

# بررسی نگرش و علل گرایش به شبکه های ماهواره ای در بین جوانان ۲۰ تا ۳۰

ساله شهر همدان

الهام عرفانی آداب<sup>۱</sup>، حسین محقق<sup>۲</sup>

۱-۱۹/

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۰۸/۱۰

تاریخ وصول: ۱۳۹۳/۰۷/۰۵

## چکیده

هدف از این پژوهش بررسی نگرش و علل گرایش جوانان به شبکه های ماهواره ای می باشد. از جمله عواملی که بر گرایش به ماهواره تاثیر گذار است می توان به متغیرهای دموگرافیکی (جنسیت، وضعیت تاهل، سن و تحصیلات)، آموزش و اطلاع رسانی، اوقات فراغت و کیفیت برنامه های ایرانی نام برد که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است. در این راستا از پرسشنامه ۲۳ سؤالی محقق ساخته استفاده شد که در بین ۱۰۰ نفر از جوانان ۲۰ تا ۳۰ ساله شهر همدان اجرا شد و نتایج نشان داد که متغیرهای دموگرافیکی بر میزان گرایش به ماهواره تأثیر ندارد و عوامل اوقات فراغت و کیفیت برنامه های ایرانی تا حد متوسط و آموزش و اطلاع رسانی تا حد کمی بر گرایش به ماهواره تأثیر دارد. همچنین دیگر نتایج نشان داد جوانان تا حد کمی با ایده توسعه بخشی ماهواره و برنامه های آن موافق هستند و تا حد متوسطی با محدودیت آن در جامعه مخالفت دارند. آنها نگرش مثبتی نسبت به ماهواره دارند و تا حد متوسطی نیز به دلیل مسائل اخلاقی - خانوادگی و اجتماعی نگرش منفی نسبت به ماهواره پیدا کرده اند.

**واژگان کلیدی:** گرایش به ماهواره، اوقات فراغت، کیفیت برنامه های ایرانی، آموزش و

اطلاع رسانی

۱- دانشجوی دکتری روانشناسی تربیتی Erfani.er22@gmail.com

۲- استادیار گروه روانشناسی دانشگاه بوعلی سینا

## مقدمه

ماهواره یکی از ابزارهای فن آوری پیشرفته روز محسوب می شود که در حوزه های مختلف علمی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در راستای توسعه جوامع به کار گرفته شده است. ویژگی های منحصر به فرد ماهواره همگی موجب استقبال عظیم مردم در سرتاسر جهان از آن شده است (پیری و همکاران، بی تا). ماهواره ها فن آوری های نوین ارتباطی هستند که قلمرو وسیعی از مناطق جغرافیایی را تحت پوشش خود قرار می دهند. کشورها به مدد این ابزار، اطلاعات، اخبار و برنامه های گوناگونی را با اهداف مختلف سوار بر امواج نامرئی به فراسوی مرزهای سیاسی خود می فرستند (هاشمی، ۱۳۸۱). رسانه های دنیای امروز نقش به سزایی در پیشبرد برنامه های مختلف دولت ها دارند و استفاده بهینه و به هنگام از آنها می تواند میزان کارایی دولتمردان را در اجرای سیاست هایشان افزایش دهد. وجود حجم گسترده امواج ماهواره ای سبب شد تا همیشه سیاست گذاری رسانه ای در ایران متوجه شبکه های ماهواره ای باشد و با تولد و گسترش شبکه های ماهواره ای فارسی زبان، این توجه بیشتر شده است (رضایی و کلانتری، ۱۳۹۰). این فن آوری همانند بسیاری از ابداعات بشری آثار مثبت و منفی به دنبال دارد و این نه به خاطر ذات فن آوری بلکه منبعت از اندیشه و افکار انسان هایی است که چنین وسایلی را به خدمت گرفته اند. آثار نامطلوب برخی از برنامه های ماهواره ای در زمینه های فرهنگی، اقتصادی و سیاسی، همچنین نبودن مقررات حقوقی الزام آور در سطح بین المللی در مورد محتوای برنامه های ماهواره های تلویزیونی، باعث ایجاد و بروز برخی اختلاف نظرها میان دولت ها شده و دولت ها را بر آن داشته که برای مصونیت فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جامعه خود چاره جویی کنند (هاشمی، ۱۳۸۱).

با توجه به آسیب شناختی استفاده از رسانه های نوین، فضای ماهواره می تواند هویت نامشخص و دائماً متحولی را بیافریند، خصوصاً برای نسلی که در مقایسه با نسل قبل با محرک های فراوانی مواجه است. با ورود ماهواره امکان دگرگونی فرهنگ ها و سنت ها، بسیار بیش از گذشته و نیز سهل تر از آنچه که دیگر دستاوردها از گذشته تاحال می توانستند، فراهم آمده و تفکرات و بینش بسیاری از مردم را در جوامع مختلف و در بسیاری از امور به چالش کشیده است. مقاومت بی دلیل و بدون محاسبه تبعات، نتیجه ای جز شکست در برابر این فضای مجازی نخواهد داشت و تسلیم محض نیز معنایی جز باور نداشتن آنچه که تاکنون بدان پای بند بوده ایم و پذیرفته ایم، نخواهد بود. اما استفاده بهینه از این نوآوری و سوق دادن آن به سمت ترویج فرهنگ و اعتقادات، یقیناً تنها راه تبدیل تهدید به فرصت برای هر انسان دلسوز و دردمند است (پیری و همکاران، بی تا). در این میان گرایش روزافزون ایرانیان و به خصوص جوانان، به ماهواره، علاوه بر برخی مزایا و کارکردهای متنوع آن، کژکارکردها و مسائلی را هم در پی داشته است؛ تغییرات گاه نابهنجار در فضای پوشش عمومی جامعه، به ویژه در میان نوجوانان و جوانان، تغییر ادبیات و زبان رایج میان آنها، توسعه مصرف گرایی تحت تأثیر انواع شبکه های ماهواره ای، به ویژه شبکه های مد، تبلیغ گسترده انواع شوهای لباس و مزون ها، تمرکز تبلیغات تجاری بر ظاهر آرایشی، تغییر تدریجی زیبایی شناسی ایرانیان، به ویژه جوانان و گرایش به آرایش های نامتعارف، گسترش روزافزون جراحی های زیبایی، گرایش به رژیم های لاغری طاقت فرسا در میان دختران جوان، کاهش علاقه به ازدواج و افزایش سن ازدواج، برخی از نمودهای عینی و قابل تأمل هستند که تا حدودی از مصرف رسانه ای ایرانیان متأثر بوده است (بیچرانلو و یاسینی، ۱۳۹۱). عوامل متعددی در گرایش مردم به ماهواره تأثیر گذار است. در این زمینه تحقیقات

گونگونگی انجام شده است. پر کردن اوقات فراغت افراد از طریق توجه به نیازهای فرهنگی آنان از جمله عوامل بسیار مهمی است که توجه بدان می تواند در کاهش گرایش مردم به شبکه های تلویزیونی خارجی مؤثر باشد (آقامحمدیان، ۱۳۸۱؛ به نقل از بصیر، ۱۳۸۷). در پژوهش افهمی و همکاران (۱۳۸۶) سن، جنس، سطح تحصیلات، محل سکونت، نحوه گذران اوقات فراغت و ارزیابی افراد از برنامه های تلویزیون داخلی در گرایش آنان به ماهواره تأثیرگذار بوده است. در سنجش بعد شناختی گرایش به ماهواره اکثریت پاسخگویان ماهواره را باعث افزایش دانش خود و پاسخگوی نیازهای مختلف گروه های سنی و جنسی دانسته و در بعد عاطفی گرایش به ماهواره هم اکثریت پاسخگویان برنامه های ماهواره را لذت بخش، سرگرم کننده و جالب می دانند. در بعد رفتاری اکثریت مردم به تماشای برنامه های ماهواره ای تمایل دارند ولیکن تشویق دیگران به تماشای ماهواره را وظیفه خود نمی دانند. همچنین میانگین اعتقاد به باورها و رفتارهای دینی در دو گروه کسانی که به ماهواره دسترسی دارند و کسانی که به ماهواره دسترسی ندارند، تفاوت قابل توجهی با یکدیگر دارد؛ به گونه ای که کسانی که از ماهواره استفاده نمی کنند بیشتر به باورها و رفتارهای دینی پایبند بوده اند (به نقل از ملکی تبار، ۱۳۸۶). نتایج پژوهش بصیر (۱۳۸۷) نشان داد که اکثریت پاسخگویان بر این باورند که ماهواره اوقات فراغت مناسب و لحظات شادی را برای آنها فراهم می کند، این در حالی است که از سوی دیگر همین افراد نگران تغییراتی که ماهواره به دلایل مسائل اخلاقی و خانوادگی در ساختار زندگی خانوادگی شان به وجود می آورد نیز هستند. در این پژوهش نیز بعضی عوامل مؤثر بر نگرش و گرایش جوانان به ماهواره بررسی می شود. از جمله این عوامل می توان به متغیرهای دموگرافیکی، پر کردن

اوقات فراغت، کیفیت برنامه های شبکه های ایرانی و آموزش و اطلاع رسانی برنامه های شبکه های ایرانی اشاره کرد.

### سوال های تحقیق

- ۱- نگرش جوانان شهر همدان نسبت به ماهواره چگونه است؟
- ۲- پرکردن اوقات فراغت در گرایش دانشجویان به شبکه های ماهواره ای تا چه حد تأثیر دارد؟
- ۳- آموزش و اطلاع رسانی شبکه های ماهواره ای تا چه حد بر گرایش دانشجویان به ماهواره تأثیر دارد؟
- ۴- کیفیت و چگونگی برنامه های شبکه های ایرانی تا چه حد بر گرایش دانشجویان به شبکه های ماهواره ای تأثیر دارد؟
- ۵- متغیرهای دموگرافیکی از جمله جنس، تحصیلات و وضعیت تأهل بر گرایش دانشجویان به ماهواره تا چه حد تأثیر دارد؟
- ۶- آیا بین سن جوانان و نگرش جوانان نسبت به ماهواره رابطه وجود دارد؟

### چارچوب نظری تحقیق

#### ماهواره

اندیشه ساخت قمر مصنوعی احتمالاً به سال ۱۸۷۰ مربوط می شود. اولین قمر مصنوعی به نام اسپوتنیک<sup>۱</sup> یک در چهارم اکتبر توسط اتحاد جماهیر شوروی به فضا پرتاب شد و از آن زمان تا کنون، ده ها قمر مصنوعی توسط کشورهای مختلف به فضا پرتاب شده است. ماهواره<sup>۲</sup> شکل دیگری از قمر مصنوعی است. در تعریف

۱ - Sputnik

۲ - Satellite

ماهواره آمده است: هر گونه شیء ساخته انسان که به دور کره زمین، ماه و یا هر جسم فضایی دیگر گردش کند.

ماهواره یا قمر مصنوعی که به عنوان پدیده‌ای شگرف در قرن بیستم به آن نگریسته شده، همچنان در حال رشد و تکامل است، به نحوی که آینده آن به درستی قابل پیش‌بینی نیست. این وسیله نوین ارتباطی با توجه به توانایی خود در جهت کسب اخبار و ارسال پیام و تصویر به نقاط دوردست‌تر، زمینه‌های مخابراتی ارسال برنامه‌های رادیو-تلویزیونی، پیش‌بینی آب و هوا و تغییرات جوی و بالأخره مداخله در امور نظامی و جاسوسی آن بر دیگر جنبه‌ها غلبه داشت. امروزه، ابعاد تجاری آن در امور مخابراتی یا فروش عکس‌های ماهواره‌ای، اهمیت این محصول ساخته انسان و استفاده از آن را مضاعف کرده است (بهزاد، ۱۳۷۵).

### تاریخچه پیدایش ماهواره

در ۱۱ ژانویه ۱۹۴۶، کارشناسان مخابرات ارتش آمریکا برای اولین بار موفق شدند طی یک پروژه‌ی تحقیقاتی به نام «AMADI» امواج راداری به ماه ارسال و انعکاس آن را دریافت کنند. طی دهه ۱۹۵۰، آزمایشگاه تحقیقاتی نیروی دریایی آمریکا به این پژوهش‌ها ادامه داد تا آنکه بین سال‌های ۱۹۵۹ و ۱۹۶۳ توانست از ماه به عنوان یک ماهواره طبیعی بین واشنگتن و هاوایی، ارتباط‌های رادیویی منظمی برقرار کند ... در دهه ۱۹۶۰، مردم شوروی سابق به وسیله ماهواره‌ها قادر شدند، تصویر فضا پیمای وستاک II را که مدار زمین را دور می‌زد، مشاهده کنند. در طول دهه ۱۹۸۰ پنج نسل از این ماهواره‌ها در تکامل یکدیگر ارائه شد که نسل پنجم ماهواره‌های مزبور با ۱۲ هزار مدار تلفنی و دو کانال تلویزیونی با تجهیزات کامل، در مدار قرار گرفتند. نسل پنجم، مجهز به سیستم‌های دیجیتالی پیچیده در سال ۱۹۸۶ ساخته و به کار گرفته شد (یعقوبی، بی تا).

استفاده از برنامه های ماهواره ای طی سال های سال عمده‌تاً با اهداف نظامی، صنعتی و اقتصادی همراه بود، اما امروزه اهداف دیگری در بکارگیری آن مدنظر شرکت های چند ملیتی و کشورهای توسعه یافته و صاحبان قدرتمند رسانه ای جهان قرار گرفته است بر همین اساس انواع تبلیغات زیبا و انبوهی از کالاها را در مقابل دیدگان افراد و علاقه مندان قرار می دهند.

### ماهواره و کارکردهای آن

در حال حاضر از ماهواره در زمینه های مختلف بهره برداری می کنند، بعضی از این ماهواره ها کارکرد تخصصی دارند و برخی دیگر نیز به ارائه خدمات گوناگون می پردازند.

اتحادیه بین المللی ارتباطات راه دور<sup>۱</sup> انواع اصلی خدمات مختلف ماهواره را در زمینه های سرویس های رادیویی و تلویزیونی، هدایت حمل و نقل دریایی، هوایی و زمینی، زمین شناسی، علوم مخابرات و مطالعات تقسیم بندی و به شرح زیر تعریف کرده است:

- سرویس ارتباط ثابت ماهواره ای<sup>۲</sup>
- سرویس ارتباط سیار ماهواره ای<sup>۳</sup>
- سرویس پخش تلویزیونی به وسیله ماهواره<sup>۴</sup>
- سرویس ماهواره ای برای تعیین ایستگاه های فرستنده<sup>۵</sup>
- سرویس هدایت رادیویی ماهواره<sup>۶</sup>

---

۱ - ITU

۲ - FSS

۳ - MSS

۴ - BSS

۵ - RDSS

۶ - RNSS

- سرویس ماهواره‌ای زمین‌شناسی<sup>۱</sup>
  - سرویس ماهواره‌ای برای هماهنگی فرکانس و وقت
  - سرویس ماهواره‌ای برای ارتباطات آماتوری
- از منظر عملیاتی، ماهواره‌ها به سه دسته عمده تقسیم می‌شوند:
- الف) ماهواره‌های خدماتی و کاربردی
  - ب) ماهواره‌های علمی - پژوهشی
  - ج) ماهواره‌های نظامی (جاسوسی). (صالحی امیری، ۱۳۹۰).
- علاوه بر این، ماهواره‌ها به دو دسته نظامی و غیر نظامی نیز تقسیم‌بندی می‌شوند.

### ماهواره در ایران: گذشته، حال و آینده

از هر منظر و با هر رویکرد سیاسی و فرهنگی که به وضعیت ماهواره و تجهیزات دریافت کانال‌های تلویزیونی و رادیویی خارجی در ایران نگریسته شود، می‌توان آن را نامطلوب و بحران‌زا دانست.

خطر بدآموزی اخلاقی و رفتاری به‌ویژه نسل جوان و خانواده‌ها را تهدید می‌کند. به دلیل ممنوعیت والدین و تمام مردم از انتقال تجارب به یکدیگر و آموزش نحوه بهره‌وری مطلوب و کاستن از میزان خطرات و بدآموزی‌های ماهواره محروماند.

شاید بسیاری از سیاست‌گذاران و فعالان سیاسی و فرهنگی، علت شرایط جاری را به قانون ممنوعیت نسبت دهند و از این منظر تغییر قانون و رفع ممنوعیت را راه‌حل وضعیت موجود بدانند. در واقع، قانون فوق از زمان طرح اولیه آن تا امروز، موضوع بحث و مناقشه بسیاری بوده است. موافقان این قانون بر آن بودند که



برنامه های ماهواره ای عمدتاً مخرب و مبتذل بوده و عامل اصلی زدودن ارزش ها م معیارهای اصیل اسلامی و ملی به شمار می آیند (صالحی امیری، ۱۳۹۰).

در مقابل، مخالفان نیز دلایلی نظیر اجرایی نبودن قانون به دلیل پیشرفت های فنی و حتی امکان بهره وری به دلیل تجربی را یادآور شدند. بررسی مشروح مذاکرات نشان می دهد، هر دو گروه موافقان و مخالفان قانون ممنوعیت، آن را مطلق و نقطه پایان وضعیت ماهواره نمی دانستند و حتی موافقان، آن را اقدامی موقتی و تأخیری قلمداد می کردند تا فرصت مناسب برای تقویت و آماده سازی دستگاه های فرهنگی کشور فراهم شود.

در هر حال، از زمان تصویب قانون ممنوعیت تا کنون تقریباً همه مسئولان عالی رتبه نظام، شخصیت های سیاسی و فرهنگی و احزاب و جناح های سیاسی بر لزوم بهره وری مناسب از ماهواره و برنامه های مثبت آن تأکید نموده و یا عدم امکان عملی و فنی اجرای قانون ممنوعیت و جمع آوری دستگاه های دریافت را گوشزد کرده اند.

اصول کلی فوق، مورد تأیید و تأکید مردم نیز قرار دارد. شایان ذکر است که مردم، مجری اصلی و نهایی قانون و سیاست ماهواره ای هستند و مجریان اصلی قانون، به مجرمان اصلی آن تبدیل خواهند شد. نظرسنجی انجام شده در سال ۱۳۷۳ در شهر تهران نشان داد، از نظر پاسنگویان مهم ترین علت گرایش به استفاده از ماهواره ضعف امکانات تفریحی و سرگرمی در جامعه و به خصوص ناتوانی برنامه های صدا و سیما در برآوردن نیازهای اقشار مختلف (از نظر برنامه های تفریحی و خبری) بوده است. پاسنگویان، مهم ترین راه مقابله با خطرات ناشی از ماهواره را استفاده از ابزار فرهنگی دانستند (صالحی امیری، ۱۳۹۰).

نظرسنجی‌های انجام شده در فاصله سال‌های ۱۳۷۳ تا ۱۳۸۰ نشان می‌دهد که بیشتر مردم به استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای گرایش دارند و استفاده از آنها را به‌طور کامل یا مشروط حق خود می‌دانند. همچنین، پاسخگویان بر این باور بوده‌اند که مهم‌ترین علل گرایش به ماهواره، ضعف امکانات تفریحی در جامعه و نقصان کمی و کیفی برنامه‌های تلویزیونی می‌باشد. این نگرش‌ها به ایجاد تقاضای چند میلیونی برای خرید و استفاده از تجهیزات ماهواره‌ای منجر گردیده است که توسط قاچاقچیان برآورده می‌شود (صالحی امیری، ۱۳۹۰).

به‌طور خلاصه، می‌توان گفت: نظریه‌های ابراز شده توسط مسئولان عالی‌رتبه نظام، نمایندگان مجلس، دستگاه‌های اجرایی، متخصصان و مردم در طول سال‌های گذشته دو اصل بنیادین و به‌هم پیوسته را در خود دارد:

- ضرورت بهره‌وری مناسب از برنامه‌های مطلوب ماهواره‌ای و
- مبارزه با رواج و دریافت کنترل نشده کانال‌های بعضاً مخرب ماهواره‌ای.

### ماهواره، ابزار یکسان‌ساز فرهنگی

فرایند جهانی شدن که آنتونی گیدنز آن را وابستگی متقابل در همه عرصه‌ها می‌نامد، فرد را از حیات تک‌بعدی، ساده‌انگارانه و محدود سنتی خارج می‌کند و مجموعه‌ای از آمال و آرزوها و چشم‌اندازها را در ذهن او ترسیم می‌نماید. ارتباطات گسترده جهانی و ظهور چشم‌گیر ماهواره‌ها، فناوری‌های اطلاعاتی عرض زندگی بشر را فراخ نموده است و نمایش توانمندی‌های دیگر انبای بشر، مخاطبان امواج حامل پیام و اطلاعات را به حرکت و نوگرایی و اختراع و ابتکاری برای ابراز وجود، دعوت می‌کند (صالحی امیری، ۱۳۹۰).

تمامی رسانه‌ها از ویژگی پیام‌رسانی برخوردارند، رسانه در همه تعاریف یا خود پیام است یا اصلاً برای پیام‌رسانی آمده است. پیام نیز یا خود فرهنگ است یا برای انتقال فرهنگ انتشار یافته است.

تمامی رسانه‌های همگانی بنا به ویژگی دارا بودن مخاطبان انبوه و امکان گسترش شبکه ارتباطی استعداد جهانی شدن را دارا می‌باشند، بنابراین چون و چرای جهانی شدن فرهنگ ابتدا به ویژگی‌های درخور رسانه‌ها باز می‌گردد (صالحی امیری، ۱۳۹۰).

ویژگی‌های عمده اطلاعات ارائه شده به واسطه فناوری ماهواره‌ای عبارتند از:

۱- 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؛

۲- فراگیری وسیع آن؛

۳- جالب و جذاب بودن محتوای آن؛

۴- دعوت به یکسانی فرهنگی و رفتاری توسط آن؛

گاه پیشرفت وسایل ارتباط جمعی با یکپارچه‌سازی فرهنگی در جهان، یکسان فرض می‌شود. حال آنکه پیشرفت وسایل ارتباطی را نمی‌توان لزوماً با یکپارچه‌سازی فرهنگی یکی دانست. با این وجود نمی‌توان از تأثیر ماهواره‌ها در یکپارچه‌سازی فرهنگی غافل شد. از جمله کسانی که در این مورد به انتقاد پرداخته است، فرانسیس فوکویاما<sup>۱</sup> است. او این اندیشه را که جهانی شدن و توسعه ارتباطات منتهی به همگونی می‌شود و از فرهنگ‌ها سنت‌زدایی کرده و فرهنگ‌های محلی و ملی را محو می‌نماید، مورد نقد قرار می‌دهد. وی اعتقاد دارد که جوامع علی‌رغم

همکاری‌های اقتصادی، خصوصیات فردی خود را حفظ می‌کنند. هر چند فرایند جهانی شدن در بعضی زمینه‌ها همگرایی ایجاد کرده است، اما عناصر عمیق‌تری در فرهنگ کشورهای وجود دارد که همگرایی در آن‌ها به آسانی به وجود نمی‌آید.

در مقابل فوکویاما، مارشال مک لوهان<sup>۱</sup> مدعی است که تأثیر ماهواره و فناوری اینترنت، زدودن تفاوت‌های زمانی - مکانی و اعلام عصر تازه‌ای است که باید آن را عصر جامعه جهانی نامید. در این عصر، زمان از حرکت باز ایستاده و مکان ناپدید شده است و همه اکنون در دهکده‌ای جهانی زندگی می‌کنند.

بنابراین رسانه‌های جمعی هم ابزار نشر فرهنگ توده هستند و هم عامل جهت‌دهنده اندیشه و احساس نخبگان جامعه و کم کردن شکاف میان دنیای درک و فهم برگزیدگان و عامه. همین کم کردن شکاف میان فهم برگزیدگان و عامه است که نوعی فرهنگ جهانی به وجود می‌آورد که در همه جای دنیا به صورت یکسان نمود می‌یابد (صالحی امیری، ۱۳۹۰).

## روش

تحقیق حاضر تحقیقی توصیفی از نوع پیمایشی است. هدف از انجام این پژوهش توصیف علمی، واقعی و تنظیم خصوصیات یک ماهیت یا موضوع است. روش تحقیق پیمایشی به توصیف وضعیت موجود به همان شکلی که هست می‌پردازد. در پژوهش حاضر جامعه آماری عبارت است از جوانان ۲۰ تا ۳۰ سال شهر همدان که از بین آنها نمونه‌ای به حجم ۱۰۰ نفر به صورت نمونه‌گیری در دسترس به دلیل عدم دسترسی به لیست اعضای جامعه انتخاب شدند که بعد از حذف پرسشنامه‌های ناقص تعداد ۹۷ پرسشنامه باقی ماند. در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته ۲۳ سؤالی استفاده شد که در تهیه آن از نظر

<sup>۱</sup> - Mc Lohan

متخصصان و پرسشنامه های مرتبط دیگر از جمله پرسشنامه بصیر(۱۳۸۷) استفاده شد. جهت بررسی پایایی آن از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید که ضریب پایایی آن ۰/۷۱ محاسبه شد که این ضریب پایایی نسبتاً خوب و قابل قبول می باشد. جهت تجزیه و تحلیل سؤالات پژوهش از آزمون های آمار استنباطی t تک گروهی، t مستقل، تحلیل واریانس یک متغیره (ANOVA) و همبستگی پیرسون استفاده شد.

### یافته ها

نتایج آمار توصیفی نشان داد ۴۸ نفر از پاسخگویان خانم و تعداد ۴۹ نفر آقا، ۵۹ نفر مجرد، ۳۵ نفر متأهل و ۳ نفر مطلقه بوده اند. اکثریت پاسخگویان تحصیلات فوق دیپلم و لیسانس داشته اند و میانگین سن آنها ۲۳ سال بوده است. جهت بررسی نگرش جوانان نسبت به ماهواره از آزمون t تک گروهی استفاده شد که نتایج آن در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱: نتایج آزمون t تک گروهی جهت بررسی نگرش جوانان نسبت به ماهواره

مؤلفه ها	میانگین	انحراف معیار	مقدار آزمون t	df	سطح معناداری	تفاوت میانگین ها
نگرش مثبت به ماهواره با هدف توسعه بخشی ماهواره و برنامه های آن	۱۴/۰۵	۴/۲۱	-۱/۲۲	۹۶	۰/۰۲	-۰/۹۵
نگرش مثبت به ماهواره و مخالفت بامحدودیت آن در جامعه	۱۲/۰۴	۲/۶۱	۰/۱۶	۹۶	۰/۸۸	۰/۰۴
نگرش منفی به ماهواره به دلیل مسائل اخلاقی - خانوادگی و اجتماعی	۲۲/۰۵	۵/۶۲	۱/۸۴	۹۶	۰/۰۶	۱/۰۵

با توجه به اطلاعات جدول ۱ می توان گفت جوانان تا حد کمی با ایده توسعه بخشی ماهواره و برنامه های آن موافق هستند، تا حد متوسطی با محدودیت آن در جامعه مخالف هستند و نگرش مثبتی نسبت به ماهواره دارند و تا حد متوسطی نیز به دلیل مسائل اخلاقی - خانوادگی و اجتماعی نگرش منفی نسبت به ماهواره دارند. جهت بررسی میزان تأثیر اوقات فراغت، آموزش و اطلاع رسانی و کیفیت و چگونگی برنامه های شبکه های ایرانی بر گرایش به ماهواره از آزمون t تک گروهی استفاده گردید که نتایج آن در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲: نتایج آزمون t تک گروهی جهت ارزیابی میزان تأثیر اوقات فراغت بر گرایش به ماهواره

میانگین	انحراف معیار	مقدار آزمون t	df	سطح معناداری	تفاوت میانگین ها
۸/۹۷	۲/۲۸	-۰/۱۳	۹۶	۰/۸۹	-۰/۰۳
۱۶/۹۱	۴/۱۸	-۲/۵۸	۹۶	۰/۰۱	-۱/۰۹
۱۲/۲۸	۳/۰۰	۰/۹۱	۹۶	۰/۳۶	۰/۲۸

با توجه به اطلاعات جدول ۲ می توان نتیجه گرفت از نظر جوانان شهر همدان میزان تأثیر اوقات فراغت بر گرایش به ماهواره در حد متوسط می باشد ( $p > 0/005$ ). میزان تأثیر آموزش و اطلاع رسانی بر گرایش به ماهواره در حد کم می باشد ( $p < 0/005$ ) و میزان تأثیر کیفیت و چگونگی برنامه های شبکه های ایرانی بر گرایش به ماهواره در حد متوسط می باشد ( $p > 0/005$ ).

جهت بررسی میزان تأثیر متغیرهای دموگرافیکی از جمله جنس، تحصیلات و وضعیت تأهل بر نگرش جوانان نسبت به ماهواره از آزمون t مستقل و تحلیل واریانس یک متغیره (ANOVA) استفاده گردید که نتایج آن در جدول ۳ و ۴ ارائه شده است.

با توجه به مقدار  $t = -1/78$  و درجات آزادی ۹۵ تفاوت معناداری بین جوانان دختر و پسر مشاهده نشد ( $p > 0/005$ ). همچنین با توجه به مقدار  $t = 1/42$  و درجات آزادی ۹۵ تفاوت معناداری بین جوانان مجرد و متأهل مشاهده نشد ( $p > 0/005$ ). به عبارت دیگر نتایج نشان داد جوانان دختر و پسر، مجرد و متأهل دارای نگرش یکسانی نسبت به ماهواره هستند و تفاوت مشاهده شده در میانگین نمرات آنها ناشی از خطای نمونه گیری و تصادفی است.

جدول ۳: نتایج آزمون  $t$  مستقل جهت مقایسه نگرش به ماهواره در جوانان دختر و پسر

جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار $t$	درجات آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین ها
مرد	۴۸	۴۶/۷۷	۷/۴۴	-۱/۷۸	۹۵	۰/۰۷۵	-۲/۷۲
زن	۴۹	۴۹/۴۸	۷/۴۴				
مجرد	۵۹	۴۹/۱۰	۷/۹۰	۱/۴۲	۹۲	۰/۱۵۹	۲/۲۷
متأهل	۳۵	۴۶/۸۳	۶/۷۸				

با توجه به مقادیر  $F = 1/67$  و درجات آزادی ارائه شده می توان گفت نگرش به ماهواره آزموننی ها در گروه های مختلف تحصیلی متفاوت نمی باشد. به عبارت دیگر نگرش به ماهواره در افراد گروه های مختلف به یک میزان است. همچنین نتایج جانبی پژوهش نشان داد بین سن و نگرش جوانان نسبت به ماهواره همبستگی  $-0/09$  وجود دارد که معنادار نمی باشد ( $p > 0/005$ ).

جدول ۴: مقایسه میزان نگرش جوانان نسبت به ماهواره به لحاظ تحصیلات آنها با استفاده از

آزمون تحلیل واریانس یک متغیره

شاخص های آماری	مجموع	درجه	میانگین	مقدار	سطح
منابع تغییرات	مجدورات	آزادی	مجدورات	F	معناداری
بین گروهی	۲۲/۰۸۶	۲۸	۰/۷۸۹		
درون گروهی	۳۲/۱۴۰	۶۸	۰/۴۷۳	۱/۶۷	۰/۰۵
کل	۵۴/۲۲۷	۹۶			

تحصیلات

### نتیجه گیری

نتایج پژوهش نشان داد جوانان تا حد کمی با ایده توسعه بخشی ماهواره و برنامه های آن موافق هستند و تا حد متوسطی با محدودیت آن در جامعه مخالف هستند و نگرش مثبتی به ماهواره دارند و تا حد متوسطی نیز به دلیل مسائل اخلاقی - خانوادگی و اجتماعی نگرش منفی نسبت به ماهواره دارند.

یافته این پژوهش با یافته پژوهش بصیر (۱۳۸۷) و پیری و همکاران (بی تا) همسو می باشد. در پژوهش بصیر (۱۳۸۷) این نتیجه به دست آمد که اکثریت پاسخگویان بر این باورند که ماهواره اوقات فراغت مناسب و لحظات شادی را برای آنها فراهم می کند، این در حالی است که از سوی دیگر همین افراد نگران تغییراتی که ماهواره به دلایل مسائل اخلاقی و خانوادگی در ساختار زندگی خانوادگی شان به وجود می آورد نیز هستند.

از دیگر نتایج این پژوهش این بود که عملکرد ماهواره در پرکردن اوقات فراغت جوانان نامناسب بوده و نتوانسته برنامه های جذاب و شادی را برای اوقات فراغت آنها تدارک ببیند. لذا می طلبد که مسئولین صدا و سیمای ایران با ارائه برنامه



های جذاب و مورد نظر مردم توجه جوانان را به شبکه های ایرانی جلب کند تا گرایش جوانان به شبکه های ماهواره ای کمتر شود.

نتایج دیگر پژوهش نشان می دهد که عملکرد ماهواره در آموزش و اطلاع رسانی به جوانان نامناسب بوده و نتوانسته برنامه های آموزشی و اخبار واقعی را برای آنها تدارک ببیند. لذا می طلبد که مسئولین صدا و سیما ایران با ارائه برنامه های آموزشی جذاب و مورد نظر مردم توجه جوانان را به شبکه های ایرانی جلب کنند تا گرایش جوانان به شبکه های ماهواره ای کمتر شود. نتایج نشان داد میزان تأثیر کیفیت و چگونگی برنامه های شبکه های ایرانی بر گرایش به ماهواره در حد متوسط می باشد.

همچنین در بررسی تأثیر متغیرهای دموگرافیک بر گرایش به ماهواره نتایج نشان داد آزمودنی های زن و مرد، مجرد و متأهل، و جوانان با درجات تحصیلی مختلف نگرش یکسانی نسبت به ماهواره دارند و تفاوت مشاهده شده در میانگین نمرات آنها ناشی از خطای نمونه گیری و تصادفی است. به عبارت دیگر میزان گرایش به ماهواره در افراد با گروه های مختلف جنسی، مدرک تحصیلی و وضعیت تأهل به یک میزان است.

این یافته با یافته پژوهش احمدی و همکاران (۱۳۸۸) همسو و همخوان است. فن آوری ماهواره می تواند چون ابزار مفیدی به انسان کمک کند تا با استفاده از آخرین پدیده های علمی زندگی دلخواه و آرمانی پربار و پرتلاش داشته باشد. لیکن کشورهای جهان سوم تصور می کنند ماهواره ها تنها نقش سرگرم کننده و تبلیغاتی دارند در حالیکه امروزه ماهواره در زیربنای ساختار اطلاعات و ارتباطات به یک بخش مهم و عمده تبدیل شده اند و هیچ کشوری را نمی توان از چنین پدیده هایی بی نیاز دانست. ضمن اینکه اگر این فن آوری نابجا و نادرست به کار گرفته شود

می‌تواند به صورت نیرویی ویران‌کننده و مصیبت‌بار عمل کند. همان‌طور که در بسیاری از خانواده‌ها از فن‌آوری‌ها فقط برای سرگرمی و گذراندن وقت استفاده می‌کنند، کودکان و نوجوانانی که مرتباً در معرض تماشای برنامه‌های مختلف و گاه مبتذل ماهواره قرار می‌گیرند، و ظاهر و رفتار بازیگران را الگو قرار می‌دهند و با این کار فرهنگ بیگانه را در میان دیگر نوجوانان اشاعه می‌دهند.

در نهایت با توجه به نتایج این پژوهش به خانواده‌ها و نهادهای اجتماعی پیشنهاد می‌شود برای پر کردن اوقات فراغت جوانان و سرگرم نمودن آنها به دنبال راه حل‌های اساسی باشند. مسئولین صدا و سیما با بهبود کیفیت برنامه‌ها و شبکه‌های داخلی از گرایش جوانان به ماهواره جلوگیری کنند. امکانات تفریحی فرح‌بخش برای پر کردن اوقات فراغت فرزندان فراهم نمایند. برنامه‌های رادیو و تلویزیون محتوای غنی و کیفیت لازم را داشته باشد تا گرایش به شبکه‌های خارجی کاهش یابد. شبکه‌های ایران در تهیه برنامه‌های آموزشی، اخبار واقعی و برنامه‌های مستند بیشتر تلاش کنند.

## منابع

- احمدی، پروین؛ خادمی، عزت و فتاحی بیات، صدیقه (۱۳۸۸). بررسی آثار فن آوری ارتباطی جدید (اینترنِت، بازی های رایانه ای و ماهواره) بر تربیت اجتماعی، با تأکید بر سازگاری دانش آموزان سال دوم دبیرستان های تهران، فصلنامه اندیشه های نوین تربیتی، دوره ۵، شماره ۳.
- بصیر، سجاد (۱۳۸۷). بررسی نگرش و گرایش به کارکرد برنامه شبکه های ماهواره ای و عوامل مؤثر بر آن. مطالعه موردی استان کهیلویه و بویر احمد. مطالعات امنیت اجتماعی. شماره ۱۵: ۱۵۸-۱۷۶.
- بهزاد، حمیدرضا (۱۳۷۵). امنیت ملی و فروش ماهواره ای، نشریه سیاست دفاعی.
- بیچرانلو، عبدالله و یاسینی، سیده راضیه (۱۳۹۱). نگاهی به تبلیغات تجاری متمرکز بر زنان در شبکه های تلویزیونی ماهواره ای فارسی زبان. علوم اجتماعی: رسانه و خانواده. سال دوم. شماره ۵: ۷۵-۱۰۱.
- پیری، روضان؛ نعمتی، فاطمه؛ صیدی، محبوب (بی تا). نگرش و گرایش مردم ایلام به کارکرد برنامه های شبکه های ماهواره ای. <http://nopadid.mcls.gov.ir>
- رضایی، محمد و کلاتری، مونا (۱۳۹۰). خوانش مخاطبان سریال های شبکه ماهواره ای فارسی وان: مورد تماشای ویکتوریا. زن در فرهنگ و هنر. دوره سوم. شماره ۱۰: ۲۳-۵.
- صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۹۰). بررسی تأثیر ماهواره بر پوشش دختران دبیرستانی، نشریه جامعه شناسی و علوم اجتماعی پژوهشنامه، شماره ۷۴.
- ملکی تبار، مجید (۱۳۸۶). بررسی تأثیرات ماهواره بر باورها و ارزش های دینی و عقیدتی جوانان، ماهنامه نگرش راهبردی، شماره ۸۵ و ۸۶.
- هاشمی، اکبر (۱۳۸۱). تنفسی به سوی آزادی. روزنامه همشهری. شماره ۲۷۶۵.
- هاشمی، فرحناز (۱۳۸۱). تغییر در قانون ممنوعیت استفاده از ماهواره. روزنامه همشهری. شماره ۲۷۷۹.
- یعقوبی، پژوهنده (بی تا). ماهواره، اینترنت و رسالت حوزه ها، گفتگو با دکتر محسنیان راد، نشریه اندیشه، سال نهم، حوزه ۲ و ۳.