ها، مانند من و تو، فارسی‌وان، گروه جم و . . . با برنامه‌ها و سریال‌های بسیار متنوع و جذاب باعث گرایش بیشتر مردم به این سریال‌ها شده است، لذا در پژوهش حاضر سعی شده تأثیر این سریال‌ها بر شاخصه‌های فرهنگ عمومی با توجه به چهار وجه گفته شده: درونی (ارزش‌ها، هنجارها)، نمادی (نمادها)، نهادی (عقاید دینی و مذهبی) و آثار (زبان) در نظر

گرفته شده است؛ مورد بررسی قرار گیرد، و این که این سریال‌ها تا چه حد توانسته بر فرهنگ عمومی تأثیرگذار باشد؟

رسانه‌های جمعی امروزه تنها رسانای یک محتوا یا شبه محتوا نیستند بلکه برآمده از سیاست‌گذاری‌های خرد و کلانی هستند که بخش اعظم این سیاست‌ها توسط قدرتمندانی تعیین می‌شود که بیرون از حوزه فعالیت رسانه‌ها هستند. صاحبان قدرت، با توجه به منافع و مصالح خود و به لحاظ موقعیت موجود در نظام اجتماعی کشورها و همچنین در سطحی وسیع‌تر در نظام جهانی به طرح الگوها و پارادایم‌هایی دست می‌زنند تا رسانه‌ها با اجرایی کردن این الگوها و پارادایم‌ها اهداف و مقاصد آن‌ها را جامه عمل بپوشانند. رسانه‌های جمعی دارای کارکردهای متفاوتی هستند از جمله می‌توان نقش تفریحی و سرگرم‌کنندگی آن‌ها را نام برد. از یافته‌های یکی از مطالعات اخیر در زمینه استفاده از رسانه‌ها این است که حدود ۳۰ درصد از زمان بیداری افراد در روز انحصاراً با رسانه‌ها سپری می‌شود و ۳۹ درصد دیگر آن نیز مربوط به استفاده در کنار فعالیت‌های دیگر می‌باشد. چنین یافته‌ای نشان می‌دهد تقریباً ۷۰ درصد از زمان روزانه وقف رسانه‌ها می‌شود (عبدی، ۱۳۹۲).

در این میان، استفاده از سریال‌های سرگرم‌کننده و دارای مضامین مشترک که اغلب به ژانر خانوادگی و اجتماعی می‌پردازند، پدیده‌ای قابل تأمل شده است. این سریال‌ها که در درون ساختار پیچیده‌ای از روابط حرفه‌ای و در ارتباطی تنگاتنگ با قدرت ساخته می‌شوند، تلاش می‌کنند به وسیله انواع رمزگان ایدئولوژیک، اجتماعی و فنی معانی موردنظر خود را القا کنند. سریال‌های عامه‌پسند ماهواره‌ای را نظام‌هایی معنایی در نظر می‌گیریم که به صورت گفتمانی برساخته می‌شوند و در پی القای ارزش‌ها و معیارهای فرهنگی، اجتماعی و ایدئولوژیکی گفتمان خاصی هستند که در لابه‌لای ماجراهای داستان‌های آن‌ها رمزگذاری شده است. مطالعات در این زمینه نشان می‌دهد جوانان به‌ویژه زنان در میهمانی‌ها، محیط کار و در جاهای مختلف به بحث و تبادل نظر درباره شخصیت‌های این سریال‌ها می‌پردازند، به قهرمانان و شخصیت‌های سریال‌ها علاقه نشان می‌دهند، گاهی اوقات دیالوگ‌ها و تکیه‌کلام‌های آن‌ها را تکرار می‌کنند، به آن‌ها خو می‌گیرند و حتی گاهی تلاش می‌کنند در لباس پوشیدن و آرایش ظاهری آن‌ها را الگوی خود قرار دهند (کریمی، ۱۳۹۱).

از سوی دیگر، فرهنگ عمومی هر جامعه مجموعه منسجمی از آرمان‌ها، ارزش‌ها، باورداشت‌ها، هنجارها، آثار و اشیایی که می‌تواند در یک جامعه رواج یافته و تنظیم‌کننده نحوه احساس، اندیشه و رفتار مردم باشد، به‌عنوان مقوله‌ای خطیر و سرنوشت‌ساز می‌تواند توسط مراکز و اندیشمندان فرهنگی مورد بررسی، شناخت، تغییر و یا اصلاح و توسعه قرار گیرد. از آنجا که هدایت و توسعه فرهنگ عمومی هر جامعه بایستی بر مبنای ارزش‌ها و اعتقادات آن جامعه صورت پذیرد (مرعشی، ۱۳۷۵). لذا ضروری به‌نظر می‌رسد که در این پژوهش رابطه میان تماشای سریال‌های ماهواره و شاخص‌های فرهنگ عمومی:

نقش تماشای سریال‌های ماهواره بر فرهنگ عمومی

درونی (ارزش‌ها، هنجارها)، نمادی (نمادها)، نهادی (زبان) و آثار (عقاید دینی و مذهبی) مورد بررسی قرار گیرد.

وجه تمایز یک نظام فرهنگی از فرهنگ‌های دیگر و حوزه‌های معنایی یک فرهنگ، اجباری است که از آن حمایت می‌کند. اما این اجبار، به بیان دورکیم، سطوح مختلفی دارد: از فشار روانی ناشی از بی‌توجهی افراد و یا عدم توجه تا مجازات اقتصادی (جریمه)، اجبار فیزیکی (زور) و تنبیه بدنی. در یک تقسیم‌بندی می‌توان حوزه اجبارهایی را که در نهایت دولت و حکومت از آن حمایت می‌کند، از حوزه اجبارهایی که افراد برای حمایت از ارزش‌ها و اعتقادات خود از آن سود می‌جویند متمایز نمود. حوزه‌ای از معانی و فرهنگ را که اجبار حکومتی از آن حمایت می‌کند حوزه رسمی فرهنگ (نظام فرهنگی) و حوزه‌ای از معانی و فرهنگ را که اجبار اجتماعی (اجبار اعمال‌شده از سوی آحاد افراد) از آن حمایت می‌کند، حوزه عرفی فرهنگ (نظام فرهنگی) نامید (رجب‌زاده، ۱۳۷۹).

فرهنگ عمومی حوزه‌ای از نظام فرهنگی است جامعه است که پشتوانه آن اجبار قانونی و رسمی نیست بلکه تداوم آن در گرو اجبار اجتماعی اعمال شده از سوی آحاد جامعه و تشکل‌ها و سازمان‌های غیردولتی و غیررسمی است (شهیدی، ۱۳۹۲).

از آنجا که عرف مفهومی است که در رشته‌ها مختلف علوم انسانی به کار می‌رود و مفهومی است که گاه استفاده معنایی محدودتر از آنچه در بیان بالا بود، می‌کند، می‌توان از تقابل ذکرشده به‌عنوان تقابل رسمی و غیررسمی، دولتی و مردمی هم یاد کرد و با تبدیل مفهوم مردمی یا غیررسمی به عمومی از «فرهنگ عمومی» در مقابل «فرهنگ رسمی» که دولت و نهادهای رسمی از آن حمایت می‌کنند یاد نمود. برخلاف حوزه فرهنگ رسمی، که در نهایت اجبار فیزیکی از آن حمایت می‌کند، حوزه فرهنگ عمومی عمدتاً بر پذیرش و اقبال استوار است و عدم پای‌بندی به آن مجازات، به معنای حقوقی کلمه، را در پی ندارد. مفهوم فرهنگ عمومی در تقابل مردم - دولت (از لحاظ مفهومی) معنی پیدا می‌کند. هنگامی که دولت و حکومت با برنامه‌ریزی خود برای دستیابی به اهدافی تلاش می‌کند و بر اساس ارزش‌های مورد قبول عمل می‌کند، با حوزه‌ای از فرهنگ (در همه اشکال آن: نمادی، نهادی، درونی و ...) مواجه می‌شود که با این اقدامات سازگار نیست. از طریق قانون و سایر ابزارهای اعمال قدرت هم قابل تغییر نیست. در چنین حالتی حوزه فرهنگ عمومی مکتشف می‌شود و خود را می‌نمایاند. با توجه به نقش حکومت در جامعه که انسجام‌بخشی است، عدم تطبیق و همراهی فرهنگ عمومی با اهداف کلی نظام به‌عنوان «اصلاح فرهنگ عمومی» مورد توجه قرار می‌گیرد و حکومت با استفاده از مکانیزم‌های مختلف تلاش می‌کند تا فرهنگ عمومی را با اهداف کلی هماهنگ سازد. این تلقی، فرهنگ عمومی جزئی از نظام فرهنگی جامعه است که اجبار رسمی از آن حمایت نمی‌کند و در مقابل وجوهی از فرهنگ قرار می‌گیرد که دولت برای حراست از آن در نهایت از اجبار فیزیکی (زور) استفاده می‌کند (رجب‌زاده، ۱۳۷۹).

فرهنگ عمومی و نوع رفتار فرهنگی، پدیده‌هایی خلق‌الساعه نیستند که یک‌باره تظاهر و خودنمایی کنند بلکه اموری فرایندی هستند که در گذر زمان متولد می‌شوند و رواج عملی می‌یابند. فرهنگ‌ها در گذر زمان تغییر ماهوی می‌یابند و شکل مطلوب و یا نامطلوب می‌گیرند (شورورزی، ۱۳۸۴).

فرهنگ عمومی مانند کل نظام فرهنگی و فرهنگ، در چهار وجه ظاهر می‌شود: درورنی، نمادی، نهادی و آثار. از این‌رو می‌توان رگه‌های فرهنگ عمومی را در همه این جلوه‌ها یافت. فرهنگ عمومی در کنار فرهنگ رسمی، در حوزه‌های زندگی اجتماعی، خانواده، حکومت، اقتصاد و آموزش و پرورش و نظایر این‌ها حضور دارد. از این‌رو نمی‌توان آن را به حوزه مشخصی محدود نمود (رجب‌زاده، ۱۳۷۹).

ماهواره‌ها که در ابتدا تنها کارکردی علمی و تحقیقاتی داشتند، در طی جنگ سرد و پس از آن بستری مناسب برای انتقال اطلاعات فراهم کردند؛ به‌ویژه برای آمریکا که رفته‌رفته از این ابزار برای تسریع در روند جهانی‌شدن، ایجاد نظم به اصطلاح نوین جهانی و در واقع، آمریکایی‌سازی جهان که مدّ نظر سیاست‌مداران این کشور بود، استفاده کرد، به‌گونه‌ای که در دهه‌ی هشتاد شاهد گسترش کارکرد ماهواره‌ها از گزارش‌های علمی نه‌تنها در کشور آمریکا بلکه در کشورهای اروپایی بودیم. تحولات شبکه‌های ماهواره‌ای و ارسال و پخش آن‌ها به اقصی نقاط جهان، همچنین تمهیدات لازم را برای راه‌اندازی آسان شبکه‌هایی با موضوعات مختلف و متنوع و به زبان‌های متفاوت فراهم کرد. آن‌چنان که طی دهه‌ی گذشته ما شاهد رشد شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان با موضوعات متنوع و مختلفی هستیم که موجبات نگرانی برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران این عرصه را در داخل کشور ایران، فراهم کرده است (مهربانی‌فر و خلیل‌زاده، ۱۳۹۱).

از سوی دیگر، در سطح جهان ابتدا چنین به‌نظر می‌رسید که پیشرفت رسانه‌های ماهواره‌ای مطلقاً بی‌قید و شرط، پدیده‌ای مطلوب است و برای تحقق دهکده‌ی جهانی ضرورت تام دارد، حال آنکه در تجربه‌ی کوتاه و چندین‌ساله، معلوم شد که برخی عوارض این پدیده از حیث فرهنگی آسیب‌زا است. اولین تافلر می‌نویسد: فناوری ماهواره‌ای و دیگر رسانه‌های جدید، فرهنگ‌های ملی را از هم می‌پاشند (تافلر، ۱۳۷۰) و در ادامه می‌افزاید: این ارتباطات متقاطع به‌رحال تهدیدی است برای هویت ملی که حکومت‌ها برای مقاصد شخصی خود، سعی در حفظ و انتشار آن دارند (تافلر، ۱۳۷۰).

دانشمندان علوم اجتماعی «اجتماعی‌کردن» را فرایندی می‌دانند که طی آن فرد شیوه‌های رفتاری، باورها، ارزش‌ها، الگوها و معیارهای فرهنگی خاص جامعه را یاد می‌گیرد و آن‌ها را جزء شخصیت خود می‌سازد. بنیادی‌ترین بخش اجتماعی‌کردن در دوران کودکی روی می‌دهد اما این روند در سراسر عمر آدمی ادامه می‌یابد.

اجتماعی‌کردن دارای دو نقش اساسی است: اول از نظر فردی، اجتماعی‌کردن استعدادهای بالقوه فرد را شکوفا می‌کند و امکان رشد شخصیت و تبدیل فرد به شخصی اجتماعی را فراهم می‌آورد. دوم از

نقش تماشای سریال‌های ماهواره بر فرهنگ عمومی

نظر جامعه اجتماعی کردن فرایندی است برای انتقال ویژگی‌های فرهنگی یک جامعه از نسلی به نسل دیگر و فراهم آوردن امکان تعامل و استمرار فرهنگ و نیز تربیت افراد برای ایفای نقش‌ها و احراز پایگاه‌های مختلف اجتماعی (قنادان و همکاران، ۱۳۷۵).

جامعه‌شناسان دو نوع عامل اجتماعی را از یکدیگر متمایز کرده‌اند. الف) خانواده و گروه‌های همسالان را در برمی‌گیرد؛ ب) مدرسه و رسانه‌ها است (همان).

رسانه‌های همگانی به‌عنوان یکی از عوامل بسیار مهم اجتماعی کردن مطرح هستند. روزنامه‌ها، نشریات ادواری، مجلات به‌ویژه تلویزیون و رسانه‌های نوین ماهواره‌ای و الکترونیکی و دیجیتالی، هرروزه مورد استفاده وسیع گروه‌های مختلف اجتماعی از جمله نسل‌های کودکان، نوجوانان و جوانان قرار می‌گیرد و نگرش و عقاید آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. تحقیقات فراوانی انجام شده است که تأثیر برنامه‌های رسانه‌ای را بر نگرش‌های کودکان و بزرگسالان تحلیل کرده‌اند. اگرچه هنوز بیشتر این تحقیقات از نظر استنباط قطعی نیستند اما نمی‌توان انکار کرد که رسانه‌های جمعی انواع گوناگونی از اطلاعات و محتوا (به‌ویژه هنجارها و ارزش‌ها) را انتقال می‌دهند (گیدنز، ۱۳۷۷).

رسانه‌ها به‌عنوان فراهم‌کننده چارچوب‌های تجربه برای مخاطبان، نگرش‌های کلی فرهنگی برای تفسیر اطلاعات توسط افراد جامعه در جوامع امروزی ایجاد می‌کنند.

رسانه‌ها شیوه‌هایی را که افراد زندگی اجتماعی را تفسیر کرده، نسبت به آن واکنش نشان می‌دهند را با کمک نظم‌دادن به تجربه ما از زندگی اجتماعی، قالب‌ریزی می‌کنند (گیدنز، ۱۳۷۷). بنابراین در جریان جامعه‌پذیری کودکان، نوجوانان و جوانان، رسانه‌ها نقشی اساسی ایفا می‌کنند، به این معنی که ارزش‌ها و هنجارهای خانوادگی و اجتماعی را به نسل جدید انتقال می‌دهند و آن را درونی می‌کنند.

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش تماشای سریال‌های شبکه جم ماهواره بر فرهنگ عمومی به انجام رسیده است. فرضیه‌های پژوهش بدین شرح‌اند: به‌نظر می‌رسد تماشای سریال‌های شبکه جم ماهواره بر فرهنگ عمومی مردم تهران تأثیر دارد. این فرضیه به فرضیات جزئی ذیل منتهی شده است:

- تماشای سریال‌های شبکه جم ماهواره بر ارزش‌ها تأثیر دارد.

- تماشای سریال‌های شبکه جم ماهواره بر هنجارها تأثیر دارد.

- تماشای سریال‌های شبکه جم ماهواره بر نمادها تأثیر دارد.

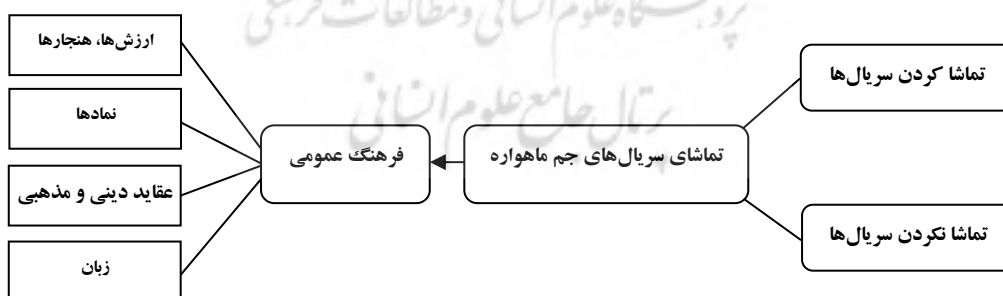
- تماشای سریال‌های شبکه جم ماهواره بر زبان تأثیر دارد.

- تماشای سریال‌های شبکه جم ماهواره بر عقاید دینی و مذهبی تأثیر دارد.

چارچوب نظری پژوهش حاضر مبنی بر تئوری کاشت و یادگیری اجتماعی است. نظریه کاشت بر آثار تدریجی و درازمدت رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون بر شکل‌گیری تصویر ذهنی مخاطبان از دنیای اطراف و مفهوم‌سازی آنان از واقعیت اجتماعی تأکید می‌کند. کاشت به استمرار، ثبات و تغییر تدریجی توجه می‌کند. به این دلیل استفاده از واژه کاشت دوباره تأثیر تلویزیون بر روند مفهوم‌سازی از واقعیت اجتماعی

صرفاً به خاطر شیک‌تر بودن آن از واژه اثرات نیست. تأثیر تماشای تلویزیون در نظریه کاشت به این معناست که تولید یا آفرینش بعضی از مجموعه دیدگاه‌ها و باورها را می‌توان با تماس فزاینده و پایدار با دنیای تلویزیون توجیه کرد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲). کاشت آن چیزی است که یک فرهنگ انجام می‌دهد، زیرا، فرهنگ، رسانه اصلی است که انسان‌ها در آن زندگی می‌کنند و می‌آموزند فرهنگ یک نظام قصه یا روایت و سایر مصنوعات است که به‌نحو فزاینده تولید انبوه می‌شود و میان هستی و آگاهی از هستی، نقش میانجی ایفا و در نتیجه به هر دوی آن‌ها کمک می‌کند. تلویزیون به‌عنوان فراگیرترین و متداول‌ترین قصه‌گو، در زمینه‌ی کاشت ایدئولوژی، ارزش‌ها و باورهای مشترک نقش مهمی دارد (مورگان و همکاران، ۱۹۹۷).

نظریه یادگیری اجتماعی معتقد است که فرد از طریق مطالعه و مشاهده نمونه‌های رسانه‌ای، رفتارهای مناسب را فرا می‌گیرد. یعنی در واقع می‌فهمد کدام دسته از رفتارها پاداش می‌گیرند و کدام یک کیفر می‌بینند. از این طریق مخاطبان می‌کوشند در زندگی واقعی پاداش بگیرند و بنابراین به تقلید و الگوبرداری از نمونه‌های رسانه‌ای گرایش پیدا می‌کنند. ما به متون رسانه‌ای که با زندگی، نیازها و منافع شخصیمان ارتباط دارد، توجه می‌کنیم. پس آنچه را که آموختیم به‌خاطر می‌سپاریم و به ذخایر شناخت پیشین اضافه می‌کنیم تا در موقع لزوم آنرا به یاد آوریم. خلاصه این‌که رسانه‌های جمعی به‌خصوص رسانه‌های تصویری به منبع اصلی یادگیری اجتماعی هستند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲). نظریه یادگیری اجتماعی در مورد اثر جامعه‌پذیری رسانه‌ها و نیز اقتباس الگوهای متعدد کنش توسط مخاطبان کاربرد دارد. باندورا می‌نویسد، رسانه‌ها اگرچه منبع یادگیری اجتماعی نیستند و نفوذ و تأثیرشان به دیگر منابع یادگیری یعنی والدین، دوستان و معلمان وابسته است ولی روی مردم تأثیر مستقیم دارند و این تأثیرگذاری به میانجی نفوذ شخصی یا شبکه‌های اجتماعی صورت نمی‌گیرد (باندورا، ۲۰۰۲).



به‌عنوان پیشینه پژوهشی مطالعه حاضر، در ذیل به برخی پژوهش‌های انجام شده در حوزه تأثیر ماهواره بر جنبه‌های مختلف زندگی تماشاگران اشاره می‌شود. محمدی سیف (۱۳۹۳) در مقاله‌ای به

نقش تماشای سریال‌های ماهواره بر فرهنگ عمومی

بررسی شبکه‌های ماهواره‌ای و تغییر در کارکردهای خانواده پرداخته است. او تلاش کرده است شرایطی را که انواع رسانه‌ها نفوذ خود را بر سراسر عالم گسترده‌اند، بررسی و نقش متفاوت ماهواره در تغییر روابط خانواده تبیین کند. به عقیده‌ی وی شبکه‌های ماهواره‌ای از ابزارهای گوناگونی در زمینه برنامه‌سازی برخوردارند و می‌توانند مفاهیم را در قالب‌های متنوع و جذاب عرضه نمایند، از این رو، به راحتی سبب جذب مخاطبان بسیاری شده و زندگی خانوادگی را تحت تأثیر قرار داده‌اند. به همین جهت شبکه‌های ماهواره از عوامل اثرگذار بر شیوه و کیفیت زندگی خانوادگی در جوامع امروز تلقی می‌گردند. سلطه رسانه‌های امروزی به حدی است که خصوصی‌ترین تجربه‌های انسانی، از جمله هیجان‌ها و احساسات را برمی‌انگیزند و در جهت دلخواه خود هدایت می‌کنند و واکنش‌های رفتاری افراد را بر اساس اهداف و سیاست‌های خود شکل می‌دهند.

دیوبند (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای بر نگرش جوانان به روابط نامشروع پرداخته است. این پژوهش با روش پیمایشی به اجرا در آمده است. یافته‌های مطالعه‌ی وی نشان می‌دهد تفاوت معناداری بین استفاده‌کنندگان و غیراستفاده‌کنندگان از برنامه‌های ماهواره‌ای از نظر نگرش نسبت به روابط نامشروع، مشاهده می‌شود ($p > 0/01$). افرادی که از برنامه‌های ماهواره‌ای خارجی استفاده کردند در مقایسه با کسانی که از این برنامه‌ها استفاده نمی‌کردند، با برقراری روابط نامشروع موافق‌تر بوده‌اند.

قصابی (۱۳۹۲) به بررسی اثرات استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای بر هویت دینی جوانان (۱۹-۲۹ ساله) شهر تهران پرداخته است. یافته‌های تحقیق وی نشان می‌دهد افزایش میزان استفاده از ماهواره با هویت دینی آن‌ها رابطه معکوسی داشته است. بر اساس یافته‌ها، هر پنج نوع برنامه خبری، مذهبی، سیاسی، علمی و تفریحی با هویت دینی رابطه داشته و این روابط از شدت و جهات مختلفی برخوردارند. به‌طور کلی نتایج تحقیق بیانگر اثر منفی یا معکوس (هر چند محدود) استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای بر هویت دینی است.

پیرمحمدی (۱۳۹۲) به بررسی نقش رسانه‌های نوین با تأکید بر ماهواره و اینترنت بر هویت فرهنگی دانشجویان پرداخته است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد؛ حفظ هویت فرهنگی در بین دانشجویان پسر که از ماهواره و اینترنت استفاده می‌کردند، بیشتر از دانشجویان دختر است. به تحلیل وی یکی از دلایل این امر این است که زنان برای این رسانه‌ها گروه هدف هستند، زیرا با تغییر هویت فرهنگی جامعه زنان تأثیرگذار هستند. اگر در خانواده‌ای زنان رویه‌ای خود را تغییر دهند بقیه اعضای خانواده از آن پیروی می‌کنند. این رسانه‌ها با تبلیغ لباس، وسایل آرایشی، مدل مو و . . . هویت فرهنگی زنان را در برابر سیل عظیمی از این برنامه‌ها قرار می‌دهند.

قصری خوزانی (۱۳۹۲) به بررسی بازنمایی خانواده در شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان (سریال‌های شبکه جم) و ارائه راهکارهای رسانه‌ای پرداخته است. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که خانواده‌هایی

که در سریال شبکه جم بازنمایی شده است، از دو گفتمان کاملاً متضاد هستند. یکی سنتی و مذهبی و دیگری مدرن و شبه غربی. در این سریال از جانب شخصیت‌ها، ارزش‌های اخلاقی‌ای همچون مسئولیت‌پذیری، صداقت، احترام به والدین، پشت‌کار، گذشت و . . . بروز می‌کند. مقابل این ارزش‌ها، ضدارزش‌های اخلاقی متعددی همچون روابط خیانت‌آلود والدین، دروغ‌گویی، حسادت، ایجاد آتش اختلاف میان دو زوج، تحقیر و اذیت دیگران، خودخواهی، ترویج روابط دوستی خارج از عرف فرزندان، مصرف مشروبات الکلی در کنار پوشش نامناسب و مدگرایانه و . . . دیده می‌شود که عمده آن‌ها از جانب چند شخصیت نسبتاً بد سریال سر می‌زند.

جعفری بالابند (۱۳۹۲) به بررسی سریال‌های تلویزیونی شبکه ماهواره‌ای GEM و سبک زندگی مخاطبان جوان شهر تهران پرداخته است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که سبک زندگی در سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM طیفی از رفتارهای مادی و رفتارهای فرهنگی را شامل می‌شود. سبک زندگی ارائه شده در سریال‌ها در بعد مادی آن، در اکثر موارد مورد پسند افراد مورد مطالعه در این پژوهش قرار گرفته است به گونه‌ای که مخاطبان مورد نظر تمایل دارند آن را وارد زندگی خود کنند. این تمایل در زمینه (مصرف کالای تجملی) به چشم می‌خورد. اما در بعد فرهنگی به دلیل عدم تطابق با زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی مخاطبان، سبک زندگی ارائه شده در سریال‌ها مورد پسند افراد مورد مطالعه قرار نگرفته و افراد تمایلی برای همراهی با آن ندارند.

عبدی (۱۳۹۲) به آسیب‌شناسی سریال‌های عامه‌پسند ماهواره‌ای در جامعه امروز ایران از دید صاحب نظران پرداخته است. یافته‌ها و نتایج تحقیق حاکی از آن است که اصلی‌ترین تهدید و آسیب این سریال‌ها شامل ترویج فرهنگ غربی، مخدوش کردن ارزش‌های خانوادگی، روی آوردن به فرهنگ غرب و سرخورده شدن از فرهنگ بومی و تغییر در معیارهای همسرگزینی به سمت معیارهای غربی است. همچنین اصلی‌ترین دلایل جذابیت سریال‌های ماهواره‌ای داشتن موضوعات جذاب و ارائه مسائل عاشقی، عاطفی و خانوادگی، زرق و برق دار بودن، نوع پوشش بازیگران و داستان‌های عشق و عاشقی، رعایت مولفه‌های جذب زنان و زنانه بودن موضوعات این سریال‌ها، استفاده از جذابیت‌های جنسی و جذابیت‌های بصری مانند لوکیشن‌های زیبا، استفاده از تنوع رنگ و رنگ‌بندی است.

کریمی (۱۳۹۲) به تحلیل دریافت جوانان از سریال‌های عامه‌پسند ماهواره‌ای و مردم‌نگاری مخاطبان جوان شهر مریوان پرداخته است. روش تحقیق به کار گرفته، کیفی است و در این راستا از سه تکنیک مصاحبه عمیق، مشاهده، و مشاهده مشارکتی برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است. با ۲۵ نفر از مخاطبان جوان مریوانی، مصاحبه‌های عمقی انجام گرفته است، و با همراه با تعدادی از مخاطبان سریال‌ها تماشا شده است. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که سریال‌ها به دو شیوه‌ی فردی و جمعی مصرف می‌شوند. نتایج پژوهش نیز نشان می‌دهد که افراد به صورت فعالانه سریال‌ها را گزینش و تماشا می‌کنند. جوانان براساس گفتمان‌های در دسترس، مفصل‌بندی هویتی خود، و موقعیت‌های اجتماعی‌شان،

نقش تماشای سریال‌های ماهواره بر فرهنگ عمومی

رمزگشایی‌های متفاوتی از سریال‌ها دارند. آن‌ها با مصرف این سریال‌ها نوعی سبک زندگی را به وجود می‌آورند که از افراد دیگر متمایز می‌شوند. همچنین انطباق زیادی بین پس‌زمینه‌های اجتماعی مخاطبان با دریافت آن‌ها از سریال‌ها وجود دارد. بسیاری از مصاحبه‌شوندگان بر این باورند که کارکرد اصلی این سریال‌ها، طبیعی‌سازی امور، هنجارشکنی، و گسترش ایدئولوژی‌های خاص رسانه‌ای است.

اسدالهی (۱۳۹۱) به بررسی تأثیر ماهواره بر سبک زندگی جوانان مناطق مرزی غرب پرداخته و به این نتیجه دست یافت که با افزایش گیرنده‌های ماهواره‌ای در منطقه به کلی آداب و رسوم و عقاید و باورهای دینی و سیاسی منطقه کاملاً تحت تأثیر این شبکه‌ها قرار گرفته‌اند به نحوی که نمونه بارز این دگرگونی و تغییرات را در نحوه برگزاری مراسمات عروسی و جشن و همچنین تغییر لهجه اهالی منطقه به وضوح می‌توان مشاهده کرد. با توجه به این که تقریباً تمامی خانوارهای منطقه از این گیرنده‌ها استفاده می‌کنند، گروهک‌های تروریستی به‌ویژه گروهک پ. ک. ک از برنامه‌های این شبکه‌ها در جهت نیل به اهداف شوم خود در این منطقه بهترین استفاده را نموده‌اند. به نحوی که با آمدن ماهواره به این منطقه فعالیت‌های سیاسی و فرهنگی این گروهک نیز در منطقه تشدید شده است.

رائی (۱۳۹۱) به بررسی عملکرد رسانه‌های پیش‌تاز پرداخته است. با توجه به یافته‌های تحقیق در ارتباط با ابزار تأثیرگذار این شبکه‌های رسانه‌ای بر مخاطبین به‌ویژه جوانان در داخل کشور بیان نموده است که این رسانه‌ها با توجه به تعریف حوزه وظایف خود یعنی حرکت در راستای سیاست‌های غرب علیه کشورمان از راهکارهای مختلف و حوزه‌های مختلف جهت تأثیرگذاری بر جوانان استفاده می‌نمایند.

قاسم‌زاده عراقی (۱۳۹۱) به آسیب‌شناسی تأثیرات شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر نگرش مخاطب ایرانی پرداخته و به دنبال بررسی تأثیرات سریال‌های شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر نگرش مخاطبین می‌باشد. برای رسیدن به هدف از نظریه‌های وابستگی مخاطبان، نظریه کاشت و نظریه یادگیری مشاهده‌ای باندروا استفاده شده است. یافته‌های پژوهش بیان می‌دارد که اغلب مخاطبین برنامه‌های این شبکه‌ها دچار وابستگی به تماشای سریال‌ها شده‌اند. هم‌زاد پنداری مخاطبین با شخصیت‌های سریال‌ها تأثیرات عمیقی بر نحوه نگرش آن‌ها به مفهوم سبک زندگی، تجمل‌طلبی، نحوه پوشش، چگونگی انتخاب همسر و همچنین اعتقادات مذهبی و دینی داشته است. چنانچه علاوه بر روان‌شناسان و جامعه‌شناسان، خود مخاطبین این شبکه‌ها هم اذعان به آثار سوء و پیامدهای منفی آن دارند. حیازدایی، خیانت، بی‌هویتی، بدبینی، پیدایش روابط مثلثی، یأس و خودکم‌بینی، مصرف‌زدگی و تجمل‌گرایی و همچنین عادی‌شدن و رواج چندهمسری از جمله پیامدهای منفی این سریال‌ها عنوان شده است.

نیازی (۱۳۹۰) به بررسی نقش ماهواره و برنامه‌های ماهواره‌ای در فرسایش هویت فردی، اجتماعی، ملی و دینی شهروندان شهر کاشان پرداخته است. یافته‌های تحقیق رابطه بین میزان استفاده از ماهواره و

وضعیت هویت را مورد تأیید قرار داده است. فعالیت‌های آماری مربوطه که با توجه به رتبه‌ای بودن متغیرهای تحقیق از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است رابطه معنادار بین میزان استفاده از ماهواره و هویت را نشان می‌دهد. نتایج آزمون فوق بیانگر همبستگی میزان استفاده از ماهواره با هویت اجتماعی ($r_s = -0/39$)، هویت ملی ($r_s = -0/69$) و هویت دینی ($r_s = -0/36$) می‌باشد. نوع رابطه منفی بوده و رابطه معکوس بین متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد. بر این مبنای با افزایش میزان استفاده از ماهواره شاهد کاهش میزان هویت اجتماعی، ملی و دینی خواهیم بود. همچنین، یافته‌های تحقیق رابطه معنی‌داری بین دو متغیر میزان استفاده از ماهواره و میزان هویت فردی را نشان نمی‌دهد.

حیدری (۱۳۹۰) در پایان‌نامه خود تحت عنوان بررسی تأثیر رسانه‌ای شبکه ماهواره‌ای فارسی وان بر نگرش مخاطبان می‌نویسد: تأسیس شبکه ماهواره‌ای فارسی وان در سال‌های اخیر موجی از نگرانی پیرامون آسیب‌های اجتماعی ناشی از آن را برای خانواده‌ها و مسؤولان به همراه داشته است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین پخش برنامه‌های شبکه فارسی وان و افزایش خیانت به همسر در میان شهروندان تهرانی رابطه معنادار وجود دارد. علاوه بر این نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که بین پخش برنامه‌های شبکه فارسی وان و افزایش طلاق، بی‌حجابی و عادی‌سازی روابط جنسی در میان خانوارهای تهرانی رابطه معنادار وجود دارد.

امیری (۱۳۹۰) به بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و گرایش بهره‌برداران به آسیب‌های اجتماعی پرداخته است. این مطالعه با تکیه بر مهم‌ترین نظریه‌های ارتباطات همچون نظریه کاشت، رویکرد استفاده و خشنودی و نظریه نگرش نو، به بررسی تأثیر ماهواره بر گرایش‌های آسیب‌زای جوانان پرداخته است. نتایج نشان داد که بین گرایش به آسیب‌های اجتماعی با میزان استفاده، نوع استفاده و میزان اعتماد به ماهواره همبستگی معناداری وجود دارد.

روش و ابزار پژوهش

جامعه آماری این تحقیق خانواده‌های منطقه ۱۱ تهران است، جمعیت این منطقه بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۰ ایران، ۲۸۸/۸۸۴ نفر (۹۸/۵۵۶ خانوار) شامل ۱۴۲/۸۷۷ مرد و ۱۴۶/۰۰۷ زن می‌باشد. بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. برای سنجش تأثیر سریال‌های شبکه جم بر فرهنگ عمومی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. بدین ترتیب برای سریال‌های شبکه جم ۱۴ بعد در نظر گرفته شد و مجموعاً تعداد ۱۴ سؤال جهت سنجش ابعاد مختلف سریال‌های شبکه جم طراحی شد.

جهت سنجش فرهنگ عمومی نیز ۵ بعد (ارزش‌ها، هنجارها، نمادها، عقاید دینی و مذهبی، و زبان) در نظر گرفته شد که مجموعاً تعداد ۳۰ سؤال جهت سنجش ابعاد مختلف فرهنگ عمومی طراحی گردید.

نقش تماشای سریال‌های ماهواره بر فرهنگ عمومی

جهت بررسی اعتبار پرسشنامه طراحی شده از اعتبار صوری استفاده گردید. بدین منظور پرسشنامه طراحی شده در اختیار اساتید و خبرگان امر قرار گرفته و تأیید آن‌ها رسید. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ۰.۸ محاسبه گردید.

یافته‌ها

بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها؛ پیش از آنکه روابط بین متغیرها آزمون شود لازم است تا نرمال بودن متغیرها را بررسی گردد. یکی از روش‌های بررسی ادعای نرمال بودن توزیع متغیر استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف است. نتایج این آزمون در جدول (۱) ارائه شده است.

- آیا متغیرهای طراحی شده دارای توزیع نرمال است؟

- فرضیه صفر: متغیرهای تحقیق دارای توزیع نرمال هستند.

- فرضیه یک: متغیرهای تحقیق دارای توزیع نرمال نیستند.

جدول (۱): توزیع نرمال متغیرها

مؤلفه‌ها	کولموگروف اسمیرنوف	معنی داری
ابعاد نمایش داده شده در سریال‌های شبکه جم	۱.۱۹۲	۰.۱۱۷
ارزش‌ها	۰/۶۶۱	۰.۷۷۴
هنجارها	۰/۹۶۹	۰.۳۰۵
نمادها	۰/۸۴۰	۰.۴۸۱
عقاید دینی و مذهبی	۱.۱۵۶	۰.۱۳۸
زیان	۰/۶۸۸	۰.۷۳۲
فرهنگ عمومی	۱.۱۲۳	۰.۱۲۴

نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها به کمک روش آزمون کولموگروف - اسمیرنوف انجام شده است. مقدار سطح معناداری برای متغیرهای مستقل و وابسته همگی بالاتر از 0.05 بدست آمده است و با توجه به بزرگتر بودن value-p فرض H_0 (نرمال بودن توزیع) رد نمی‌شود بدین جهت توزیع داده‌های مورد استفاده نرمال می‌باشند. از اینرو از آزمون پارامتری رگرسیون خطی جهت بررسی روابط بین متغیرهای تحقیق استفاده گردید.

بررسی تأثیر سریال‌های شبکه جم بر فرهنگ عمومی؛ یافته‌های جدول (۲) تأثیر چهار متغیر مستقل، تماشای سریال‌های شبکه جم، سن، جنسیت و میزان تحصیلات پاسخگویان بر فرهنگ عمومی را نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود مقدار ضریب بتا و سطح معناداری آن حاکی از آن است که تماشای سریال‌های شبکه جم تأثیر معناداری بر فرهنگ عمومی پاسخگویان داشته است. به عبارت دیگر، از بین متغیرهای مستقل وارد شده در معادله رگرسیون، فقط تماشای سریال‌های شبکه جم تأثیر معناداری بر فرهنگ عمومی داشته است. این متغیر مستقل توانسته به تنهایی ۹۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته فرهنگ عمومی را در افراد پاسخگو توضیح دهد.

جدول (۲): بررسی تأثیر سریال‌های شبکه جم بر فرهنگ عمومی

فرهنگ عمومی		متغیرهای مستقل
ضریب بتا	sig	
۰/۹۹۴	۰/۰۰۰	تماشای سریال‌های شبکه جم
۰/۰۰۴	۰/۶۷۳	سن
۰/۰۱۴	۰/۱۶۵	جنسیت
-۰/۰۰۷	۰/۷۸۱	تحصیلات
۰/۹۸۶		همبستگی چندگانه
۰/۹۷۲		ضریب تعیین

بررسی تأثیر تماشای سریال‌های ماهواره بر ارزش‌ها؛ یافته‌های جدول (۳) نشان می‌دهد تماشای سریال‌های شبکه جم بر ارزش‌های پاسخگویان تأثیر دارد. ($Sig=0/000$) همچنین مقدار ضریب بتا و سطح معناداری آن حاکی از آن است که علاوه بر تماشای سریال‌ها، میزان تحصیلات پاسخگویان نیز بر میزان پایداری آنان به ارزش‌ها تأثیر معناداری دارد. ($Sig=0/000$) در مجموع دو متغیر تماشای سریال‌های شبکه جم و میزان تحصیلات افراد، توانسته ۹۳ درصد تغییرات پایداری به ارزش‌ها را تبیین نماید.

جدول (۳): بررسی تأثیر تماشای سریال‌های ماهواره بر ارزش‌ها

ارزش‌ها		متغیرهای مستقل
ضریب بتا	sig	
۰/۷۴۹	۰/۰۰۰	تماشای سریال‌های شبکه جم
۰/۰۰۳	۰/۸۴۳	سن
۰/۰۰۹	۰/۵۰۸	جنسیت
۰/۲۵۷	۰/۰۰۰	تحصیلات
۰/۹۶۷		همبستگی چندگانه
۰/۹۳۵		ضریب تعیین

بررسی تأثیر تماشای سریال‌های ماهواره بر هنجارها؛ یافته‌های جدول (۴) نشان می‌دهد تماشای سریال‌های شبکه جم بر پایداری و تبعیت از هنجارها تأثیر معناداری دارد. ($Sig=0/000$) همچنین سطح معناداری ضریب بتا نشان می‌دهد علاوه بر تماشای سریال‌های شبکه جم، میزان تحصیلات پاسخگویان نیز بر تبعیت از هنجارها تأثیرگذار بوده است. ($Sig=0/000$) با این حال تماشای سریال‌های شبکه جم ($\beta=0/706$) تأثیر بیشتری بر تبعیت از هنجارها در مقایسه با میزان تحصیلات افراد ($\beta=0/279$) داشته است. ضریب تعیین معادله رگرسیون نیز نشان می‌دهد که دو متغیر مستقل تماشای سریال‌های شبکه جم و میزان تحصیلات توانسته در مجموع ۹۰ درصد تغییرات تبعیت از هنجارها را در افراد نمونه تبیین نمایند.

جدول (۴): بررسی تأثیر تماشای سریال‌های ماهواره بر هنجارها

هنجارها		متغیرهای مستقل
ضریب بتا	Sig	
۰/۷۰۶	۰/۰۰۰	تماشای سریال‌های شبکه جم
۰/۰۰۶	۰/۷۳۷	سن
-۰/۰۱۰	۰/۵۵۰	جنسیت
۰/۲۷۹	۰/۰۰۰	تحصیلات
۰/۹۵۰		همبستگی چندگانه
۰/۹۰۳		ضریب تعیین

نقش تماشای سریال‌های ماهواره بر فرهنگ عمومی

بررسی تأثیر تماشای سریال‌های ماهواره بر نمادها؛ یافته‌های جدول (۵) نیز نشان می‌دهد تماشای سریال‌های ماهواره بر علاقه و تمایل به نمادهای ایرانی و اسلامی تأثیر معناداری دارد. ($Sig= ۰/۰۰۰$) به عبارت دیگر می‌توان گفت افرادی که کمتر سریال‌های ماهواره را تماشا کرده‌اند، تمایل بیشتری به نمادهای ایرانی داشته‌اند. همچنین سطح معناداری ضریب بتا نشان می‌دهد میزان تحصیلات افراد نیز تأثیر معناداری بر تمایل افراد به نمادهای ایرانی دارد. ($Sig= ۰/۰۰۰$)

جدول (۵): بررسی تأثیر تماشای سریال‌های ماهواره بر نمادها

نمادها		متغیرهای مستقل
Sig	ضریب بتا	
۰/۰۰۰	۰/۶۲۲	تماشای سریال‌های شبکه جم
۰/۷۷۲	۰/۰۰۴	سن
۰/۹۳۶	-۰/۰۰۱	جنسیت
۰/۰۰۰	۰/۳۷۲	تحصیلات
	۰/۹۵۷	همبستگی چندگانه
	۰/۹۱۶	ضریب تعیین

بررسی تأثیر تماشای سریال‌های ماهواره بر عقاید دینی و مذهبی؛ مقدار بتا و سطح معناداری آن در جدول (۶) نشان می‌دهد که تماشای سریال‌های شبکه جم بر میزان پایبندی به عقاید دینی و مذهبی افراد تأثیر دارد. ($Sig= ۰/۰۰۰$) به عبارت دیگر، افرادی که کمتر سریال‌های این شبکه را تماشا کرده‌اند پایبندی بیشتری به عقاید دینی و مذهبی داشته‌اند. علاوه بر این میزان تحصیلات افراد نیز بر پایبندی به عقاید دینی و مذهبی داشته است. ($Sig= ۰/۰۰۰$)

جدول (۶): بررسی تأثیر تماشای سریال‌های ماهواره بر عقاید دینی و مذهبی

عقاید دینی و مذهبی		متغیرهای مستقل
Sig	ضریب بتا	
۰/۰۰۰	۰/۷۰۰	تماشای سریال‌های شبکه جم
۰/۷۵۴	۰/۰۰۵	سن
۰/۴۹۷	-۰/۰۱۲	جنسیت
۰/۰۰۰	۰/۲۸۲	تحصیلات
	۰/۹۴۵	همبستگی چندگانه
	۰/۸۹۴	ضریب تعیین

بررسی تأثیر تماشای سریال‌های ماهواره بر زبان؛ مقدار ضریب بتا و سطح معناداری آن در جدول (۷) حاکی از آن است که تماشای سریال‌های ماهواره و ابعادی که در آن نمایش داده شده است بر بعد زبان تأثیرگذار بوده است. بدین ترتیب، افرادی که بیشتر سریال‌های ماهواره را تماشا می‌کنند در بعد زبانی بیشتر تحت تأثیر بوده‌اند. همچنین از بین سایر متغیرهای مستقل، تحصیلات نیز بر بعد زبان فرهنگ عمومی تأثیرگذار بوده است و افراد تحصیل کرده بیشتر تمایل داشته‌اند زبان خارجی به کار برده‌شده در سریال‌هایی را که تماشا کرده‌اند را یاد بگیرند و یا موسیقی پخش شده در این سریال‌ها را با

زبان اصلی گوش کنند. در مجموع متغیرهای مستقل وارد شده در رگرسیون توانسته‌اند ۸۵ درصد تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. مقدار همبستگی چندگانه نیز نشان از میزان دقت ضریب تعیین دارد.

جدول (۷): بررسی تأثیر تماشای سریال‌های ماهواره بر زبان

زبان		متغیرهای مستقل
ضریب بتا	sig	
۰/۶۹۰	۰/۰۰۰	تماشای سریال‌های شبکه جم
-۰/۰۰۴	۰/۸۵۵	سن
۰/۰۰۷	۰/۷۲۴	جنسیت
۰/۲۳۷	۰/۰۰۰	تحصیلات
۰/۹۲۲		همبستگی چندگانه
۰/۸۵۱		ضریب تعیین

بحث و نتیجه‌گیری

ماهواره‌ها که در ابتدا تنها کارکردی علمی و تحقیقاتی داشتند، در طی جنگ سرد و پس از آن بستری مناسب برای انتقال اطلاعات فراهم کردند؛ به‌ویژه برای آمریکا که رفته‌رفته از این ابزار برای تسریع در روند جهانی‌شدن، ایجاد نظم به‌اصطلاح نوین جهانی و در واقع، آمریکایی‌سازی جهان که مدنظر سیاست‌مداران این کشور بود، استفاده کرد، به‌گونه‌ای که در دهه‌ی هشتاد شاهد گسترش کارکرد ماهواره‌ها از گزارش‌های علمی نه‌تنها در کشور آمریکا، بلکه در کشورهای اروپایی بودیم. تحولات شبکه‌های ماهواره‌ای و ارسال و پخش آن‌ها به اقصی نقاط جهان، همچنین تمهیدات لازم را برای راه‌اندازی آسان شبکه‌هایی با موضوعات مختلف و متنوع و به زبان‌های متفاوت فراهم کرد. آن‌چنان که طی دهه‌ی گذشته ما شاهد رشد شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان با موضوعات متنوع و مختلفی هستیم که موجبات نگرانی برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران این عرصه را در داخل کشور ایران، فراهم کرده است. نتایج یافته‌های تحقیق در زمینه ابعاد فرهنگی نمایش داده شده در سریال‌های شبکه جم نشان داد که نمایش تجمل‌گرایی، خیانت به همسر و ریاکاری و تزویر از جمله ابعاد ضد فرهنگی و نامناسبی است که به گزارش پاسخگویان تحقیق در سریال‌های این شبکه بسیار نمایش داده شده است. یافته‌های تحقیق عبدی (۱۳۹۲) در این زمینه نتایج تحقیق حاضر را تأیید می‌نماید. نتایج تحقیق دیوبند (۱۳۹۲) نیز حاکی از نمایش روابط نامشروع توسط شبکه‌های ماهواره‌ای است و نشان می‌دهد چگونه جوانان تحت تأثیر پخش این صحنه‌ها قرار می‌گیرند و یافته‌های تحقیق حاضر را در این زمینه تأیید می‌نماید. در همین راستا، نتایج تحقیق قصری خوزانی (۱۳۹۲) نشان می‌دهد ضدارزش‌های اخلاقی متعددی همچون روابط خیانت‌آلود والدین، دروغ‌گویی، حسادت و... از سوی کاراکترهای سریال‌های پخش شده در ماهواره بسیار نمایش داده می‌شود. نتایج تحقیق جعفری بالابند (۱۳۹۲) نیز نشان می‌دهد برنامه‌های شبکه‌ای ماهواره‌ای در پی نمایش سبک زندگی مادی و مادی‌گرایی هستند که با نتایج تحقیق حاضر هم‌خوانی دارد.

در زمینه وضعیت فرهنگ عمومی در میان نمونه تحقیق نتایج نشان داد که اگرچه وضعیت فرهنگ عمومی در حد متوسطی است اما در وضعیت مناسبی نیز قرار ندارد و این زنگ خطری برای مسئولان فرهنگی در این زمینه می‌باشد. به طوری که اگر همین روند ادامه یابد خطر تضعیف فرهنگ عمومی در ابعاد مختلف آن وجود دارد. نتایج موج اول (۱۳۷۹) و دوم (۱۳۸۲) پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان نیز نشان می‌دهد ارزیابی مردم از آینده وضعیت اخلاقی در زمینه خصوصیات اخلاقی‌ای همچون پایبندی به قول و قرار، تقلب و کلاهبرداری و صداقت تضعیف شده است و افراد صفات اخلاقی منفی را در جامعه بیشتر می‌دانند که می‌تواند تا حدودی نتایج تحقیق حاضر در زمینه تضعیف فرهنگ عمومی را تأیید نماید.

با این حال بررسی تک‌تک ابعاد فرهنگ عمومی نشان داد پایبندی به ارزش‌های ایرانی و اسلامی و هنجارها بالاتر از حد متوسط و در وضعیت نسبتاً مناسبی قرار دارد. همچنین این دو بعد در مقایسه با سایر ابعاد فرهنگ عمومی نیز وضعیت بهتری داشته‌اند. نتایج پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان حاکی از تضعیف بیشتر ارزش‌ها و صفات اخلاقی مثبت در بین مردم می‌باشد که از این منظر با نتایج تحقیق حاضر همخوانی ندارد. بدین ترتیب یافته‌ای تحقیق حاضر وضعیت ارزش‌های اخلاقی همچون صداقت و امانت‌داری را بهتر ارزیابی کرده است. که این تفاوت جزئی نتایج می‌تواند به دلیل اختلاف در نحوه پرسش باشد. به طوری که در طرح حاضر، این صفات در مورد خود فرد پرسیده شده است در حالی که در پیمایش مذکور، این صفات در مورد سایر افراد پرسیده شده است. تمایل ناخودآگاه افراد به نمایش خود، بهتر از آن چیزی که در واقعیت هستند شاید یکی از دلایل این اختلاف نتایج باشد.

نتایج تحقیق در زمینه علاقه به نمادها و نشانه‌های ایرانی و اسلامی نشان می‌دهد این بعد از فرهنگ عمومی در بین پاسخگویان بالاتر از حد متوسط می‌باشد. نتایج پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان در سال‌های ۷۹ و ۸۲ نیز نشان می‌دهد بیش از ۸۰ درصد پاسخگویان به ایرانی‌بودن خود افتخار می‌کنند و به نمادهای آن اظهار تعلق نموده‌اند. که از این بعد نتایج تحقیق حاضر را تأیید می‌نماید.

در زمینه پایبندی به عقاید دینی و مذهبی نتایج تحقیق نشان داد وضعیت اعتقاد به دین و مذهب در بین پاسخگویان در حد بالاتر از متوسط قرار دارد با این حال این میزان در حد مناسب نیست و می‌تواند زنگ خطری در زمینه بی‌توجهی به دین باشد. نتایج موج اول و دوم پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان نیز بی‌توجهی به دین را به عنوان یکی از مشکلات اجتماعی رایج معرفی نموده است که با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد.

بررسی و آزمون فرضیات تحقیق نشان داد تماشای سریال‌های شبکه جم ماهواره بر ارزش‌ها تأثیر دارد. چنانکه دو متغیر میزان تحصیلات فرد و تماشای سریال‌های شبکه جم توانسته‌اند در مجموع ۹۳ درصد تغییرات پایبندی به ارزش‌ها را تبیین نمایند. بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می‌شود. یافته‌های تحقیق

حیدری (۱۳۹۰) در زمینه تأثیر تماشای برنامه‌های ماهواره و رواج بی‌بندوباری، خیانت به همسر و ارزش‌های ضداخلاقی در این زمینه، نتایج تحقیق حاضر را تأیید می‌نماید.

نتایج رگرسیون نشان داد تماشای سریال‌های شبکه جم ماهواره بر هنجارها نیز تأثیر دارد. به‌طوری که دو متغیر مستقل تماشای سریال‌های شبکه جم و میزان تحصیلات در مجموع ۹۰ درصد تغییرات تبعیت از هنجارها را در افراد نمونه تبیین می‌نماید و این فرضیه تحقیق نیز تأیید شد.

همچنین نتایج آزمون فرضیات نشان داد تماشای سریال‌های شبکه جم ماهواره بر نمادها تأثیر دارد. به‌طوری که افرادی که سریال‌های شبکه جم را تماشا نکرده‌اند علاقه بیشتری به نمادهای ایرانی و هویت ایرانی خود داشته‌اند. البته متغیر مستقل میزان تحصیلات فرد نیز در پابندی به هویت ایرانی و نمادهای آن بی‌تأثیر نبوده است. با این حال دو متغیر سن و جنسیت تأثیر چندانی در تغییرات متغیر وابسته نداشته‌اند. نتایج تحقیق نیازی (۱۳۹۰) نیز نشان می‌دهد تماشای سریال‌های ماهواره بر هویت ملی افراد تأثیر معناداری داشته است و از این جهت یافته‌های تحقیق حاضر را تأیید می‌نماید.

نتایج رگرسیون و ضرایب بتا نشان داد تماشای سریال‌های شبکه جم ماهواره بر زبان تأثیر دارد. به‌طوری که کسانی که سریال‌های این شبکه را تماشا کرده‌اند به یادگیری این زبان توجه و تمایل بیشتری در مقایسه با سایرین نشان داده‌اند. لازم به ذکر است که در مقایسه با سایر ابعاد فرهنگ عمومی، بعد زبان کمتر تحت تأثیر تماشای سریال‌های ماهواره قرار گرفته است که دلیل این امر می‌تواند دوبله این سریال‌ها به زبان فارسی و متناسب‌سازی اصطلاحات آن با فرهنگ داخل کشور باشد.

در نهایت نیز نتایج آزمون فرضیات در قسمت آمار استنباطی نشان داد که تماشای سریال‌های شبکه جم ماهواره بر عقاید دینی و مذهبی تأثیر دارد. نتایج تحقیق قصابی (۱۳۹۲) که به بررسی اثرات استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای بر هویت دینی پرداخته است نیز یافته‌های تحقیق حاضر را در این زمینه تأیید می‌نماید.

در مجموع می‌توان گفت فرضیه اصلی تحقیق نیز تأیید شد و نتایج رگرسیون نشان داد که تماشای سریال‌های شبکه جم ماهواره بر فرهنگ عمومی مردم تهران تأثیر دارد. نتایج تحقیق قاسم‌زاده عراقی (۱۳۹۱) و مسعودی (۱۳۸۸) در این زمینه نتایج تحقیق حاضر را تأیید می‌نماید و نشان می‌دهد تماشای سریال‌های ماهواره بر ابعاد مختلف فرهنگ و فرهنگ عمومی تأثیرگذار بوده است. لازم به ذکر است که برخلاف نتایج سایر تحقیقات انجام شده در این زمینه همچون نتایج تحقیق پیرمحمدی (۱۳۹۲) یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد که سن و جنسیت تأثیر معناداری بر ابعاد فرهنگ عمومی ندارد و تماشای سریال‌های ماهواره در هر رده سنی و برای هر دو جنس زن و مرد تأثیر یکسانی داشته است. که این امر نشان می‌دهد دیگر همچون سابق این تنها زنان و قشر جوان نیستند که هدف شبکه‌های ماهواره‌ای هستند بلکه سایر اقشار جامعه نیز تحت تأثیر این برنامه‌ها قرار دارند.

پیشنهاد‌های پژوهش

- ۱- با توجه به تأثیر تماشای سریال‌های ماهواره بر پابندی به ارزش‌ها در افراد، پیشنهاد می‌شود برنامه‌هایی در جهت نقد و بررسی موضوعات و ارزش‌های ترویج‌شده در سریال‌های ماهواره‌ای در برنامه‌های تلویزیون داخلی گنجانده شده تا مردم با آگاهی از اثرات مخرب ترویج ارزش‌های غیراخلاقی، تصمیم به تماشای این برنامه‌ها بگیرند.
- ۲- با توجه به یافته‌های تحقیق در زمینه تأثیر تماشای برنامه‌های ماهواره بر عقاید دینی و مذهبی افراد، پیشنهاد می‌شود در مراسم‌های مذهبی، در زمینه اثرات سوء این سریال‌ها به مردم اطلاع‌رسانی صورت گیرد.
- ۳- با توجه به ترویج ارزش‌هایی همچون تجمل‌گرایی و مادی‌گرایی در سریال‌های ماهواره‌ای، مبارزه با روحیه تجمل‌گرایی در برنامه‌های داخلی پیشنهاد می‌شود.
- ۴- علاوه بر موارد فوق، ارائه برنامه‌های مناسب از تلویزیون داخلی در جهت کاهش تمایل افراد به برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای نیز می‌تواند در این زمینه راهگشا باشد.
- ۵- حرکت مقابله‌ای صدا و سیما برای ساختن و بازنمایی مجدد ارزش‌های جامعه و صیانت از حریم خانواده به منظور مقابله با آثار منفی سریال‌های نامناسب ماهواره‌ای نیز پیشنهاد می‌گردد.
- ۶- با توجه به یافته‌های تحقیق در زمینه تأثیر میزان تحصیلات افراد و تضعیف و یا تقویت فرهنگ عمومی و ابعاد آن، که نشان از تفاوت برداشت افراد آگاه و ناآگاه از محتوای سریال‌های ماهواره‌ای می‌باشد، افزایش سطح آگاهی و دانش افراد در هنگام استفاده از این برنامه‌ها، پیشنهاد می‌شود.

پیشنهادات برای تحقیقات آتی

- ۱- انجام پیمایش در سایر مناطق شهر تهران و بررسی تأثیر این برنامه‌ها در اقشار مختلف طبقات اقتصادی پیشنهاد می‌گردد.
- ۲- بررسی پیامدهای ترویج تجمل‌گرایی در سریال‌های ماهواره‌ای بر میزان احساس محرومیت در افراد پیشنهاد می‌گردد.

محدودیت‌های پژوهشی

حساسیت موضوع تماشای سریال‌های ماهواره سبب شد بسیاری از افراد نمونه از پرکردن پرسشنامه‌ها خودداری کنند و این مسئله محققان را مجبور کرد زمانی بسیار بیشتر از آنچه که پیش‌بینی کرده بودند به پرکردن پرسشنامه‌ها اختصاص دهند.

منابع و مأخذ

- اسدالهی، م. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر ماهواره بر سبک زندگی جوانان مناطق مرزی غرب کشور. مطالعه موردی: آذربایجان غربی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم تربیتی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد سلماس.
- امیری، ع؛ نوری، م. ی؛ بساطیان، س. م. (۱۳۹۰). بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و گرایش بهره‌برداران به آسیب‌های اجتماعی. فصلنامه نظم و امنیت انتظامی. شماره ۱۶، ۱۱۷.
- پیرمحمدی، ک. (۱۳۸۷). بررسی نقش رسانه‌های نوین با تأکید بر ماهواره و اینترنت بر هویت فرهنگی دانشجویان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان.
- جعفری بالابند، م. (۱۳۹۲). سریال‌های تلویزیونی شبکه ماهواره‌ای GEM و سبک زندگی مخاطبان جوان شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی. دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- دیوبند، ف؛ مسعودنیا، ا؛ جسمانی، س. (۱۳۹۲). تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای بر نگرش جوانان به روابط نامشروع. دو فصلنامه پلیس زن. شماره ۱۹، ۴۲.
- رائی، ع. (۱۳۹۱). بررسی تأثیرات شبکه‌های ماهواره‌ای بر جوانان ایران. پیک نور. علوم انسانی. ویژه علوم اجتماع.
- رجب‌زاده، ا. (۱۳۷۹). درآمدی بر مفهوم فرهنگ عمومی. مجله آزما. شماره ۱۰، ۲۲.
- ریتزر، ج. (۱۳۸۳). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه: محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی.
- سورین، و. ج؛ تانکارد، ج. (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. نشر دانشگاه تهران.
- شهیدی، س؛ احمدی، پ؛ صمدی، پ؛ (۱۳۹۲). مؤلفه‌های فرهنگ عمومی در کتاب‌های درسی دوره ابتدایی. مجله مطالعات ملی. شماره ۵۵. ص ۷۷-۱۰۶.
- شورورزی، ع. (۱۳۸۴). نحوه شکل‌گیری فرهنگ عمومی و رفتار فرهنگی. اندیشه انقلاب اسلامی. شماره ۱۳ و ۱۴. ۱۹۳-۲۱۸.
- عبدی، س. (۱۳۹۲). آسیب‌شناسی سریال‌های عامه‌پسند ماهواره‌ای در جامعه امروز ایران از دید صاحب‌نظران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی. دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- قصابی، ر؛ چمنی، س؛ عزتی، ر؛ صنعتی شرقی، ن. (۱۳۹۲). بررسی اثرات استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای بر هویت دینی. فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی. شماره ۶، ۶۱.

نقش تماشای سریال‌های ماهواره بر فرهنگ عمومی

قاسم‌زاده عراقی، م. (۱۳۹۱). ماهواره و آسیب‌های اجتماعی: آسیب‌شناسی تأثیرات شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر نگرش مخاطب ایرانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی. معاونت رسانه‌های مجازی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.

قصری خوزانی، د. (۱۳۹۲). بازنمایی خانواده در شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و ارائه راهکارهای رسانه‌ای. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی. دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.

قنادان، م. (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی مفاهیم کلیدی. تهران: نشر آوای نور.

گیدنز، آ. (۱۳۷۸). تجدد و تشخیص. ترجمه: ناصر موفقیان. نشر نی.

لیتل جان، ا. (۱۳۸۴). نظریه‌های ارتباط جمعی. ترجمه: سید مرتضی نوربخش و سید اکبر میرحسینی. تهران: جنگل.

کریمی، ا. (۱۳۹۲). تحلیل دریافت جوانان از سریال‌های عامه‌پسند ماهواره‌ای. مردم‌نگاری مخاطبان جوان شهر مریوان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات. دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.

محمدی، م. (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی تأثیرات ماهواره بر هویت اجتماعی - فرهنگی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی. دانشگاه آزاد اسلامی شهرستان اراک.

محمدی سیف، م. (۱۳۹۳). شبکه‌های ماهواره‌ای و تغییر در کارکردهای خانواده. کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی. فصلنامه تخصصی رسانه و خانواده. شماره ۷.

مرعشی، س. ج. (۱۳۷۵). مجموعه مقالاتی پیرامون فرهنگ عمومی. سازمان مدیریت صنعتی. تهران.

نیازی، م. (۱۳۹۰). نقش ماهواره و برنامه‌های ماهواره‌ای در فرسایش هویت فردی، اجتماعی، ملی و دینی شهروندان شهر کاشان در سال ۱۳۸۹. فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات. شماره ۲۲، ۱۸۲.

پرتال جامع علوم انسانی