

## مطالعه پدیدارشناسانه تجارب مادران از اثرات ماهواره بر نوجوانان

دکتر خلیل سلطان القرانی\*، سمیه مولا قلقاچی ✉

### چکیده

رسانه‌های جمعی بویژه شبکه‌های تلویزیون ماهواره‌ای، نقش مهمی در رشد جنبه‌های گوناگون زندگی افراد بویژه نوجوانان ایفا می‌کنند. پژوهش حاضر، با هدف مطالعه تجربیات مادران از اثرات ماهواره بر روی نوجوانان انجام شده است. این مطالعه به شیوه کیفی و به روش پدیدارشناسی با نمونه‌گیری هدفمند و با استفاده از مصاحبه نیمه‌سازمان‌یافته انجام پذیرفته است. مصاحبه‌ها پس از ضبط، سپس به صورت کتبی اجرا و به روش پیشنهادی اسمیت (۱۹۹۵) تجزیه و تحلیل شده‌اند. یافته‌های حاصل از تجربیات مادران در ۵ مضمون اصلی «انگیزش کاربران ماهواره»، «کارکردهای مثبت»، «کارکردهای منفی»، «تغییر سبک زندگی» و «راه‌حل‌های پیشنهادی» و چندین مضمون فرعی بیان شده است. این یافته‌ها می‌توانند تصویری روشن از تجربه مادران در خصوص اثرات ماهواره بر روی نوجوان ارائه دهند.

کلید واژه‌ها: شبکه‌های تلویزیون ماهواره‌ای، تجارب مادران، نوجوانان، پدیدارشناسی

---

\* دکترای توسعه آموزش و پرورش، استاد دانشگاه تبریز

Email: molasomayyeh@yahoo.com

✉ نویسنده مسئول: دانشجوی دکترای برنامه‌ریزی درسی، دانشگاه تبریز

پذیرش نهایی: ۹۳/۷/۱۵

تجدید نظر: ۹۳/۶/۲۶

تاریخ دریافت: ۹۳/۳/۱۸

## مقدمه

وسایل سنتی ارتباطی در سال‌های اخیر جای خود را به وسایل الکترونیکی و دیجیتالی داده‌اند. وسایل جدید با ظرفیت‌ها و قابلیت‌های بسیار، نقش تعیین‌کننده‌ای در ایجاد تغییر در ابعاد مختلف جامعه به عهده دارند. فناوری پدیده‌ای است که هر جامعه‌ای، هر اندازه درصدد بسته ماندن و دوری گزیدن از جهان برآید، قادر به مصون نگاه داشتن خود از آثار آن نخواهد بود (عریضی و همکاران، ۱۳۸۵). رسانه‌های جمعی به عنوان یکی از عوامل جامعه‌پذیری، در کنار خانواده، محیط آموزشی و دوستان، نقش مهمی در رشد و تحول جنبه‌های گوناگون زندگی ایفا می‌کنند. رسانه‌ها از نخستین سال‌های کودکی با انسان همراه می‌شوند؛ چنان که بر اساس پژوهش‌های صورت گرفته، نوزادان نیز در حدود نیم ساعت در شبانه‌روز تلویزیون تماشا می‌کنند (نیومن<sup>۱</sup> و نیومن، ۱۹۹۷). به نظر پژوهشگرانی که درباره رسانه‌ها و کارکرد آنها مطالعه کرده‌اند، رسانه‌ها قدرت اثرگذاری بسیاری دارند. بنابراین یکی از مباحث مهم در حوزه رسانه‌ها، بحث تأثیر آنها بر جوامع کنونی به طور عام و بر باورها، عقاید، ارزش‌ها، گرایش‌ها و رفتار انسان‌ها به طور خاص است. به دنبال این امر، یکی از دغدغه‌ها و حساسیت‌های متصدیان و دولتمردان، بحث تأثیرات رسانه‌ها بر عرصه‌های مختلف اجتماعی، از جمله شخصیت و رفتار مخاطبان است. این موضوع با گسترش استفاده از رسانه ارتباط مستقیم دارد و میزان اهمیت آن بیشتر شده است (لاریجانی و ملکی‌تبار، ۱۳۸۶). به اعتقاد بیلیگ<sup>۲</sup> (۱۹۹۵) رسانه‌های گروهی اغلب به شیوه‌ای غیرمستقیم اما فراگیر، اطلاعات و آگاهی‌های بسیاری را به مخاطبان منتقل می‌کنند که زندگی روزمره آنان را زیر نفوذ خود قرار می‌دهد و بدیهی است که کودکان و نوجوانان نیز از این تأثیرپذیری مستثنا نیستند (آمادیو<sup>۳</sup> و همکاران، ۱۹۹۲ به نقل از حسینی انجدانی و همکاران، ۱۳۸۸). با سيطرة رسانه‌ها و تبدیل شدن آنها به مهم‌ترین ابزار گذران اوقات فراغت، نه تنها مرجعیت خانواده و مدرسه در انتقال ارزش‌ها به نسل آتی رنگ‌باخته است بلکه والدین و معلمان نیز رسانه‌های مدرن را به منزله یکی از مهم‌ترین منابع خود برای آشنایی با شیوه‌های جامعه‌پذیر کردن فرزندان برگزیده‌اند (الیاسی و همکاران، ۱۳۹۰). استفاده از

1. Newman

2. Billig

3. Amadeo

ماهواره‌ها برای پخش برنامه‌های تلویزیونی، تحول عظیمی در تولید و پخش برنامه‌ها در سطح وسیع ایجاد کرده است. نبود امکان کنترل امواج ماهواره‌ای باعث شده است که حجم وسیعی از برنامه‌های برون‌مرزی به فضای فکری جامعه وارد شود و بر ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی تأثیر گذارد (عریضی و همکاران، ۱۳۸۵). در حال حاضر یکی از مهم‌ترین مسائلی که جامعه ما را به خود مشغول داشته است و هر از گاهی نیز با مصوبات جدیدی در مجلس پیرامون آن مواجه می‌شویم، موضوع ماهواره و تأثیر آن بر جامعه است. ماهواره در ایران از فروردین ۱۳۷۳ به یکی از کانونی‌ترین موضوعات مورد توجه جامعه تبدیل شده و ماهواره‌های پخش مستقیم پیامدهای مختلفی برای مخاطبان داشته‌اند (ارجمندی، ۱۳۸۰). طبق گزارش‌ها حدود ۵/۴ میلیون گیرنده ماهواره‌ای غیرمجاز در کشور فعال است و از ۱۷ هزار و ۶۶۶ شبکه ماهواره جهانی، دو هزار شبکه به خوبی و با وضوح بالا در ایران قابل مشاهده‌اند. از این تعداد ۳۸۰ شبکه اختصاص به موسیقی دارند که ۲۴ ساعته موسیقی و نماهنگ‌های تلویزیونی پخش می‌کنند. از میان شبکه‌های قابل دریافت در ایران نیز ۷۴ شبکه به تبلیغات مد لباس و لوازم آرایش، ۲۷۳ شبکه به تبلیغ ادیان و فرق ساختگی و تاریخی، ۴۱۹ شبکه به ورزش، ۲۵۲ شبکه به کودکان و نوجوانان، و ۹۲ شبکه به مقولات اقتصادی اختصاص دارند و تعداد شبکه‌هایی هم که به مسائل غیراخلاقی یا حتی ضداخلاقی می‌پردازند، به ترتیب ۲۳۵ و ۸۱ شبکه ماهواره‌ای است (هفته‌نامه صبح صادق، ۱۳۹۰). فرایند ارتباطات از راه دور و استفاده از ماهواره و دیگر رسانه‌های گروهی برای پخش امواج در سطح گسترده، شمشیری دو لبه است که می‌تواند پیامدهای مثبت و منفی به دنبال داشته باشد. الگوگزینی کودکان و نوجوانان از رسانه‌های تصویری در دهه‌های اخیر، توجه پژوهشگران روان‌شناسی را به خود جلب کرده است (سعید و فراهانی، ۱۳۹۱). با توجه به اهمیت دوران نوجوانی (حساس‌ترین دوران زندگی) و گسترش روزافزون کاربران ماهواره در کشور و تأثیرات متفاوت آن بر افراد، پرداختن به پژوهش‌های کیفی و پدیدارشناسی به عنوان مفیدترین و معنی‌دارترین روش برای توصیف و فهم تجربیات انسانی امری ضروری است. بنابراین در پژوهش حاضر، با توجه به نقش رسانه‌ها به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر رشد، به توصیف تجربیات مادران از اثرات برنامه‌های

تلویزیون ماهواره‌ای بر روی نوجوانان پرداخته می‌شود. از آنجا که مادران بیشتر وقت خود را در خانه با فرزندان می‌گذرانند، تجربیاتشان مهم‌ترین منبع اطلاعات برای بررسی پدیده مورد نظر است. از این رو، پژوهش حاضر با استفاده از روش پدیدارشناسی درصدد شناخت عمیق اثرات برنامه‌های تلویزیون ماهواره‌ای بر روی نوجوانان بر اساس تجربه مادران بوده است. پژوهش پدیدارشناختی پژوهشی است که بر محتوای تجربه آدمی متمرکز است. این پژوهش در بنیادی‌ترین شکل خود، ادراک انسانی افراد و نتایج توصیف این ادراکات را تا آنجا که مستقیم به ادراکات دیگر افراد مربوط می‌شود، بررسی می‌کند تا به درک عمیقی از تجارب روزانه انسان دست یابد. (شورت<sup>۱</sup>، ترجمه مهرمحمدی و همکاران، ۱۳۸۸). بنابراین با عنایت به ضرورت شناخت اثرات برنامه‌های تلویزیون ماهواره‌ای بر روی نوجوانان، این پژوهش با هدف تبیین پدیدارشناسی تجربه مادران از اثرات ماهواره بر روی نوجوانان صورت گرفته است.

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

به طور کلی، دو دسته نظریه درباره با تأثیرات ماهواره ارائه شده است: یک دسته، طرفدار نظریه جهانی‌شدن و معتقد به اثرات مثبت ماهواره‌اند و دسته‌ای دیگر، طرفدار نظریه هجوم فرهنگی و وجود تأثیرات منفی این رسانه بر اساس نظریه جهانی‌شدن، استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای می‌تواند علاوه بر مزیت‌های ارتباطی و اطلاعاتی، عاملی برای جهانی‌شدن جوامع باشد. به عبارت دیگر، ماهواره با پخش مستقیم برنامه‌های تلویزیونی، عده کثیری از مخاطبان را توده‌وار در جوامع مختلف در یک لحظه و به طور همزمان تحت تأثیر قرار می‌دهد و به این ترتیب، با نفوذ و قدرتی که از این طریق به دست می‌آورد، به عاملی برای یکدست شدن فرهنگ جوامع و اتحاد افراد تبدیل می‌شود. عمده‌ترین مزایای استفاده از ماهواره‌ها و برنامه‌های ماهواره‌ای از دید طرفداران نظریه جهانی‌شدن به شرح زیر است:

۱. ماهواره وسیله‌ای برای تبادل کم‌هزینه و آسان اطلاعات است.
۲. استفاده از ماهواره در زمینه‌های مختلف، موجب تسهیل امور و افزایش تأثیر پدیده‌های اجتماعی می‌شود.

۳. ظرفیت حمل پیام در ماهواره‌ها، بسیار بالا و هزینه استفاده از آن بسیار پایین‌تر از سایر رسانه‌هاست.
  ۴. استفاده از ماهواره می‌تواند باعث انسجام ملی و تمامیت ارضی کشورها شود.
  ۵. پخش مستقیم رویدادهای مختلف در سراسر جهان از این طریق به راحتی امکان‌پذیر است.
  ۶. استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای هم از نظر سرمایه‌گذاری و هم از لحاظ قدرت خرید مصرف‌کنندگان مقرون به صرفه است.
- اما طرفداران نظریه هجوم فرهنگی به طور عمده نظریه‌پردازان کشورهای جهان سوم و در حال توسعه‌اند و عموماً نوعی دغدغه حراست از مرزهای فرهنگ ملی و ارزش‌های فرهنگی، سنتی و پیشینه تاریخی این جوامع را دارند. آنان بر این باورند محتوای برنامه‌های ماهواره‌ای که اغلب از کشورهای غربی تغذیه می‌شوند، تخریب فرهنگ کشورها و تبدیل شدن افراد جامعه به یک توده بی‌شکل، مصرف‌گرا و قابل کنترل از سوی شبکه‌های ماهواره‌ای را در پی دارد و در نهایت، موجب وابستگی کامل به فرهنگ و اقتصاد غرب می‌شود. با توجه به دیدگاه‌های طرفدار نظریه هجوم فرهنگی مهم‌ترین مضرات استفاده از برنامه ماهواره‌ای به شرح زیر است:

- تخریب فرهنگی
- بدآموزی‌های اخلاقی، تخریب باورهای ملی، دینی و ارزش‌های اجتماعی
- به وجود آوردن اندیشه‌های منفعل در جهان سوم
- وابستگی فرهنگی کشورهای جهان سوم از طریق دخالت در امور آنها
- قرار دادن جهان در راستای سیاست کشورهای سلطه‌گر با طرح نظریه جهانی شدن
- تأثیر منفی بر روی نوجوانان و جوانان و ایجاد دوگانگی شخصیت در آنها
- حاکم نبودن هیچ‌گونه مقرراتی بر عملکرد ماهواره‌ای پخش مستقیم
- کمرنگ شدن تفکر، خلاقیت و ابتکار در اثر هجوم حجم بسیاری از اطلاعات
- از دست رفتن هویت فردی و فراموشی اصالت و هویت واقعی انسان
- مصرفی بار آوردن جوامع (لاریجانی و ملکی‌تبار، ۱۳۸۶)

همیل ویت<sup>۱</sup>، اوپنهایم<sup>۲</sup> و وینس<sup>۳</sup> (۱۹۵۸) از جمله پژوهشگرانی هستند که در سال‌های ابتدایی ورود تلویزیون به جامعه، یافته‌هایی را در زمینه تأثیر رسانه‌ها بر دانش و باور نوجوانان درباره مردم کشورهای مختلف دنیا گزارش کردند. آنان دریافتند نوجوانانی که در یک دوره زمانی یک‌ساله، برنامه‌های واقعی تلویزیون را درباره کشورهای مختلف دنیا تماشا کرده‌اند، در مقایسه با نوجوانانی که بیننده این برنامه‌ها نبوده‌اند، در دیدگاه‌ها و برداشت‌هایشان درباره ملیت‌های دیگر، مشابهت بیشتری با برنامه‌های یاد شده به چشم می‌خورد. ونیک<sup>۴</sup> و باج پای<sup>۵</sup> (۱۹۹۶) در پژوهشی گسترده تأثیر برنامه‌های تلویزیونی کشور هند بویژه آگهی‌های تلویزیونی را بر الگوهای رفتاری، نگرش‌ها و سبک زندگی کودکان هندی بررسی کرده‌اند. بر اساس یافته‌های به دست آمده ۷۵ درصد از کودکان ۸ تا ۱۵ ساله تمایل دارند که آنچه را در آگهی تبلیغ می‌شود، داشته باشند. تأثیر آگهی‌های تبلیغات تلویزیونی بر الگوهای نگرشی و رفتاری کودکان به عوامل متعددی بستگی دارد که عبارت‌اند از: سن کودک، طبقه اجتماعی و اقتصادی، نحوه ارائه پیام، ساخت خانواده و روابط حاکم بر آن و مدت زمان تماشای تلویزیون (به نقل از نبوی و شهریاری، ۱۳۹۲). عبدالرحمان<sup>۶</sup> (۱۹۹۸) به بررسی استفاده و خشنودی از تلویزیون‌های ماهواره‌ای در مصر پرداخته است. نتایج پژوهش وی نشان می‌دهد که اکثر بینندگان از شبکه‌های ماهواره‌ای بیشتر برای برنامه‌های اطلاعاتی، خبری و سرگرمی استفاده می‌کنند. هالووی<sup>۷</sup> و والتین<sup>۸</sup> (۲۰۰۰) نیز برخی شواهد پژوهشی را در تأیید نقش رسانه‌های جمعی در شکل‌گیری نگرش‌های نوجوانان درباره ملیت‌های مختلف ارائه داده‌اند. آنان در پژوهشی گسترده از نوجوانان خواستند توصیف‌های خود را از کشورشان، کشورهای دیگر و مردم آنها از طریق پست الکترونیکی برای یکدیگر بفرستند. نتایج به دست آمده نشان داد منابع دانش و توصیف‌های نوجوانان درباره ملیت‌ها، در بیشتر موارد تصاویر دریافت شده از طریق رسانه‌ها بویژه مجموعه‌های تلویزیونی و فیلم‌های سینمایی بوده است.

بختیاری و فرخی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه برنامه‌های شبکه‌های

1. Himmel Weit

2. Oppenheim

3. Vince

4. Vanik

5. Bajpayee

6. Abdel Rahman

7. Holloway

8. Valentine

ماهواره‌ای و هویت دینی جوانان نشان دادند که شبکه‌های ماهواره‌ای تلویزیونی بر هویت دینی جوانان تأثیر منفی دارند. بر اساس نتایج پژوهش، بیشترین اهداف و تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای به ترتیب در حوزه‌های روی آوردن جوانان به انواع موسیقی غربی، گرایش به مدگرایی افراطی، تضعیف باورهای دینی و بسترسازی از خودبیگانگی دینی و فرهنگی، الگوپذیری از نظام فرهنگی اجتماعی و سبک زندگی غربی، دین‌گریزی، ترک نماز و سایر واجبات دینی، دوری از قرآن، دعا و نیایش، گرایش به آرایش‌های مبتذل، ترویج سکولاریسم و جدایی دین از سیاست، افزایش ناهنجاری‌های رفتاری در خانواده، بی‌احترامی به والدین و ترویج اندیشه و فرهنگ برهنگی است. همچنین یافته‌های پژوهش رضانی (۱۳۸۹) نیز نشان داد که استفاده از ماهواره، هویت ملی نوجوانان را کاهش و احساس تعلق نداشتن به هویت ملی را افزایش می‌دهد و بر هویت مذهبی نوجوانان تأثیر دارد. یافته‌های پژوهش متانی، حسن‌زاده و فرهنگ‌گی (۱۳۹۲) در زمینه انگیزه‌های تماشای شبکه‌های تلویزیون ماهواره‌ای نیز نشان داده است که پاسخگویان بیشتر برای گذران وقت و یادگیری، از ماهواره استفاده می‌کنند و نیاز مخاطبان به برنامه‌های سرگرم‌کننده و تفریحی، بیشترین نیاز رسانه‌ای آنان محسوب می‌شود. با توجه به جستجوهای انجام شده، مطالعات متعددی پیرامون تأثیر رسانه بر روی مخاطبان انجام شده است. اما به نظر می‌رسد که در هیچ مطالعه‌ای، تجارب زنده والدین در خصوص اثرات شبکه‌های تلویزیون ماهواره‌ای بر نوجوانان مورد بررسی قرار نگرفته است. بنابراین، پژوهش حاضر با هدف مطالعه تجارب مادران از اثرات برنامه‌های ماهواره بر نوجوان انجام شده است.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر به شیوه کیفی و از نوع پدیدارشناسی است. پدیدارشناسی روش پژوهشی است که کانون توجه آن تجربیات افراد است. مطالعات فنومنولوژیک به این سؤال پاسخ می‌دهد که: پدیده تجربه‌شده چیست؟ و ساختار و اشتراکات این پدیده در اشکال مختلف آن چگونه است؟ روش فنومنولوژیک می‌کوشد تا تجربیات انسان را در متن و زمینه‌ای که در آن روی می‌دهد، توصیف کند. همان گونه که در این پژوهش، تجربیات مادران آن چنان که آنان از اثرات برنامه‌های ماهواره بر روی نوجوانان

داشته‌اند، کشف و توصیف شده است. جامعه آماری این نوشتار شامل مادران نوجوانانی در رده‌های سنی ۱۱ تا ۱۸ سال است که مخاطب و دارای تجربه تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای هستند. مشارکت‌کنندگان در پژوهش حاضر، با میانگین سنی ۳۵ تا ۵۰ سال و با سطح تحصیلات لیسانس، در مؤسسات آموزش عالی شهر تبریز مشغول به فعالیت بوده‌اند. در پژوهش‌های کیفی از ابتدا نمی‌توان حجم نمونه را تخمین زد. با این حال، در پژوهش حاضر برای تعیین حجم نمونه، از اشباع نظری داده‌ها استفاده شده است. به این معنی که فرایند گزینش نمونه تا جایی ادامه یافته که دیگر هیچ داده جدیدی پدیدار نشده و به عبارتی داده‌ها به اشباع رسیده‌اند. پس از بررسی نظرها ۱۸ مادری که به شبکه‌های ماهواره‌ای دسترسی داشتند، داده‌ها به حد اشباع رسیدند و عمل گزینش دیگر ادامه نیافت. برای گردآوری اطلاعات از مصاحبه‌های نیمه‌سازمان‌یافته استفاده شد. مصاحبه‌ها بین ۲۰ تا ۴۰ دقیقه به طول انجامید. متن مصاحبه‌ها بر روی نوار ضبط و سپس، عین کلمات افراد استخراج و به صورت مکتوب نوشته نیز شد. بار دیگر، برای حصول اطمینان از دقت کار، نسخه‌ها با نوار مصاحبه مقایسه گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از روش پیشنهادی اسمیت<sup>۱</sup> (به نقل از ادیب حاج باقری، پرویزی و صلصالی، ۱۳۹۰) استفاده شد. اسمیت سه مرحله را برای تحلیل داده‌ها در روش پدیدارشناسی پیشنهاد کرده است: ۱. تولید داده‌ها، ۲. تجزیه و تحلیل داده‌ها و ۳. تلفیق موردها. مرحله تجزیه و تحلیل داده‌ها شامل چهار مرحله است: ۱. مواجهه اولیه: خواندن و بازخوانی یک مورد؛ ۲. تشخیص و برچسب زدن به مقوله‌ها؛ ۳. لیست کردن و خوشه‌بندی مقوله‌ها و ۴. ایجاد یک جدول خلاصه‌سازی.

به این ترتیب، مصاحبه‌ها پس از ضبط بر روی فایل صوتی به نوشتار تبدیل شدند و پژوهشگر به خواندن و بازخوانی مکرر متن هر یک از مصاحبه‌ها پرداخت. سپس مقوله‌های جزئی و فرعی تعیین و برچسب زده شدند و پس از آن، پژوهشگر به سازماندهی و خوشه‌بندی مقوله‌ها اقدام نمود. به این معنا که با استمرار مقایسه و لحاظ کردن تفاوت‌ها و شباهت‌های مقوله‌های فرعی، مقوله‌های کلی‌تر (درونمایه‌ها) استخراج شد و در نهایت از طریق تلفیق، فهرست کاملی از مقوله‌ها به دست آمد. باورپذیری<sup>۲</sup> نتایج به این صورت تأیید شد که نتایج نهایی مورد بازدید دوباره شرکت‌کنندگان قرار



گرفت تا تعیین کنند که آیا توصیف‌ها منعکس‌کننده تجربیات آنان هست یا خیر. اعتبار و روایی مطالعه نیز به روش پیشنهادی لینکلن<sup>۱</sup> و گوبا<sup>۲</sup> (۱۹۸۵) بررسی شد تا قابلیت اعتماد داده‌ها افزایش یابد. مشاهده مداوم از طریق کنار هم قرار دادن یادداشت‌ها و تحلیل‌ها انجام گرفت و همسانی و قابلیت تأیید یافته‌ها نیز از طریق کنار هم قرار گرفتن یادداشت‌ها و یافته‌های خام، یادداشت‌های عرصه و معانی استخراج و فرموله حاصل شد.

### یافته‌های پژوهش

در پژوهش حاضر، پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها پنج مضمون اصلی و چندین مضمون فرعی به دست آمد.

#### مضمون اصلی الف: انگیزش کاربران ماهواره

مادران شرکت‌کننده در پژوهش مضمون‌هایی نظیر «جذابیت نداشتن و متناسب نبودن برنامه‌های تلویزیون ملی با نیازها و علایق نوجوانان»، «کمبود امکانات تفریحی» و «بیداری غرایز» را از دلایل روی آوردن نوجوانان به تماشای برنامه‌های ماهواره برشمردند:

#### مضمون فرعی ۱: جذابیت نداشتن و متناسب نبودن برنامه‌های تلویزیون ملی با نیازها و علایق نوجوانان

تعدادی از شرکت‌کنندگان دلیل گرایش نوجوانان را به برنامه‌های تلویزیون ماهواره‌ای، جذابیت نداشتن برنامه‌های تلویزیون ملی ذکر کردند. برای مثال، یکی از مادران اظهار می‌کرد که «در تلویزیون خودمان، وقتی نوجوان برنامه دلخواه‌اش را پیدا نمی‌کند. اگر برنامه‌های تلویزیونی جذاب باشند، کانال‌های مختلفی را برای رده‌های سنی خاص اختصاص دهند و برنامه‌ها بر اساس علایق، تمایلات و نیازهای افراد تهیه شوند نوجوانان به سمت برنامه‌های تلویزیون خودمان کشیده می‌شوند همچنین شرکت‌کننده

دیگری عنوان می‌کرد «تلویزیون ما کمتر کشش و جذابیت دارد و هماهنگ با غرایز بچه‌ها در دوره نوجوانی پیش نمی‌رود. وقتی نوجوان برنامه‌های ماهواره را مطابق تمایلات و نیازهایش می‌بیند، خودبه‌خود به سمت آنها کشش پیدا می‌کند».

### مضمون فرعی ۲: کمبود امکانات تفریحی متنوع

برخی از مادران شرکت‌کننده در پژوهش، به فراهم نبودن شرایط مناسب و امکانات تفریحی متنوع برای پر کردن اوقات فراغت اشاره کرده‌اند. یکی از خانم‌های شرکت‌کننده اظهار می‌کرد «دخترم هیچ سرگرمی دیگری ندارد و باید تلویزیون نگاه کند تا احساس تنهایی او از بین برود. به نظر من اگر خانواده‌ها وقت بیشتری برای نوجوانان بگذارند و تفریحات دیگری فراهم کنند، مهمانی بروند و امکان ارتباط با همسالان را برای نوجوان فراهم کنند یا زندگی‌هایشان آپارتمانی نباشد، شاید بشود جلوی او را گرفت» یا بانوی دیگری نیز اظهار می‌کرد که «جامعه و والدین باید امکاناتی را برای بچه فراهم کنند تا نوجوانان بتوانند انرژی خودشان را به طور مثبت تخلیه کنند مثلاً وقتی نوجوان به ورزش می‌رود، از این طریق انرژی خودش را تخلیه می‌کند اما این برای من و سایر خانواده‌ها هزینه‌بردار است. متأسفانه جامعه چنین امکاناتی را فراهم نمی‌سازد خانواده‌ای که از لحاظ اقتصادی متوسط یا متوسط به پایین است می‌گوید من از کجا بیاورم در توانم نیست که هم برای مدرسه و خوراک و پوشاک هزینه کنم و هم برای ورزشگاه و سایر چیزها مادر دیگری نیز عقیده داشت «امروزه والدین آن قدر درگیر کارهای خودشان هستند و دغدغه‌ها و فشارهای زندگی زیاد شده که دیگر برای نوجوان وقت نمی‌گذارند. درواقع ما درست زندگی کردن را از یاد برده‌ایم».

### مضمون فرعی ۳: بیداری غرایز

بعضی از شرکت‌کنندگان ویژگی‌های دوره نوجوانی و بیدار شدن غرایز دوران بلوغ را از عوامل مربوط به گرایش نوجوانان به سمت برنامه‌های ماهواره دانستند. در این باره به اظهارات برخی مادران اشاره می‌شود: «بیدار شدن غرایز دوران بلوغ باعث روی آوردن نوجوانان به ماهواره است. در این دوران نوجوان به سمت فیلم‌های جذاب

کشش پیدا می‌کند» و یکی دیگر از مادران می‌گفت «نوجوان خیلی کنجکاو است و در برخی موارد نیز بیشتر کنجکاو می‌شود و می‌خواهد اطلاعات بیشتری کسب کند». مادری اظهار می‌کرد «وقتی غریزه نوجوان بیدار می‌شود، رفته رفته به این سمت کشش پیدا می‌کند و ما نمی‌توانیم جلویش را بگیریم نوجوان وقتی یک چیزهایی را فهمید دنبالش می‌رود اگر ما هم محدودیت ایجاد کنیم مطمئناً از جاهای دیگری مانند اینترنت و دوستان و همسالان یاد می‌گیرد».

#### مضمون اصلی ب: کارکردهای مثبت

مادران شرکت‌کننده در گفته‌هایشان به برخی از کارکردها و اثرات مثبت برنامه‌های ماهواره در عصر اطلاعات و ارتباطات اشاره می‌کردند. آنان «زبان‌آموزی»، «آشنایی با فرهنگ‌های مختلف» و «افزایش اطلاعات علمی و عمومی» را جزء اثرات مثبت ماهواره به شمار می‌آوردند.

#### مضمون فرعی ۱: زبان‌آموزی

برخی از مادران در اظهارات خود زبان‌آموزی و آشنایی با زبان‌های مختلف از جمله انگلیسی، استانبولی، روسی و ... را جزء اثرات مثبت تلویزیون ماهواره‌ای می‌دانستند.

#### مضمون فرعی ۲: آشنایی با فرهنگ‌های مختلف

برخی از شرکت‌کنندگان آشنایی با فرهنگ‌های مختلف را از اثرات مثبت ماهواره برمی‌شمردند و معتقد بودند که نوجوانان با تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای نسبت به سایر فرهنگ‌ها شناخت پیدا می‌کنند.

#### مضمون فرعی ۳: افزایش اطلاعات علمی و عمومی

یکی از خانم‌ها معتقد بود «برخی از برنامه‌های آموزشی و علمی تأثیر مثبتی به جا می‌گذارند برای مثال، دخترم کارتونی را در خصوص کارکرد گوش دیده بود و در کلاس درسش هم آن را به خوبی برای معلم و همکلاسی‌هایش توضیح داده بود. به نظر من

برخی از برنامه‌های بر روی پیشرفت علمی نوجوانان اثر می‌گذارند» مشارکت‌کننده دیگری نیز بیان می‌کرد که «ماهواره فقط یک رسانه است و اثرات مثبت و منفی آن هم بستگی به نحوه استفاده از آن دارد اصولاً خانواده‌هایی که فرهنگی غنی دارند و نحوه استفاده صحیح از فناوری‌های روز را به بچه‌هایشان آموزش می‌دهند، موجب می‌شوند که اطلاعات بچه‌ها بخصوص از لحاظ علمی افزایش یابد و روز به روز رشد کند».

### مضمون اصلی ج: کارکردهای منفی

اکثر مادران در اظهارات خودشان اثرات منفی ماهواره را بیشتر از اثرات مثبت آن می‌دانستند برخی از مادران نیز از تأثیرات منفی ماهواره بر روی نوجوانان خیلی نگران بودند. در زیر به مضمون‌هایی در این خصوص اشاره می‌شود:

### مضمون فرعی ۱: بلوغ زودرس

اکثر مادران در اظهارات خودشان به بلوغ زودرس نوجوانان و مشکلات مربوط به آن اشاره می‌کردند؛ مادری بیان می‌کرد «ماهواره بر بلوغ جنسی نوجوانان خیلی تأثیرگذار است باعث می‌شود که نوجوانان زودتر به سن بلوغ برسند دخترم با اینکه دوازده ساله است، احساس می‌کند که پسرها به او توجه می‌کنند» و بانوی دیگری نیز در همین زمینه می‌گفت «پسرم دوازده ساله است و در اوایل سن بلوغ قرار دارد احساس می‌کنم بیشتر به کانال‌هایی که پوشش افراد نامناسب است تمایل دارد».

### مضمون فرعی ۲: فشار روانی

مادران برخی از نوجوانان، در اظهارات خودشان به فشارهای روحی و روانی وارد شده در نوجوانان در اثر تماشای برخی از برنامه‌های ماهواره‌ای اشاره می‌کردند: در این زمینه یکی از بانوان اشاره می‌کرد که «وقتی نوجوان در یک کارتون یا فیلم صحنه‌ای را می‌بیند و می‌خواهد مثل آن رفتار کند اما نمی‌تواند، از لحاظ روحی و روانی تحت فشار قرار می‌گیرد» و مشارکت‌کننده دیگری نیز بیان می‌کرد «وقتی نوجوان برنامه‌ای را که نباید ببیند، می‌بیند تحت تأثیر قرار می‌گیرد و کنترل داشتن برایش سخت می‌شود؛ این

امر بر آینده او تأثیر بدی می‌گذارد چون در سن ازدواج هم نیست که ازدواج کند و به همین دلیل در یک شرایطی قرار می‌گیرد که برای خودش و خانواده مشکل ایجاد می‌کند».

### مضمون فرعی ۳: پرخاشگری

پرخاشگری و خشونت یکی از درونمایه‌های دیگری است که از تجربیات مادران به دست می‌آید. مشارکت‌کنندگان در ضمن مصاحبه، به پرخاشگری فرزندانشان بعد از تماشای برخی از برنامه‌های ماهواره اشاره می‌کردند.

### مضمون فرعی ۴: یادگیری کلمات رکیک

مادران بیان می‌کردند که نوجوانان برخی از کلمات زشت و رکیک را از ماهواره بویژه برنامه‌های تلویزیونی ترکیه یاد می‌گیرند که در فرهنگ ما استفاده نمی‌شوند. مادری این گونه می‌گفت «گاهی از کلماتی استفاده می‌کند که من خوشم نمی‌آید و خیلی پشیمانم از اینکه پای ماهواره و کانال‌های بیگانه به خانه باز شده و ما می‌نشینیم و تماشا می‌کنیم» و مشارکت‌کننده دیگری نیز می‌گفت «فرهنگ ما با فرهنگ آنها متفاوت است؛ نوجوان برخی از حرف‌ها و کلمه‌ها را که در زبان ما رکیک هستند را یاد می‌گیرد. من به بچه‌ها بارها تأکید می‌کنم و می‌گویم که از این کلمه‌ها استفاده نکنید؛ اینها در فرهنگ ما معنی بدی می‌دهند».

### مضمون فرعی ۵: کاهش حرمت بین والدین و نوجوان

بی‌احترامی و گوش نکردن به گفته‌های پدر و مادر و ایجاد تضاد بین آنها از مواردی است که مادران در گفته‌هایشان به آن اشاره می‌کردند.

### مضمون فرعی ۶: تعارض ارزش‌ها

ناسازگاری ارزش‌ها و هنجارهای برون‌مرزی با فرهنگ بومی و ملی، اثرات بدی را در این دوره بحرانی بر نوجوانان می‌گذارد و او را با تضادها و سردرگمی‌ها مواجه می‌سازد. به تجربه تعدادی از مادران در این باره اشاره می‌شود:

«نوجوانان با تماشای برنامه‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای الگوبرداری می‌کنند؛ دخترم می‌گوید چرا ما باید حجاب بگذاریم و پوشش داشته باشیم درحالی‌که در ماهواره می‌بینی که آزادند و بهتر از ما هم زندگی می‌کنند».

«برخی از برنامه‌هایی که در ماهواره پخش می‌شوند، با ارزش‌های کشور ما همخوانی ندارند و می‌تواند باعث انحراف و عاصی شدن نوجوانان و ایجاد تضاد بین والدین و فرزندان در خانواده شوند وقتی نوجوان فرهنگ غربی را می‌بیند که آزادند و کارهایی را انجام می‌دهند که او در فرهنگ خودش نمی‌تواند انجام دهد، دچار سردرگمی می‌شود».

#### مضمون فرعی ۷: عادی شدن روابط با جنس مخالف

دوستی‌های بین دختر و پسر در بسیاری از فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای باعث عادی شدن روابط دختر و پسر در بین نوجوانان می‌شود.

#### مضمون اصلی د: تغییر سبک زندگی

تغییر سبک زندگی نوجوانان یکی از مضمون‌های اصلی است که از تجربیات مشارکت‌کنندگان به دست آمده است. «ترویج مصرف‌گرایی» و «غرب‌گرا شدن» برخی از مضمون‌های فرعی هستند که به آنها اشاره می‌شود:

#### مضمون فرعی ۱: ترویج مصرف‌گرایی

ماهواره به عنوان یکی از وسایل تبلیغاتی بویژه با پخش آگهی‌های تبلیغاتی در قبل، بعد و بین برنامه‌های پربیننده، مخاطبان را به مصرف‌گرایی و خرید کالاها ترغیب می‌کند. نمونه‌ای از اظهارات مشارکت‌کنندگان در خصوص ترویج مصرف‌گرایی و مصرفی بار آمدن نوجوانان با تماشای برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای به شرح زیر است:

«با نگاه کردن به برنامه‌های ماهواره‌ای انتظارات دخترم زیاد شده یعنی می‌گوید فلان چیز را برایم بخرید یا فلان اسباب‌بازی را می‌خواهم داشته باشم. دوست‌هایم فلان چیز را دارند و من ندارم در حالی که از دوست‌هایم هم سرتر است ولی خوب قانع

نمی‌شود و می‌خواهد بیشتر داشته باشد؛ برای مثال، می‌گوید که ماهی یک بار باید پرده اتاقم عوض بشود یا شکل و شمایل اتاقم را باید عوض کنید. هر جا که می‌رویم لباس تازه و جدیدی می‌خواهد و می‌گوید که بقیه را یکبار پوشیده‌ام و باید لباس تازه و نویی بپوشم که تکراری نباشد».

«تبلیغات ماهواره هم نوجوانان را پرتوقع کرده و هر روز چیز جدیدی می‌خواهند».

### مضمون فرعی ۲: غرب‌گرا شدن

علاقه و گرایش نوجوانان به فرهنگ بیگانه یا غربی و بی‌علاقه شدن به فرهنگ خودی، از جمله تأثیرات برنامه‌های ماهواره است که بسیاری از مشارکت‌کنندگان در اظهارات خودشان به آن اشاره کرده‌اند.

### مضمون اصلی هـ: راه‌حل‌های پیشنهادی مادران

در ضمن مصاحبه با مادران، برخی از آنان بیان می‌کردند که ما در عصر ارتباطات و تبادل اطلاعات قرار داریم و وجود ماهواره برای خانواده‌ها بویژه نسل جوان ضروری است چون باعث رشد شناختی و افزایش آگاهی خانواده‌ها می‌شود برخی مادران هم از وجود ماهواره در خانه ابراز پشیمانی می‌کردند اما عقیده داشتند که با حذف ماهواره هم نمی‌توان از اثرات منفی آن جلوگیری کرد چون نوجوان در غیاب ماهواره، از محیط، اینترنت، موبایل، گروه همسالان و ... یاد می‌گیرد و تأثیر می‌پذیرد. بنابراین، در اظهارات‌شان به برخی راهکارها اشاره می‌کردند که در ادامه، تحت عنوان به آنها پرداخته می‌شود.

### مضمون فرعی ۱: آموزش فرهنگ استفاده از ماهواره

در پژوهش حاضر، مشارکت‌کنندگان بیشتر بر آموزش فرهنگ استفاده از ماهواره به خانواده‌ها تأکید می‌کردند و معتقد بودند که با استفاده آگاهانه و درست از ماهواره می‌توان تا حدودی تأثیرات منفی آن را بر روی خانواده‌ها بویژه نوجوانان کاهش داد. به نظر برخی از مادران در این زمینه اشاره می‌شود:

«اگر والدین در تماشای برنامه‌های ماهواره خودشان را کنترل کنند و به فیلم‌ها و برنامه‌های مستهجن نگاه نکنند بالطبع نوجوان هم الگو می‌گیرد اما اگر والدین خودشان نگاه کنند و فقط بچه نوجوان را کنترل کنند بچه هم کنجکاو می‌شود و در غیاب والدین نگاه می‌کند».

«اصولاً خانواده‌هایی که فرهنگی قوی دارند و نحوه استفاده صحیح از فناوری‌های روز را به بچه‌ها آموزش داده‌اند و با فرزندان خود دوست هستند و هیچ مسئله خاصی را از آنان پنهان نمی‌کنند، در مواجهه با این فناوری نوین مشکلات به مراتب کمتری خواهند داشت».

«من فکر می‌کنم خانواده‌ها با مدیریت خود در استفاده از این وسیله، برای مثال، با توجیه نتایج اخلاقی و غیراخلاقی ماهواره یا نظارت بر چگونگی استفاده از آن و زمان‌بندی و کنترل کانال‌های بیهوده و خطرناک می‌توانند فرهنگ استفاده از ماهواره را در خانواده و جامعه بهبود بخشند».

#### مضمون فرعی ۲: ارتباط صمیمانه بین نوجوان و والدین

اکثر مادران شرکت‌کننده در پژوهش حاضر در خصوص کاهش اثرات منفی برنامه‌های ماهواره‌ای بر روی نوجوانان به برقراری روابط صمیمانه والدین با فرزند در دوره نوجوانی و درک نوجوان اشاره می‌کردند و معتقد بودند که وجود رابطه همدلانه و صمیمانه باعث حرف‌شنوی و الگوگیری نوجوان از والدین می‌شود و اگر نوجوان احساس کند که والدین برای او ارزش قائل هستند و به او اهمیت می‌دهند و او را درک می‌کنند، در حل مشکلات خود با والدین مشورت می‌کند اما در صورت فقدان روابط صمیمانه بین والدین و نوجوان، اگر نوجوان فعالیت یا رفتارهای اشتباهی داشته باشد، آنها را زیرزمینی و پنهانی انجام می‌دهد و رفتارهای پرخطر و مشکلاتش را برای والدین آشکار نمی‌کند. مادری در این زمینه می‌گفت:

«ماهواره امروزه برای خود خانواده‌ها هم معضل شده اما اگر والدین برای نوجوان وقت بگذارند و با او صمیمی باشند می‌شود تا حدودی اثرات منفی ماهواره را کاهش داد چون نحوه تربیت والدین در تأثیرپذیری نوجوان از برنامه‌های ماهواره نقش زیادی دارد. برخی از والدین از کنترل‌های مستقیم استفاده می‌کنند اما به نظر من، برقراری



ارتباط صمیمی با نوجوان تأثیر بیشتری دارد خود من سعی می‌کنم که با بچه‌هایم روابط خوبی داشته باشم وقتی والدین در عمل نتیجه کار بچه را به او نشان دهند، بچه هم قبول می‌کند». مشارکت‌کننده‌ای در این زمینه اظهار می‌کرد «صمیمیت و گرمی روابط بین والدین و فرزندان در خانواده خیلی مهم است. برخی مواقع والدین با برخی رفتارها به جای اینکه نوجوان را به سمت کارهای خوب و مثبت سوق دهند، باعث شکل‌گیری برخی رفتارهای نادرست می‌شوند. به نظر من محبت کردن به نوجوان خیلی مهم است و نقش زیادی در تربیت نوجوان دارد».

### مضمون فرعی ۳: آگاهی دادن به والدین

مادران شرکت‌کننده در پژوهش به آگاهی دادن به والدین در خصوص ویژگی‌های دوره نوجوانی و اثرات مخرب برخی از برنامه‌های تلویزیون ماهواره‌ای در این دوره بر روی نوجوان تأکید می‌کردند. در اینجا به چند نمونه از اظهارات پاسخگویان اشاره می‌شود: «خود خانواده‌ها هم باید آگاهی داشته باشند اما متأسفانه ما خودمان هم زیاد آگاه نیستیم؛ اول باید والدین اصلاح شوند و بعد شروع به تربیت نوجوان کنند برخی مواقع والدین خودشان در برقراری ارتباط با نوجوان مشکل دارند و به نوعی با نوجوان برخورد می‌کنند که باعث عصبانیت او می‌شوند».

«والدین آگاه نیستند و نمی‌دانند که کدام کارشان درست و کدام کارشان نادرست است ما قشر تحصیلکرده در تربیت فرزندانمان مشکل داریم و در برخی مواقع اصلاً نمی‌دانیم که چه کار باید بکنیم چه برسد به افراد کم‌سواد و بی‌سواد».

### بحث و نتیجه‌گیری

دانشمندان علوم اجتماعی و سیاستگذاران مدت زمانی طولانی است که در مورد اثرات نگران‌کننده رسانه‌ها بر نگرش و رفتار نوجوانان و جوانان هشدار داده‌اند. شروع این نگرانی به پیدایش تصاویر متحرک (۱۸۹۵ میلادی) برمی‌گردد. در حال حاضر، رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین عوامل دخالت‌کننده در شکل‌گیری و تغییر نگرش مردم هستند. پیام رسانه‌ها درک ما را از جهان شکل می‌دهد و دارای قدرت غیرقابل انکاری در اثرگذاری پاك‌نشدنی بر ذهن مردم و بویژه نوجوانان است. نوجوانان در واقع از عمده‌ترین

کاربران رسانه‌ها به شمار می‌روند (شهبازی و همکاران، ۱۳۹۲). مادران شرکت‌کننده در پژوهش حاضر «جذابیت نداشتن و متناسب نبودن برنامه‌های تلویزیون ملی با نیازها و علائق نوجوانان»، «کمبود امکانات تفریحی متنوع» و «بیداری غرایز» را از دلایل گرایش نوجوانان به تماشای برنامه‌های ماهواره برشمرده‌اند. وسایل ارتباط جمعی با کارکردهای متنوعی که در جامعه دارند همواره در تعامل طبیعی با جامعه و محیط اطراف خود هستند. امروزه رقابت شدیدی برای جذب مخاطب در بین رسانه‌ها پدیدار شده است. استفاده از روش‌های تأمین رضایت و اقناع مخاطبان و توجه به نیازها و نگرش‌های آنان بسیار ضروری است زیرا هرگاه مورد کم‌توجهی قرار گیرد، فرصت را به رسانه رقیب می‌سپارد. باید توجه داشت که مخاطب انسان با اراده و دارای قدرت تصمیم‌گیری و انتخابی است که هر آنچه را با نیازها و مصالح خود متناسب نبیند، نمی‌پذیرد (پویا، ۱۳۸۰). یافته‌های پژوهش عبدالرحمان (۱۹۹۸) متانی و همکاران (۱۳۹۲) در زمینه انگیزه‌های تماشای شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای نشان داده است که پاسخگویان بیشتر برای گذران وقت و یادگیری از ماهواره استفاده می‌کنند و نیاز مخاطبان به برنامه‌های سرگرم‌کننده و تفریحی بیشترین نیاز رسانه‌ای آنان محسوب می‌شود. «زبان‌آموزی»، «آشنایی با فرهنگ‌های مختلف» و «افزایش اطلاعات علمی و عمومی» از جمله کارکردهای مثبت برنامه‌های ماهواره‌ای بودند که مشارکت‌کنندگان در اظهارات خود بیان می‌کردند و بلوغ زودرس، فشار روانی، پرخاشگری، یادگیری کلمات رکیک، کاهش حرمت بین والدین و نوجوان، تعارض ارزش‌ها و عادی شدن روابط جنس مخالف در بین نوجوانان را از اثرات سوء برنامه‌های ماهواره‌ای برمی‌شمردند. بنابراین از یافته‌های پژوهشی در خصوص اثرات مثبت و منفی شبکه‌های تلویزیون ماهواره‌ای بر روی نوجوانان می‌توان این‌گونه استنباط کرد که اثرات منفی و مضرات برنامه‌های ماهواره‌ای بیشتر از اثرات مثبت و منافع آن است و از آنجا که این نوع برنامه‌ها با شاخص‌ها، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه ما هماهنگی ندارند می‌توانند اثرات سوء زیادی بر نوجوانان داشته باشند. ارزش‌ها حلقه اتصال فرهنگ هر قوم و ملتی با نسل آینده هستند و غفلت از این مهم می‌تواند جوامع را با بحران هویت مواجه

کند. ارزش‌ها آن قدر اهمیت دارند که انگل‌هارد<sup>۱</sup> می‌گوید اگر می‌خواهید در کشوری بدون سروصدا انقلاب کنید، ارزش‌های آنان را تغییر دهید. به همین دلیل، مطالعه ارزش‌ها اهمیت زیادی دارد. در حقیقت ارزش‌ها به نظام اجتماعی هویت می‌بخشند و بنیان نظام فرهنگی یک جامعه به مشار می‌روند. در واقع ارزش‌ها معیار اساسی باید‌ها و نبایدهای جامعه‌اند و به همین دلیل زیربنای قانون و هنجارهای اجتماعی تلقی می‌شوند، اگر ارزش‌ها دارای ثبات نسبی باشند، فرهنگ عمومی نیز از ثبات نسبی برخوردار است اما اگر ارزش‌ها دچار شوک یا بحران شوند فرهنگ عمومی نیز با کمی تأخیر بحران فرهنگی را به دنبال خواهد داشت زیرا این ارزش‌ها هستند که ثبات فرهنگی یا شوک فرهنگی را بویژه در بعد فرهنگ عمومی موجب می‌شوند (روح‌الامینی، ۱۳۸۱). یافته‌های پژوهش زارع شاه‌آبادی و ابراهیم‌آبادی (۱۳۹۰) نشان می‌دهد که بین میزان تأثیرپذیری نوجوانان از ماهواره و میزان بحران هویت فرهنگی در میان آنان رابطه مثبت وجود دارد و به واسطه دسترسی به ماهواره و آشنایی با فرهنگ‌های دیگر، خرده نظام تجانس و یگانگی دچار بحران می‌شود. امروزه، شاید بیشترین قربانیان پیام‌های نامطلوب خشونت‌بار رسانه‌ها اعم از روزنامه، کتاب، مجله، تلویزیون، فیلم، ویدئو و بازی‌های رایانه‌ای را کودکان و نوجوانان تشکیل می‌دهند؛ چراکه آنها نمی‌توانند به راحتی فرق بین دنیای حقیقی خیالی را بفهمند. کودکان و نوجوانان به واسطه رشد شناختی ناقص‌تر و تجارب کمتر، بیش از بزرگسالان از خشونت رسانه‌ای تأثیر می‌پذیرند و تفسیر متفاوتی از محتوای محصولات رسانه‌ای دارند (گراسمن<sup>۲</sup> و دگاتانو<sup>۳</sup>، ۱۹۹۹). این رسانه‌ها اغلب برای نوجوانان الگوسازی می‌کنند و اولین وسیله برای غلبه بر مشکلات و حل تعارضات بین فردی در آنها، توسل به زور و خشونت است (شجاعی و همکاران، ۱۳۹۲). یافته‌های پژوهشی اندرسون<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۰۳) و دیگران نیز نشان می‌دهند که برنامه‌های ماهواره‌ای غیرمتعارف در مخاطبان بویژه کودکان و نوجوانان، خشونت، عصبانیت، اختلالات روانی، فراموشکاری، بی‌عاطفگی و احساس بیگانگی یا بی‌خویشتن شدگی را ایجاد می‌کنند (آذری، ۱۳۸۱).

1. Engelhard

2. Grossman

3. DeGaetano

4. Anderson

در دوران نوجوانی، نیازهای جنسی بیشتر مطرح است و ارتباط با جنس مخالف در این سنین می‌تواند به دختران و پسران آسیب برساند. بنابراین، اگر دختر و پسر در این دوران، دوستی نافرجام داشته باشند، اثرات روانی چنین ارتباطی در طول زندگی آنها ادامه می‌یابد و ناخودآگاه مسیر زندگی آنان را تغییر می‌دهد. همچنین، یافته‌های پژوهشی در مورد اهمیت روابط عاشقانه نشان می‌دهد که این قبیل روابط بر کارکرد نوجوان اثر مهمی دارند. برای نمونه، درگیری نوجوان در روابط عاشقانه با سطوح بالاتر نشانه‌های افسردگی ارتباط دارد و به نظر می‌رسد که فروپاشی این‌گونه روابط یک عامل پیش‌بین مهم در افزایش نشانه‌های افسردگی باشد (جوینر<sup>۱</sup> و آدری<sup>۲</sup>، ۲۰۰۰). به نقل از میرزایی و برغم‌دی، (۱۳۸۹). رواج فیلم‌های محرک در شبکه‌های اینترنتی و ماهواره‌ای در کاهش سن بلوغ جنسی نوجوانان بویژه دختران تأثیرگذار است و بسیاری از سایت‌ها با محتوای جنسی بسیار محرک و پخش فیلم‌های تحریک‌آمیز در شبکه‌های ماهواره‌ای باعث کاهش سن بلوغ جنسی می‌شوند. نوجوانان در این سنین به دلیل حس کنجکاوی با ورود به این سایت‌ها و مشاهده مطالب و تصاویر تحریک‌آمیز، بلوغ جنسی خود را خواسته یا ناخواسته تسریع می‌کنند (روزنامه سلامت، ۱۳۹۰).

مشارکت‌کنندگان در اظهارات خود به مسائلی از قبیل مدگرایی و نحوه پوشش، کم‌رنگ شدن باورهای دینی، بالا رفتن توقعات و انتظارات و مصرف‌گرا شدن نوجوانان در اثر مشاهده و تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای اشاره می‌کردند و نگرانی‌ها و دل‌مشغولی‌هایی در خصوص اثرات این رسانه بر زندگی آتی نوجوانان داشتند. این نتایج با یافته‌های پژوهش ونیک و باج‌پایی (۱۹۹۶)، هالووی و والتین (۲۰۰۰) در خصوص تأثیر برنامه‌های تلویزیونی و آگهی‌ها بر الگوهای رفتاری، نگرش‌ها و سبک زندگی کودکان و نوجوانان همخوانی دارد.

غرب‌باوری به نسبت شدت و ضعف خود می‌تواند موجب بروز رفتارهایی شود که با فرهنگ اسلامی همخوانی ندارد و همسوی با فرهنگ غربی است یکی از این رفتارها، پدیده بدحجابی است. وقتی فردی در عمق ضمیر باطنی خود باور کرده که راه ترقی و خوشبختی همان است که غربی‌ها رفته‌اند و راه‌های دیگر محکوم به شکست است، بی‌تردید سعی در تشبیه به آنها و تکرار مدل‌ها و روش‌های آنان

خواهد داشت (شایق، ۱۳۹۲). ماهواره، نه تنها باعث تغییر شیوه زندگی در نحوه لباس پوشیدن، فکر کردن و زایل کردن اخلاقیات، سنت‌ها و حرمت‌ها در جوامع می‌شود؛ بلکه زمینه را برای ورود فرهنگ مهاجم به بافت فرهنگی، سنتی و بومی کشورهای جهان سوم، مهیا می‌سازد (بیران، ۱۳۸۱). تأثیر آگهی‌های تبلیغات تلویزیونی بر الگوهای نگرشی و رفتاری کودکان به عوامل متعددی بستگی دارد که عبارت‌اند از: سن کودک، طبقه اجتماعی و اقتصادی، نحوه ارائه پیام، ساخت خانواده و روابط حاکم بر آن و مدت زمان تماشای تلویزیون (نبوی و شهریاری، ۱۳۹۲). یکی از مضامین پدیدار شده در تجارب مادران، تضاد ارزش‌هاست که نوجوانان با تماشای برنامه‌های تلویزیون ماهواره‌ای به آن دچار می‌شوند. به اعتقاد بیلینگ (۱۹۹۵) رسانه‌های گروهی اغلب به شیوه‌ای غیرمستقیم اما فراگیر، اطلاعات و آگاهی‌های بسیاری را درباره ملت‌ها به مخاطبان منتقل می‌کنند که زندگی روزمره آنان را زیر نفوذ خود قرار می‌دهد و بدیهی است که کودکان و نوجوانان نیز از این تأثیرپذیری مستثنا نیستند. همچنین شواهد پژوهشی متعددی وجود دارد که نشان می‌دهد رسانه‌های گروهی بویژه تلویزیون، فیلم‌های سینمایی و مطبوعات می‌توانند بر دانش و اعتقادات ملی و دینی مخاطبان گروه‌های سنی مختلف تأثیر بگذارند (بختیاری و فرخی، ۱۳۹۱، رضانی، ۱۳۸۹ و بارت<sup>۱</sup> و شورت<sup>۲</sup>، ۱۹۹۲).

از یافته‌های دیگری که می‌توان به آن اشاره کرد، این است که برخی از شرکت‌کنندگان در پژوهش حاضر در ضمن مصاحبه بیان می‌کردند که ما در عصر ارتباطات و تبادل اطلاعات قرار داریم و استفاده اصولی ماهواره برای خانواده‌ها بویژه نسل جوان امری ضروری است چون باعث رشد شناختی و افزایش آگاهی خانواده‌ها می‌شود. برخی از والدین هم از وجود ماهواره در خانه ابراز پشیمانی می‌کردند اما معتقد بودند که با حذف ماهواره هم نمی‌توان از اثرات منفی آن جلوگیری کرد زیرا نوجوان در غیاب ماهواره از محیط، اینترنت، موبایل، گروه همسالان و ... یاد می‌گیرد و تأثیر می‌پذیرد. بنابراین در اظهارات خود به برخی راهکارها نظیر آموزش فرهنگ استفاده از ماهواره، برقراری ارتباط صمیمانه با نوجوان و آگاهی دادن به والدین اشاره می‌کردند. شیوه‌های والدین و روش‌های انضباطی آنان بی‌تردید تحت تأثیر خصوصیات

شخصیتی و نظام اعتقادی آنان است. والدین سالم و بالغ در مقایسه با والدین نابالغ و ناسالم به طور معمول، با حساسیت و مهربانی بیشتری به نیازها و اشارات کودکان توجه می‌کنند و این نوع فرزندپروری امنیت عاطفی، استقلال، توان اجتماعی و موفقیت هوشی را تشویق می‌کند. اکثر قریب به اتفاق صاحب‌نظران بر سر این مقوله اتفاق نظر دارند که نوجوانی، دورانی بسیار بحرانی است که طی آن، عوامل خطر ضمن تهدید سلامت روانی، اجتماعی و عاطفی نوجوانان می‌توانند بر پیکر وجودی آنان تأثیرات جبران‌ناپذیری وارد آورند (کلننجر<sup>۱</sup> به نقل از زارعی، ۱۳۸۸). زارعی (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه بین شیوه‌های فرزندپروری والدین و ارتکاب نوجوان به رفتارهای پرخطر بر اساس مقیاس کلننجر نشان داد که بین شیوه‌های فرزندپروری والدین و رفتارهای سازنده و مخرب فرزندان به دلیل نقش برجسته و با اهمیت والدین، رابطه معنادار وجود دارد. از این رو، آگاه ساختن والدین و ارائه آموزش‌های خانواده به منظور پرورش افراد سالم در جامعه از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است و سازمان‌های ذی‌ربط باید در این زمینه نقش فعال‌تری ایفا کنند. سن، یکی از مهم‌ترین شاخص‌هایی است که تفاوت توانایی‌های پردازش اطلاعات، تفسیر و سنجش کودکان را تبیین می‌کند و بر میزان شناخت آنان از نیازها، علایق و توانایی نظارت بر خود و اداره فعالیت‌هایشان و نیز تأثیرپذیری از الگوهای رایج تفکر، احساس و عمل تأثیر می‌گذارد. کودکان با رسیدن به سن بلوغ توانایی‌های بیشتری برای درک و به خاطر آوردن محتوای تلویزیونی پیدا می‌کنند و در نتیجه، یا بیشتر تحت تأثیر تلویزیون قرار می‌گیرند یا برعکس، به دلیل فهم و درک بالاتر، استقلال بیشتر و برخورداری از الگوهای رفتاری جا افتاده‌تر، کمتر از این برنامه‌ها تأثیر می‌پذیرند. میزان آگاهی کودکان از رسانه تلویزیون یکی دیگر از عوامل مهمی است که می‌تواند در تأثیرپذیری آنان از این رسانه و رسانه‌های دیگر مؤثر باشد. آن دسته از کودکان که در مورد نحوه و دلایل تولید و پخش برنامه‌های مورد تماشا، آگاهی بیشتری دارند، به احتمال بر اساس ارزیابی‌های خود در مورد میزان جانبداری، حقیقی بودن، ترغیب‌کنندگی، آگاه‌کنندگی، واقع‌گرایی، خیالی بودن و ساختگی یا زنده بودن محتوا به تعدیل اثرها می‌پردازند. برای

مثال، وقتی کودکان می‌فهمند که یک آگهی با هدف ترغیب بیننده برای خرید تهیه شده است، کمتر تحت تأثیر آن قرار می‌گیرند (جوادی و اقبالی، ۱۳۸۶). اسپارو<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) معتقد است که مضر بودن یا نبودن برنامه‌های تلویزیونی به چندین عامل بستگی دارد؛ اینکه چه چیزی تماشا می‌شود، چه کسی تماشا می‌کند، با چه کسانی تماشا می‌کند، چه موقعی و چقدر تماشا می‌کند. از این رو، نقش والدین (بویژه کسانی که زیاد به تماشای تلویزیون می‌پردازند) آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان است. زیرا نوجوانان با یادگیری سواد رسانه‌ای می‌توانند بینندگان تلویزیونی آگاه و بصیری شوند و قادر به تشخیص اطلاعات واقعی از غیرواقعی باشند. اسپارو روش‌های مختلفی را در خصوص چگونگی آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان مطرح کرده است. او به والدین پیشنهاد می‌کند که با وجود ایجاد محدودیت و گزینش دقیق کانال‌ها برای نوجوانان، در خصوص درستی و نادرستی رفتارها بویژه رفتارهای پرخطر با آنان به بحث و گفتگو بپردازند. چون بزرگسالان با ابراز مخالفت در خصوص رفتار نمایشی، سؤالات نوجوانان را در خصوص واقعی بودن اطلاعات تلویزیونی افزایش می‌دهند و آنان را به بحث ترغیب و تشویق می‌کنند و ارزیابی محتوای برنامه‌های تلویزیونی را به جای پذیرش کورکورانه به فرزندان آموزش می‌دهند. اسپارو پیشنهاد می‌کند که والدین همراه با فرزندان به تماشای تبلیغات تلویزیونی بنشینند و درباره برنامه‌های تماشا شده به بحث و گفتگو بپردازند. والدین از این طریق فرزندان را از شگردهای تبلیغاتی، انگیزه‌های مبلغان و اثرات مصرف محصولات تبلیغ شده آگاه می‌سازند به طوری که نوجوانان به معنی واقعی تبلیغات پی می‌برند و به مصرف‌کننده بهتری تبدیل می‌شوند. در نتیجه آموزش و تقویت سواد رسانه‌ای به مخاطبان می‌آموزد که با وجود تنوع و تکرار فوق‌العاده رسانه‌ها، همه آنچه از جانب آنان تبلیغ یا عرضه می‌شود، برای الگوگیری در زندگی فردی و اجتماعی مناسب نیست و مخاطب باید آگاهانه دست به بررسی و گزینش بزند. به طور ویژه این مسئله در الگوگیری از رسانه‌های واجد تعارض و تفاوت ارزشی و فرهنگی با جامعه مخاطب بیشتر مورد توجه است (نبوی و شهریاری، ۱۳۹۲).

بنابراین، بر اساس یافته‌های پژوهشی پیشنهاد می‌شود:

- نهادها و سازمان‌های فرهنگی به منظور کاهش اثرات منفی برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای بر روی خانواده‌ها و بویژه نوجوانان، سواد رسانه‌ای و مهارت‌های اطلاعاتی و ارتباطی والدین و نوجوانان را ارتقا دهند. با توجه به اینکه والدین الگوی خوبی برای فرزندان خود هستند و تأثیرگذارترین افراد در زندگی کودکان و نوجوانان شمرده می‌شوند از طریق افزایش آگاهی و سواد رسانه‌ای والدین، می‌توان نوجوانان را در استفاده معقولانه و صحیح از رسانه‌ها و نیز ایجاد عادات تماشای برنامه‌های خوب و مفید یاری کرد و مضرات و اثرات منفی برنامه‌های ماهواره‌ای را بر روی نوجوان کاهش داد.

- برنامه‌ریزی مناسب و کافی از سوی نهادهای فرهنگی و اجتماعی در خصوص اوقات فراغت نوجوانان می‌تواند راهکار و جایگزین مناسبی برای جلوگیری از اثرات سوء برنامه‌های تلویزیونی شبکه‌های ماهواره‌ای بر روی نوجوانان باشد.

- رسانه ملی با شناسایی دقیق ویژگی‌ها، علایق، نیازها و مشکلات نوجوانان، طراحی و اجرای برنامه‌های کارشناسانه، متنوع و جذاب می‌تواند آنان را در مواجهه با مشکلات هویتی متأثر از اثرات رسانه‌ای یاری دهد و فرایند هویت‌یابی را در نوجوانان تسهیل سازد.

## منابع

- ادیب حاج باقری، محسن؛ پرویزی، سرور و صلصالی، مهوش. (۱۳۹۰). روش‌های تحقیق کیفی. تهران: بشری.
- الیاسی، مجید؛ پرده‌دار، فاطمه؛ ترشیزی، سوده؛ خوش‌فر، غلامرضا و دنکو، مجید. (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر بر مصرف کالاهای فرهنگی در بین جوانان. دو فصلنامه جامعه‌پژوهی فرهنگی، ۲ (۲).
- آذری، غلامرضا. (۱۳۸۱). ماهواره و بی‌خویشتن‌شدگی مخاطبان. فصلنامه پژوهش و سنجش، ۹ (۳۱ و ۳۰).
- ارجمندی، غلامرضا. (۱۳۸۰). پخش مستقیم ماهواره‌ای، پیامدها و سیاست‌ها. فصلنامه انجمن جامعه‌شناسی ایران، ۶.



بیران، صدیقه. (۱۳۸۱). ماهواره، جهانی شدن فرهنگ و بحران هویت. فصلنامه پژوهش و سنجش، ۹ (۳۱ و ۳۰).

بختیاری، حسن و فرخی، حسن. (۱۳۹۱). بررسی رابطه شبکه‌های ماهواره‌ای تلویزیونی و هویت دینی جوانان. پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، ۲۰ (۱۵).  
پویا، علیرضا. (۱۳۸۰). نیازسنجی مخاطبان ضرورت فعالیت رسانه‌ای. فصلنامه پژوهش و سنجش، ۸ (۲۶).

جوادی، فاطمه و اقبالی، بنفشه. (۱۳۸۶). نظارت والدین بر استفاده کودکان و نوجوانان از رسانه‌های تصویری. فصلنامه پژوهش و سنجش، ۱۴ (۵۱).

حسینی انجدانی، مریم؛ درویشه، زهرا؛ خسروی، زهره و پورشهریاری، مه‌سیما. (۱۳۸۸). نقش رسانه‌ها در رشد هویت ملی نوجوانان شهر تهران. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۱۶ (۲).  
رضضانی، رحمت. (۱۳۸۹). مقایسه نوع هویت دانش آموزان پیش‌دانشگاهی شهر ایلام استفاده‌کننده از ماهواره و شبکه‌های خارجی. فصلنامه فرهنگ رسانه، ۶ (۲۳).

روح‌الامینی، محمود. (۱۳۸۱). زمینه فرهنگ‌شناسی. تهران: عطار.

روزنامه رسالت. (۱۳۹۲). ماهواره و قبح‌زدایی از روابط غیراخلاقی. سال ۲۹، ۸۰۱۷.

روزنامه سلامت. (۱۳۹۰). کاهش سن بلوغ دختران. شماره ۳۴۶.

زارع شاه‌آبادی، اکبر و ابراهیم‌آبادی، مهدی. (۱۳۹۰). بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با بحران هویت فرهنگی در بین دانش آموزان دبیرستانی تبریز. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۴ (۱۴).  
زارعی، اقبال. (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین شیوه‌های فرزندپروری والدین با ارتکاب نوجوان به رفتارهای پرخطر بر اساس مقیاس کلینگر. مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد، ۱۸ (۳).

سعید، زهره و فراهانی، محسن. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تربیت و رشد کودکان و نوجوانان. فصلنامه پژوهش‌نامه تربیت تبلیغی، ۱ (۲).

شایق، محمدرضا. (۱۳۹۲). آسیب‌شناسی ریشه‌های فرهنگی حجاب در دانشگاه‌های شهرستان یزد. مجموعه مقالات برگزیده همایش اندیشه راهبردی زن و خانواده.

شجاعی، ثاراله؛ دهداری، طاهره؛ نوری جلیانی، کرامت و دوران، بهناز. (۱۳۹۲). بررسی عوامل پیش‌بینی‌کننده میزان پرخاشگری در نوجوانان کاربر بازی‌های رایانه‌ای خشن در شهر قم. مجله دانشگاه علوم پزشکی قم، ۷ (۳).

- شهبازی، حسن و همکاران. (۱۳۹۲). بررسی دیدگاه مردم شهر یزد درباره تأثیر رسانه‌های تصویری بر شیوع و پیشگیری مصرف سیگار بین جوانان و نوجوانان. فصلنامه آموزش بهداشت و ارتقای سلامت، ۱ (۳).
- شورت، ادموند سی. (۱۳۸۸). روش‌شناسی مطالعات برنامه درسی (ترجمه محمود مهرمحمدی و همکاران). تهران: سمت.
- عریضی، فروغ؛ وحیدا، فریدون و دانش، پروانه. (۱۳۸۵). ماهواره و هویت جنسیتی دختران جوان. فصلنامه انجمن جامعه‌شناسی ایران، ۷ (۲).
- لاریجانی، علی و ملکی‌تبار، مجید. (۱۳۸۶). بررسی راهبردی - امنیتی تأثیرات ماهواره بر باورهای جوانان. فصلنامه مطالعات دفاعی استراتژیک، ۸ (۲۷).
- متانی، مهرداد؛ حسن‌زاده، رمضان و فرهنگی، علی‌اکبر. (۱۳۹۲). نگرش مخاطبان قائم‌شهری به شبکه‌های تلویزیون ماهواره‌ای. فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۲۱.
- میرزایی، خلیل و برغمندی، هادی. (۱۳۸۹). رابطه با جنس مخالف و عوامل مرتبط با آن. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، ۹ (۳۴).
- نبوی، عبدالحسین و شهریاری، مرضیه. (۱۳۹۲). تأثیر رسانه‌ها در الگوسازی و سبک زندگی. مجموعه مقالات برگزیده همایش اندیشه راهبردی زن و خانواده. هفته‌نامه صبح صادق. (۱۳۹۰). گسترش هدفمند شبکه‌های ماهواره‌ای. ۱۱ (۴۶۲).
- Abdel Rahman, H. (1998). Uses and Gratifications of Satellite TV in Egypt. **Transnational Broadcasting Studies**, No. 1, Available at: <http://www.tbsjournal.com>.
- Anderson, C.; Berkowitz, L.; Donnerstein, E. & et al. (2003). The Influence of Media Violence on Youth. **Psychol Sci Public Interest**, Vol. 4, No. 3, pp. 81-110.
- Barrett, M. & Short, J. (1992). Images of European People in a Group of 5-10 Year Old English School Children. **British Journal of Development Psychology**, Vol. 10, pp. 339-363.

- Grossman, D. & DeGaetano, G. (1999). **Stop Teaching our Kids to Kill: A Call to Action Against TV, Movie & Video Game Violence.** New York: Crown.
- Himmelweit, H.T.; Oppenheim, A.N. & Vince, P. (1958). **Television and the Child: An Empirical Study of the Effect of Television on the Young.** Oxford: Oxford University Press.
- Holloway, S.L. & Valentine, G. (2000). Croked hats and Coronation Street: British and Newzealand Children Imaginative Geographies of the other. **Childhood**, Vol. 7, pp. 335-357. Available at: <http://www.Psy.Surveys.ac.UK/Staff/MBarrett, Htm>
- Newman, P. & Newman, B. (1997). **Children and Adolescents Development.** London: Rutledge.
- Sparrow, J. (2007). Small Screen, Big Impact. **Scholastic Parent & Child**, Vol. 14, No. 6, pp. 48-50.