

مطالعات تربیتی و روانشناسی

مجله علمی - پژوهشی



دانشگاه گیلان
موسسه عالی تربیت
و روانشناسی



موسسه عالی تربیت
و روانشناسی

دوره هشتم - شماره دوم - سال ۸۶

فهرست مندرجات

صفحه	نویسنده	عنوان
۵	هادی پور شاقعی - دکتر محمد حسن پرداختچی - دکتر حمید رضا آراسته - دکتر محمد قهرمانی	تدوین الگویی جهت تصمیم گیری مشارکتی اعضای هیأت علمی دانشگاه های ایران (مطالعه موردی: دانشگاه های شمال - شرق کشور)
۲۷	رحیم بدری گرگری - دکتر اسکندر فتحی آذر	مقایسه تاثیر یادگیری مبتنی بر حل مساله گروهی و آموزش سنتی بر تفکر انتقادی دانشجو معلمان
۴۳	محسن خادمی - دکتر پرویز ساکتی - ویدا فلاحي	بررسی هویت فرهنگی در دانش آموزان دوره راهنمایی تحصیلی (گرایش ها و شناخت ها)
۶۳	بنفشه افهمی - دکتر حمیدرضا آقا محمدیان	بررسی عوامل موثر بر گرایش به ماهواره و تاثیر آن بر باورها و رفتارهای دینی مردم مشهد
۷۹	دکتر محمدعلی بشارت	بررسی رابطه ابعاد شخصیت و هوش هیجانی
۹۵	مرضیه مختاری پور - دکتر سیدعلی سیادت - دکتر شعله امیری	بررسی رابطه بین هوش هیجانی و بازدهی های رهبری (مدل برنارد باس) مدیران گروه های آموزشی دانشگاه اصفهان
۱۱۱	دکتر سیامک سامانی - مرضیه صادق زاده	بررسی خود-گستگی در نوجوانان بر اساس مدل فرایند و محتوای خانواده
۱۲۵	دکتر محمدرضا داورپناه	چالشهای علم سنجی در علوم انسانی
۱۴۷	دکتر زهرا طیبی	تحلیل رفتار رانندگی از دیدگاه پردازش اطلاعات
۱۷۱	وجیهه ظهیر پرونده - دکتر حسینعلی کوهستانی	بررسی رابطه دانش مدیریت و سبک تصمیم گیری مدیران ستادی آموزش و پرورش مشهد (۸۴-۱۳۸۳)

بنفشه انهمی^۱

دکتر حمیدرضا آقا محمدیان^۱

بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به ماهواره و تأثیر آن بر باورها و رفتارهای دینی مردم مشهد*

چکیده

پژوهش حاضر با روش توصیفی - تبیینی از نوع علی- مقایسه ای به بررسی عوامل مؤثر بر گرایش مردم مشهد به ماهواره و تأثیر آن بر باورها و رفتارهای دینی مردم پرداخته است. جامعه آماری این پژوهش شامل ۴۰۰ نفر از شهروندان مشهدی واقع در سنین ۱۵ سال و بیشتر در سال ۱۳۸۵ می باشد. یافته های پژوهش نشان می دهد که سن، جنس، سطح تحصیلات، محل سکونت، نحوه گذران اوقات فراغت و ارزیابی افراد از برنامه های تلویزیون داخلی در گرایش آنان به ماهواره تأثیرگذار می باشد. در سنجش بعد شناختی گرایش به ماهواره اکثریت پاسخگویان ماهواره را باعث افزایش دانش خود و پاسخگوی نیازهای مختلف گروههای 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 و لیکن 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.

کلیدواژه ها: ماهواره، باورها و رفتارهای دینی، مردم مشهد

۱- کارشناس ارشد جامعه شناسی

۲- دانشیار دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه فردوسی مشهد

* این پژوهش با حمایت شورای پژوهشی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خراسان رضوی انجام شده است.

مقدمه

هویت، باورها و ارزشهای یک جامعه از منابع مختلف جامعه پذیری از جمله رسانه‌های گروهی مانند تلویزیون، اینترنت و بویژه در سالهای اخیر ماهواره، توجه به گستره نفوذ و فراگیری آن تاثیر پذیرفته و شکل می‌گیرد. گرچه آثار و تبعات مثبت احتمالی مترتب بر پخش مستقیم برنامه‌های تلویزیونی از طریق ماهواره در ادبیات رسانه‌ای فراوان به چشم می‌خورد، اما بدون تردید این امر در همه جوامع بویژه در میان ملت‌هایی که به دلیل برخورداری از اصالت فرهنگی و عقاید مذهبی، دغدغه دور شدن از فرهنگ بومی و باورهای دینی و تن سپردن به فرهنگ‌های بیگانه را دارند، موجب نگرانی‌های عمیقی شده است. با ظهور ماهواره، جهانی شدن بعنوان یک فرایند که محصول صنعت جهانی ارتباطات است منشاء تغییرات جامعه و جماعت شده و به نوعی روند فراملی کردن فرهنگها (تامپلسون، ۱۹۹۹) و تغییر در مفهوم عمومیت را هم در حوزه عمومی (هابرماس، ۱۹۸۹، هولاب ۱۳۷۸) و هم در فضای مذهبی به دنبال داشته است. مهمترین پیامد ایدئولوژیک جهانی شدن تشدید جریان مدرنیته غرب است. مدرنیته غرب یک حوزه معرفتی گسترده‌ای دارد که از یکطرف سکولاریزم و ارزشهای نظام لیبرال دموکراسی و از طرف دیگر نوگرایی، پیشرفت، تنوع و مصرف‌گرایی در کانون مرکزی آن قرار دارد و این ایدئولوژی بر جدایی مذهب از نهادهای اجتماعی تاکید دارد (کیوی کورو، ۱۹۸۵). بدین ترتیب نهادهای تهی از ارزشهای دینی بعنوان گروه مرجع افراد در جامعه موجبات بروز فرایند سکولاریزاسیون را در رفتارهای روزمره افراد فراهم می‌سازد (عاملی، ۱۳۸۲ و گیدنز، ۱۳۷۷). علاوه بر جهانی شدن و پیامدهای حاصله از آن برنامه‌های ماهواره‌ای عمدتاً باعث اختلالات

روان‌پریشی و بی‌خوابی شدگی مخاطبان می‌شود. فراگردهای تفکر مختل در اثر مشاهده برنامه‌های هیجان‌انگیز و رخوت‌آور ماهواره‌ای شکل می‌گیرد که پرش‌ایده‌ها یا شتاب‌فکر، انسداد تفکر و یا قطع جریان تفکر را به همراه دارد. از سوی دیگر تماشاگر برنامه‌های ماهواره بر اساس برداشت خود از برنامه‌ها تاثیر می‌پذیرد و به مقتضای آن تغییر رفتار داده و الگوی عملی می‌گیرد (مک کوئل، ۱۹۹۴). همچنین ماهواره دارای اثرات دیگری از جمله جذب مخاطبان به برنامه‌های شبکه‌های خارجی با دادن قدرت انتخاب بیشتر به آنان جهت تعیین برنامه دلخواه خود، مصرف‌کننده شدن صرف کالاها و شرکت‌های خارجی، تغییر در فرهنگ اصیل مخاطبان و تاثیر در ارزشها، باورها و رفتارهای مذهبی آنان، بی‌اعتماد کردن مردم نسبت به حکومت‌های داخلی به جهت افشای بسیاری از اخبار داخلی کشورها و جز آن برای افراد بوده است.

ماهواره در ایران از فروردین ماه ۱۳۷۳ به یکی از کانونی‌ترین موضوعات مورد توجه جامعه تبدیل شد و ماهواره‌های پخش مستقیم دارای پیامدهای مختلفی برای مخاطبان بود. از جمله اینکه ماهواره پخش

را به صنعت پرسو

نمی‌شوند، بلکه

(ارجمندی، ۳۸۰

تبلیغات کالاها

بوده است. این امر

از تلویزیون داخلی

در اختیار گذاشتن

شهروندان به حکو

عوامل متعدد؛

توجه به نیازهای ف

مردم به شبکه‌های

فراغت شهروندان

صورت پذیرد؛ چ

مهمترین تمهیدات

(زنگی آبادی، ۷۷

فراغت آنهاست ک

کاری را شامل ۴۵

می‌ماند که باید تما

تماشای تلویزیون،

صدا و سیما و عدم

جمله عوامل مهم،

سوی دیگر ناتوانی

و مخالفان نظام در

می‌تواند از دیگر ع

بدین ترتیب گر

و فرهنگ اصیل آنا

بعنوان نماد فرهنگ

مختلف جامعه پذیر

راه صنعت پر سودی تبدیل کرده است که دیگر ارزشهای فرهنگی و سیاسی تنها انگیزه‌هایی آتی محسوب نمی‌شوند، بلکه انگیزه‌های قوی اقتصادی و نهایتاً سود روز به روز در آن برجستگی بیشتری می‌یابند (ارجمندی، ۱۳۸۰). بعبارت دیگر بسیاری از شبکه‌های ماهواره‌ای با پخش برنامه‌های مختلف و بویژه تبلیغات کالاهای مختلف به دنبال جذب مصرف‌کننده در ایران بوده و تا حدود زیادی هم در این امر موفق بوده است. این امر علاوه بر جذب مصرف‌کنندگان کالاهای شرکتی‌های خارجی به تفکیک روزافزون مردم از تلویزیون داخلی و القاء ارزشها، هنجارها و باورهای مورد قبول خود و فرهنگ بیگانه کمک کرده و با در اختیار گذاشتن اطلاعات و اخبار درست یا نادرست داخلی و محرمانه موجبات بی‌اعتمادی یا سوءظن شهروندان به حکومت داخلی را فراهم می‌آورند.

عوامل متعددی در گرایش مردم به ماهواره تأثیرگذار است. پر کردن اوقات فراغت افراد از طریق توجه به نیازهای فرهنگی آنان از جمله عوامل بسیار مهمی است که توجه بدان می‌تواند در کاهش گرایش مردم به شبکه‌های تلویزیونی خارجی موثر باشد. «امروزه بخش مهمی از سرمایه‌گذاری در خصوص ایام فراغت شهروندان باید در حوزه فعالیتهای فرهنگی و هنری و توجه به نیازهای مختلف هنری و فرهنگی صورت پذیرد؛ چرا که برنامه‌ریزی در امور فرهنگی بعنوان عامل حفظ هویت قومی و عقیدتی و یکی از مهم‌ترین تمهیدات در فرهنگ هر جامعه میزان فرآورده‌های فرهنگی آن نسبت به جمعیت است» (زنگی آبادی، ۱۳۷۷ به نقل از آقامحمدیان، ۱۳۸۱). برای بیشتر مردم مصرف فرهنگی محدود به اوقات فراغت آنهاست که ضروریات مادی کار و استراحت حدود آن را مشخص می‌سازد. چنانچه یک هفته کاری را شامل ۴۵ ساعت جابه‌جایی و ۴۸ ساعت استراحت فرض کنیم، در هر هفته ۷۵ ساعت باقی می‌ماند که باید تمامی دیگر فعالیتهای فرد ظرف آن صورت گیرد. بطور متوسط هفته‌ای ۲۰ ساعت صرف نمایش تلویزیون می‌شود (گارنهایم، ۱۳۷۶). این در حالی است که کیفیت و کمیت ضعیف برنامه‌های صدا و سیما و عدم وجود تنوع، سرگرم‌کنندگی و جذابیت برنامه‌ها جهت پرکردن اوقات فراغت افراد از جمله عوامل مهم روی آوردن برخی از شهروندان به برنامه‌های ماهواره‌ای پخش مستقیم شده است. از سوی دیگر ناتوانی فرهنگ یا نظام داخلی در ایجاد گروه مرجع متجانس با نیاز مردم و همچنین تلاش غرب و مخالفان نظام در ایجاد گروه مرجع با استفاده از تبلیغات و برنامه‌های جذاب و ارسال آن از طریق ماهواره می‌تواند از دیگر عوامل اساسی در گرایش افراد به آن باشد (رفیع پور، ۱۳۷۸ و رحیمی، ۱۳۸۰).

بدین ترتیب گرایش مردم به ماهواره بویژه در کشورهای اسلامی ارزشها، باورها و رویه‌های فرهنگی و فرهنگ اصیل آنان را تحت تأثیر قرار داده است. بعبارت دیگر رسانه‌ها و از جمله تلویزیون و ماهواره بعنوان نماد فرهنگی هستند که از آن طریق دین، ارزشها و باورهای دینی تحت تأثیر قرار می‌گیرند. عوامل مختلف جامعه‌پذیری از جمله ماهواره در شکل‌گیری و یا تغییر باورها و رفتارهای دینی افراد نقشی اساسی

مله رسانه‌های گروهی و فراگیری آن تأثیر پذیرفته برنامه‌های تلویزیونی از این امر در همه جوامع بویژه غدغه دور شدن از فرهنگ می‌های عمیقی شده است.

نی ارتباطات است منشاء (سون، ۱۹۹۹) و تغییر در (و هم در فضای مذهبی به ریشه غرب است. مدرنیته نظام لیبرال دموکراسی و از از دارد و این ایدئولوژی بر این ترتیب نهادهای تهی از (ریزاسیون را در رفتارهای نی شدن و پیامدهای حاصله

تل در اثر مشاهده برنامه‌های تاب فکر، انسداد تفکر و یا ه بر اساس برداشت خود از یرد (مک کوئل، ۱۹۹۴).

شبکه‌های خارجی با دادن دن صرف کالاهای شرکتی‌های مذهبی آنان، بی‌اعتماد ملی کشورها و جز آن برای

مورد توجه جامعه تبدیل شد از جمله اینکه ماهواره پخش

برعهده داشته و در درونی کردن ارزشهای دینی افراد موثر می باشند. «فراگرد جامعه پذیری دینی یا مذهبی و تغییر در ارزشها و باورهای دینی افراد از طریق ماهواره را می توان در ساده ترین شکل، بصورت ذیل ترسیم نمود:

فرستنده ← وسیله تحریک و انگیزه ← دریافت کننده

(شبکه های ماهواره ای) (محتوای برنامه ها) (شهروندان)

(شارع پور، ۱۳۷۸)

بر اساس مدل فوق شبکه های مختلف ماهواره ای از طریق محتوای برنامه های مختلف و متنوع بر شهروندان تاثیر گذاشته و باورها و رفتارهای آنان را شکل و یا تغییر داده و در واقع آنان را بدین طریق جامعه پذیر می سازند. از سوی دیگر بر اساس نظریه سکولاریزاسیون ماهواره و شبکه های ماهواره ای با رشد روزافزون و نمایش زندگی مدرن رفته رفته از اهمیت مذهب نزد مخاطبان کاسته و ارزشهای زندگی و جامعه مدرن بدون قیدوبند مذهبی را جانشین آن می کنند (برات نژاد، ۱۳۸۴). به اعتقاد پارسونز هم بهترین پایگاه برای ایجاد تغییرات فرهنگی در جوامع از جمله پذیرش فرهنگ مهاجم جهان ارزشها یا باورهای مذهبی و دینی افراد است. بر اساس نظریه پارسونز:

تغییر نظام فرهنگی ← افزایش تنش درون نظام ← تغییر باورها و ارزشها ← تهاجم فرهنگی

به اعتقاد پارسونز تاثیر ماهواره بر نظام فرهنگی جامعه و تغییر فرهنگ اصلی مردم توسط شبکه های مختلف ماهواره ای خود به افزایش تنش در جامعه و تغییر باورها و رفتارهای دینی منجر شده و زمینه تهاجم فرهنگی و کم رنگ شدن فرهنگ داخلی را در بر خواهد داشت. سرانجام اینکه بر اساس نظریه تزریق زیرپوستی متون رسانه ای بسیار قوی هستند و پیامهای آنها کم و بیش مقاومت ناپذیر است. رسانه ها از جمله شبکه های تلویزیونی ماهواره مانند یک آمپول زیرجلدی پیامهای مختلف خود از جمله پیامهای دینی یا غیردینی را به مخاطبان تزریق می کنند و گیرنده پیام در شرایط انفعال کامل است. شبکه های تلویزیونهای ماهواره ای پیامهای ضد دینی یا غیردینی و مذهبی و ارزشهای مدنظر خود را به مخاطبان تزریق می نمایند. این در حالی است که بر اساس نظریه دستورکار رسانه ها از جمله ماهواره معمولاً بر موضوعات خاصی تمرکز می کنند و سایر موضوعات را نادیده می گیرند و از این طریق دستور کار را تعیین می کنند و به ملاحظاتی که مردم در تصمیمات اجتماعی و سیاسی و دینی خود مدنظر دارند شکل می دهند و باورها و رفتارهای دینی آنان را تحت تاثیر قرار می دهند (برگر، ۱۳۷۹ به نقل از مشیرزاده، ۱۳۸۱).

بر این اساس پژوهش حاضر بررسی عواملی که بر گرایش مردم مشهد به ماهواره موثر است و همچنین تاثیر ماهواره بر باورها و رفتارهای دینی مردم را هدف اصلی خود قرار داده است.

اهداف تحقیق

۱- شناسایی

۲- شناسایی

۳- شناسایی

۴- شناسایی

فرضیات تحقیق

۱- بین افراد

۲- ارزیابی

۳- بین زنان

۴- سطح ته

۵- محل سا

۶- نحوه گ

۷- داشتن گ

روش تحقیق

پژوهش حاض

و تاثیر آن بر رفتار

ساله و بیشتر سا

ماهواره هستند و

طبقه ای متناسب

ابزار گردآور

تحلیل اطلاعات

سنجش هر متغیر

شده است (دو اس

جهت تعیین ر

شده تاروایی ابزار

جامعه شناسی و د

اهداف تحقیق

- ۱- شناسایی میزان گرایش افراد به ماهواره
- ۲- شناسایی عواملی که بر گرایش افراد به ماهواره تأثیر می گذارد.
- ۳- شناسایی تأثیر ماهواره بر باورهای دینی افراد.
- ۴- شناسایی تأثیر ماهواره بر رفتارهای دینی افراد.

فرضیات تحقیق

- ۱- بین افراد مسن و جوانتر در گرایش به استفاده از ماهواره تفاوت وجود دارد.
- ۲- ارزیابی از برنامه های تلویزیون در میزان گرایش آزمودنی های دارای ماهواره به آن تأثیر دارد.
- ۳- بین زنان و مردان در گرایش به استفاده از ماهواره تفاوت وجود دارد.
- ۴- سطح تحصیلات در گرایش آزمودنی های دارای ماهواره به آن تأثیر دارد.
- ۵- محل سکونت در گرایش آزمودنی های دارای ماهواره به آن تأثیر دارد.
- ۶- نحوه گذران اوقات فراغت آزمودنی های دارای ماهواره در گرایش آنها به ماهواره تأثیر دارد.
- ۷- داشتن گروههای مرجع متفاوت در گرایش آزمودنی های دارای ماهواره به آن تأثیر دارد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر با اتخاذ روش علی-مقایسه ای (به بررسی عوامل مؤثر بر گرایش مردم مشهد به ماهواره و تأثیر آن بر رفتارها و باورهای دینی مردم می پردازد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه شهروندان ۱۵ ساله و بیشتر ساکن شهر مشهد تشکیل می دهند؛ حجم نمونه شامل دو گروه افرادی که استفاده کننده ماهواره هستند و افرادی که به ماهواره دسترسی ندارند می باشند. جهت انجام نمونه گیری از فرمول طبقه ای متناسب کوکران استفاده شده است.

ابزار گردآوری اطلاعات پژوهش حاضر را پرسشنامه محقق ساخته تشکیل می دهد و جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات پس از ورود داده ها با توجه به وضعیت متغیرها به لحاظ نرمال بودن یا نبودن و سطح سنجش هر متغیر از آماره های متناسب با سنجش آن متغیرها یعنی آزمون های توصیفی و استنباطی استفاده شده است (دواس، ۱۳۷۶).

جهت تعیین روایی (ابزار تحقیق با گزینش مقولات، متغیرها و شاخص های دقیق مورد سنجش سعی شده تا روایی ابزار تحقیق تا حد زیادی بالا برود. همچنین پرسشنامه مربوطه براساس برخی نظریات جامعه شناسی و دینی و مشورت یا داوری صاحب نظران حوزه علوم اجتماعی و روانشناسی و نیز تحقیقات

جامعه پذیری دینی یا مذهبی
ترین شکل، بصورت ذیل

نده
بروندان)

(شارع پور، ۱۳۷۸)

به های مختلف و متنوع بر
واقع آنان را بدین طریق
به شبکه های ماهواره ایی با
بان کاسته و ارزشهای زندگی
(۱۳). به اعتقاد پارسونز هم
ک مهاجم جهان ارزشها یا

زشها - مهاجم فرهنگی

صلی مردم توسط شبکه های
ی دینی منجر شده و زمینه
انجام اینکه بر اساس نظریه
یش مقاومت ناپذیر است.

ی پیامهای مختلف خود از
در شرایط انفعال کامل است.

و ارزشهای مدنظر خود را به
از رسانه ها از جمله ماهواره

می گیرند و از این طریق دستور
اسی و دینی خود مدنظر دارند

رگر ۱۳۷۹ به نقل از مشیرزاده،

به ماهواره مؤثر است و همچنین

ده است.

پیشین تدوین و تفاوت های افراد را با توجه به ویژگی های مختلف (سنی، جنسی و جز آن) مبنای ساختن پرسشنامه قرار داده و همه پرسش های تحقیق، محتوای تمام موضوعات مورد مطالعه را شامل می گردد. بنابراین این پژوهش از روایی صوری و محتوایی برخوردار است (دواس، ۱۳۷۶).

از سوی دیگر برای تامین اعتبار سوالات سعی شده با طراحی دقیق سوالات و نیز در مرحله پرسشگری با استفاده از پرسشگران کارآموده و آموزش و یادآوری نکات لازم به آنان و استفاده از کدنامه دقیق و کدگذاری واحد، اعتبار سوالات و نتایج تحقیق را افزایش دهیم. همچنین محاسبه آلفای کراباخ نشان دهنده همبستگی بالای گویه های پژوهش و اعتبار بالای آن می باشد. لازم به ذکر است که آلفای کل در گویه های مربوط به سنجش گرایش به ماهواره ۰/۹۸، در گویه های مربوط به سنجش باورهای دینی ۰/۷۱ و در گویه های مربوط به سنجش رفتارهای دینی ۰/۶۵ بوده است.

یافته های پژوهش

یافته های حاصل از این پژوهش با پاسخ به فرضیات اساسی تنظیم شده است که در ذیل به مهمترین نتایج آن اشاره می گردد:

- ۱- بین افراد مسن و جوانتر در گرایش به استفاده از ماهواره تفاوت وجود دارد.
- ۲- بر اساس بررسی های انجام شده در پژوهش حاضر بین دو متغیر سن و گرایش به ماهواره همبستگی وجود دارد و سن افراد در گرایش آنان به استفاده از ماهواره تاثیر گذار است. بعبارت دیگر رابطه میان سن و گرایش افراد به استفاده از ماهواره مورد تایید قرار می گیرد. مقدار همبستگی بین دو متغیر ۰/۰۱- و جهت رابطه منفی بوده است. بر این اساس هر چه سن افراد پایین تر بوده گرایش آنها به ماهواره هم بیشتر بوده است. جدول ذیل مقدار همبستگی میان دو متغیر سن و گرایش به ماهواره را نشان می دهد.

جدول ۱: مقدار همبستگی بین دو متغیر سن و گرایش به ماهواره

سن و گرایش به ماهواره	آزمون
-۰/۰۱	همبستگی پیرسون
۰/۰۲	سطح معناداری
۲۰۰	حجم نمونه

- ۲- ارزیابی از برنامه های تلویزیون در میزان گرایش آزمودنی های دارای ماهواره به آن تاثیر دارد. نتایج تحقیقات (رسولی، ۱۳۸۱) پیشین انجام شده در داخل کشور نشان می دهد که ماهواره در ایران به سرعت تعداد زیادی از مخاطبان را به خود جذب کرد و این روند رو به رشد دارد و هر روز بر گستره

مخاطبان این رسانه می دهند و آنان بیش ندارند و می توان از پژوهش حاضر ضعیف برنامه های نشان داد که بین دو داخلی و گرایش با منفی می باشد. به هم بیشتر بوده است به ماهواره را نشان

جدول ۲

۳- بین زنان و به لحاظ آماری است؛ به گونه ای دو متغیر جنس و

آزمون

زن
مر

واریانس

برابری واریانس
عدم برابری وار

مخاطبان این رسانه افزوده می شود. این در حالی است که نیمی از جمعیت کشور ما را جوانان تشکیل می دهند و آنان بیش از افراد مسن، مخاطب برنامه های تلویزیون هستند. اما از برنامه ها رضایت چندانی ندارند و می توان انتظار داشت در سالهای آتی تقاضا برای ماهواره افزایش یابد. بر این اساس نتایج حاصله از پژوهش حاضر هم نشان داد که در بین آزمودنی هایی که به ماهواره دسترسی داشته اند، کمیت و کیفیت ضعیف برنامه های تلویزیون عاملی تأثیرگذار در گرایش آنها به ماهواره بوده است. عبارت دیگر نشایح نشان داد که بین دو متغیر ارزیابی آزمودنی های دارای ماهواره از کمیت و کیفیت برنامه های تلویزیون داخلی و گرایش به ماهواره همبستگی وجود دارد. مقدار همبستگی بین دو متغیر $0/3-$ و جهت رابطه منفی می باشد. عبارت دیگر هر چه ارزیابی افراد از برنامه های تلویزیون منفی تر بوده گرایش به ماهواره هم بیشتر بوده است. جدول ذیل مقدار همبستگی میان دو متغیر ارزیابی از برنامه های تلویزیون و گرایش به ماهواره را نشان می دهد.

جدول ۲: مقدار همبستگی بین دو متغیر ارزیابی از برنامه های تلویزیون و گرایش به ماهواره

سن و گرایش به ماهواره	آزمون
$0/3-$	همبستگی پیرسون
۰	سطح معناداری
۱۱۷	حجم نمونه

۳- بین زنان و مردان در گرایش به استفاده از ماهواره تفاوت وجود دارد. به لحاظ آماری میانگین گرایش به ماهواره در دو گروه زنان و مردان تفاوت معناداری با هم داشته است؛ به گونه ای که میانگین گرایش به ماهواره در مردان بیشتر از زنان بوده است. جدول ذیل رابطه میان دو متغیر جنس و گرایش به ماهواره را نشان می دهد.

جدول ۳: بررسی رابطه بین دو متغیر جنس و میزان گرایش به ماهواره

آزمون تی تست	حجم نمونه	میانگین	انحراف استاندارد	انحراف استاندارد از میانگین
زن	۹۳	۱/۸	۰/۲	۰/۰۲
مرد	۱۰۷	۱/۹	۰/۲	۰/۰۴

ولیانس	F	sig	t	df	Sig. (2-tailed)	انحراف از میانگین	انحراف استاندارد	حد پایین	حد بالا
برابری واریانس	۰/۱	۰/۷	-۲/۸	۱۹۸	۰/۰۰۵	-۰/۰۹	۰/۰۳	-۰/۱	-۰/۰۲
عدم برابری واریانس	-	-	-۲/۸	۱۹۷	۰/۰۰۵	-۰/۰۹	۰/۰۳	-۰/۱	-۰/۰۲

و جز آن) مبنای ساختن
لعه را شامل می گردد.

یز در مرحله پرسشگری
باده از کدنامه دقیق و
به آلفای کرانباخ نشان
ر است که آلفای کل در
سنجش باورهای دینی

ت که در ذیل به مهمترین

ارد.

پیش به ماهواره همبستگی
ارت دیگر رابطه میان سن
بین دو متغیر $0/01-$ و
آنها به ماهواره هم بیشتر
را نشان می دهد.

اره

ماهواره به آن تأثیر دارد.

می دهد که ماهواره در ایران
د دارد و هر روز بر گستره

۴- سطح تحصیلات در گرایش آزمودنی های دارای ماهواره به استفاده از آن تاثیر دارد. افزایش سطح آگاهی عمومی مردم و تلاش آنان در جهت آشنایی با سایر ملل، فرهنگها و علوم و فنون جدید باعث گرایش روزافزون آنان به استفاده از وسایل مدرن ارتباط جمعی از جمله ماهواره شده است. بر این اساس یافته های حاصل از پژوهش حاضر هم نشان داد که در میان آزمودنی ها تحصیلات عاملی تاثیر گذار در گرایش به استفاده از ماهواره بوده است. علیرغم اینکه بر اساس آزمون های انجام شده تفاوت معناداری بین افراد دارای سطح تحصیلات مختلف در گرایش به ماهواره ملاحظه نشده است. جدول ذیل تاثیر سطح تحصیلات بر گرایش به استفاده از ماهواره را نشان می دهد.

جدول ۴: تاثیر سطح تحصیلات در گرایش به استفاده از ماهواره

سطح تحصیلات	مقدار F	میانگین نمرات	درجه آزادی	مجموع نمرات	آنالیز واریانس تکطرفه
بین گروهی	۲٫۸	۰٫۱	۴	۰٫۶	
درون گروهی	-	۰٫۰۵	۱۹۵	۱۰٫۶	
جمع	-	-	۱۹۹	۱۱٫۲	

۵- محل سکونت در گرایش آزمودنی های دارای ماهواره به استفاده از آن تاثیر دارد. در بررسی تاثیر سطح طبقاتی به واسطه یکی از شاخص های آن یعنی محل سکونت افراد و میزان تاثیر آن در گرایش به ماهواره نتایج نشان داد که محل سکونت عاملی تاثیر گذار در گرایش افراد به استفاده از ماهواره می باشد. این در حالی است که بین واقع بودن محل سکونت در مناطق مختلف شهر (بالا، متوسط یا پایین شهر) و گرایش به ماهواره تفاوت معناداری ملاحظه نشد. بعبارت دیگر به نظر می رسد که دسترسی به ماهواره تقریباً برای تمامی اقشار جامعه صرف نظر از طبقه اجتماعی آنان فراهم است و استفاده یا عدم استفاده از آن به میزان پابندی آنان به فرهنگ و باورهای اصیل اسلامی ایشان بر می گردد. جدول ذیل تاثیر محل سکونت افراد بر گرایش به استفاده از ماهواره را نشان می دهد.

جدول ۵: تاثیر محل سکونت افراد در گرایش به استفاده از ماهواره

سطح تحصیلات	مقدار F	میانگین نمرات	درجه آزادی	مجموع نمرات	آنالیز واریانس تکطرفه
بین گروهی	۰٫۲	۰٫۱	۱۱	۱٫۲	
درون گروهی	-	۰٫۰۵	۱۸۸	۱۰	
جمع	-	-	۱۹۹	۱۱٫۲	

۶- نحوه گذرا چنانکه ضعف فراغشان با و نتایج بررسی ماهواره می باشد تلویزیون و هم اوقات فراغت است؛ چرا که بر مختلف فرهنگی امکان استفاده از ماهواره

۷- داشتن گروه از آنجایی که مر داده اند و چنانچه اف کشور پیدا نکنند و ی زمینه برای شهروند برنامه های مختلف فرضیه فوق مورد سنج و چه در خارج از کش می رسد سایر عوامل

۶- نحوه گذران اوقات فراغت آزمودنی های دارای ماهواره در گرایش آنها به ماهواره تأثیر دارد. نحوه گذران اوقات فراغت توسط افراد در گرایش آنها به استفاده از ماهواره عاملی تأثیر گذار می باشد. چنانکه ضعف صنعت تفریحات و اوقات فراغت کشور خود عامل مؤثر در گرایش افراد به پر کردن اوقات فراغشان با وسایل جذاب، متنوع و سرگرم کننده مدرن از جمله ماهواره ذکر شده است. بر این اساس نتایج بررسی حاضر هم نشان داد که گذران اوقات فراغت عاملی تأثیر گذار در گرایش افراد به استفاده از ماهواره می باشد. این در حالی است که تنها بین افرادی که اوقات فراغت خود را در منزل به تماشای تلویزیون و همچنین به تماشای ماهواره می گذرانند، تفاوت معنادار ملاحظه شده و بین سایر افرادی که اوقات فراغت خود را به طرق مختلف می گذرانند در گرایش به ماهواره تفاوت معناداری مشاهده نشده است؛ چرا که بر اساس برخی از نتایج این پژوهش بیشتر افراد در گذران اوقات فراغت خود به امکانات مختلف فرهنگی متنوع و سرگرم کننده از جمله سینما، تئاتر، مراکز ورزشی و جزآن دسترسی نداشته و یا امکان استفاده از آن برایشان فراهم نبوده است. جدول ذیل تأثیر نحوه گذران اوقات فراغت بر گرایش به استفاده از ماهواره را نشان می دهد

جدول ۶: تأثیر نحوه گذران اوقات فراغت در گرایش به استفاده از ماهواره

سطح معناداری	مقدار F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	آنیلیز واریانس یکطرفه
۰٫۰۲	۰٫۲	۰٫۱	۱۲	۱٫۳	بین گروهی
-	-	۰٫۰۵	۱۸۳	۹٫۸	درون گروهی
-	-	-	۱۹۵	۱۱٫۱	جمع

۷- داشتن گروههای مرجع متفاوت در میزان گرایش آزمودنی های دارای ماهواره به آن تأثیر دارد. از آنجایی که مردم همواره به دنبال پیروی از گروه یا افرادی هستند که به عنوان الگوی خود قرار داده اند و چنانچه افراد گروه مرجع یا ایده آل خود را که تمایل داشته خویش را با آن مقایسه کنند در داخل کشور پیدا نکنند و یا فرهنگ و نظام داخلی از الگو شدن برای افراد ناتوان باشد و نتواند جاذبه هایی در این زمینه برای شهروندان ایجاد کند، افراد به گروههای مختلف مرجع خارج از کشور و آنچه از طریق برنامه های مختلف ماهواره ای تماشا می کنند گرایش می یابند و سعی می کنند خود را با آنان مقایسه کنند، فرضیه فوق مورد سنجش قرار گرفت. اما نتایج نشان داد که داشتن گروههای مرجع مختلف چه در داخل و چه در خارج از کشور عاملی تأثیر گذار بر گرایش مردم مشهد به استفاده از ماهواره نبوده است و به نظر می رسد سایر عوامل مهمتر در این امر تأثیر گذار بوده اند. شاید بتوان گفت یکی از دلایل این امر وجود

آن تأثیر دارد. فرهنگها و علوم و فنون جمله ماهواره شده است. دنی ها تحصیلات عاملی مومن های انجام شده تفاوت نظه نشده است. جدول ذیل

ماهواره

سطح معناداری

۰٫۰۲

-

-

آن تأثیر دارد.

حل سکونت افراد و میزان تأثیر در گرایش افراد به استفاده از مناطق مختلف شهر (بالا، عبارت دیگر به نظر می رسد که ماعی آنان فراهم است و استفاده می اشان بر می گردد. جدول دهد.

از ماهواره

سطح معناداری

۰٫۰۲

-

-

فرهنگ اصیل اسلامی و از همه مهمتر وجود اعتقادات و باورهای دینی و مذهبی میان مردم و الگو قرار دادن شخصیت های مذهبی و دینی توسط اکثریت مردم در زندگی خویش می باشد. جدول ذیل تاثیر داشتن گروه های مرجع بر گرایش به استفاده از ماهواره را نشان می دهد.

جدول ۷: تاثیر داشتن گروه های مرجع متفاوت در گرایش به استفاده از ماهواره

آنانیز واریانس یکطرفه	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	مقدار F	سطح معناداری
بین گروهی	۰/۶	۱۱	۰/۰۵	۰/۱	۰/۴
درون گروهی	۱۰/۶	۱۸۸	۰/۰۵	-	-
جمع	۱۱/۲	۱۹۹	-	-	-

همچنین نتایج حاصل از بررسی میزان گرایش مردم به ماهواره نشان داد که اکثریت آزمودنی ها در منزل دوستان، آشنایان و اقوام به ماهواره دسترسی یافته و برنامه های آن را تماشا می کنند. درصد قابل توجهی هم به دسترسی و تماشای ماهواره در منزل شخصی خود اقرار کرده اند. همچنین اکثریت پاسخگویان اظهار داشته کمتر از ۳ ساعت و درصد قابل توجهی هم بیش از ۴ ساعت از اوقات فراغت خود را صرف تماشای برنامه های ماهواره ای می کنند.

در بررسی ابعاد جهت گیری یا گرایش افراد به ماهواره هم نتایج حاصله نشان می دهد که اکثریت پاسخگویان در بعد شناختی معتقدند ماهواره باعث افزایش دانش و اطلاعات آنان در مورد مسایل مختلف شده و به دلیل عدم محدودیت زمانی می توانند در تمامی ساعات شبانه روز با آن سرگرم باشند و نیز آن را پاسخگوی نیازهای مختلف گروه های سنی و جنسی می دانند. از سوی دیگر به دلیل وجود اعتقادات مذهبی و فرهنگ اصیل اسلامی در میان مردم و همچنین هوشیاری و آگاهی افراد جامعه نسبت به تلاش غرب در جهت ترویج فرهنگ مبتذل خود، درصد قابل توجهی از آزمودنی ها هم ابراز کرده که گاهی برنامه های شبکه های ماهواره ای را بی محتوا و در جهت منافع بیگانگان و غرب می دانند و اغلب به خاطر احساس گناه سعی می کنند برنامه های مبتذل ماهواره ای را تماشا نکنند.

از سوی دیگر بررسی تاثیر ماهواره بر باورهای دینی افراد نشان می دهد که میانگین اعتقاد به باورهای دینی در دو گروه کسانی که به ماهواره دسترسی دارند و کسانی که به ماهواره دسترسی ندارند، تفاوت قابل ملاحظه ای با یکدیگر داشته است. به گونه ای که کسانی که از ماهواره استفاده نمی کنند بیشتر به باورهای دینی معتقد بوده اند در حالی که میانگین باورهای دینی آزمودنی هایی که به ماهواره دسترسی داشته کمتر از سایرین می باشد.

همچنین بر دو گروه کسانی است. به گونه سایرین می باشد

بحث و نتیجه

نتایج برخی دسترسی به توزی جمله قیمت ار سالهای ابتدایی تمامی اقسار چ آزمودنی ها در آنان در اکثریت صرف تماشای از سوی دی فعالیت های فر گذران اوقات حالی است که آن، کمبود مرا برنامه های ماه می دهد بیشتر آ تلویزیون، رفت درصد کمی از مراکز ورزشی کسانی که به ما و همچنین خس برنامه های تلوی

همچنین بررسی تاثیر ماهواره بر رفتارهای دینی مردم هم نشان می دهد که میانگین رفتارهای دینی در دو گروه کسانی که به ماهواره دسترسی ندارند و کسانی که دارای ماهواره می باشند با یکدیگر متفاوت است. به گونه ای که رفتار بر اساس ضوابط دینی در بین کسانی که به ماهواره دسترسی نداشته بیشتر از سایرین می باشد.

بحث و نتیجه گیری

نتایج برخی تحقیقات پیشین نشان می دهد که دسترسی آسان افراد به ماهواره به طرق مختلف از جمله دسترسی به توزیع کابل‌های شبکه های خارجی در مجتمع های مسکونی با توجه به تمامی مزایای آن از جمله قیمت ارزان و اتصال آسانتر، پایین بودن هزینه تهیه آن و نیز عدم نظارت جدی دولت بویژه در سالهای ابتدایی ورود ماهواره به کشور از جمله عمده ترین عوامل مؤثر بر استفاده وسیع و همه گیر در میان تمامی اقشار جامعه شده است (ارجمندی، ۱۳۸۰). نتایج حاصل از پژوهش حاضر هم نشان داد؛ اکثریت آزمودنی ها در منزل دوستان، آشنایان و اقوام به ماهواره دسترسی یافته و برنامه های آن را تماشا می کنند. آنان در اکثریت موارد کمتر از ۳ ساعت و درصد قابل توجهی هم بیش از ۴ ساعت از اوقات فراغت خود را صرف تماشای برنامه های ماهواره ای می کنند.

از سوی دیگر امروزه بخش مهمی از سرمایه گذاری در خصوص ایام فراغت شهروندان باید در حوزه فعالیت های فرهنگی و هنری و توجه به نیازهای مختلف هنری و فرهنگی صورت پذیرد. افراد جهت گذران اوقات فراغت خود به استفاده از تسهیلات و امکانات مختلف فرهنگی روی می آورند و این در حالی است که ضعف و ناتوانی منابع فرهنگی کشور از جمله ضعف کتابخانه های داخلی و کمبود امکانات آن، کمبود مراکز ورزشی، سینما، مکانهای تفریحی و مانند آن، همچنین کیفیت و کمیت ضعیف برنامه های صدا و سیما، تنوع برنامه های شبکه های خارجی و جز آن باعث گرایش بیشتر شهروندان به برنامه های ماهواره ای پخش مستقیم می شود. بر همین اساس نتایج حاصله از پژوهش حاضر هم نشان می دهد بیشتر کسانی هم که به ماهواره دسترسی داشته ابراز کرده اوقات فراغت خود را در منزل به تماشای تلویزیون، رفتن به میهمانی، قدم زدن در پارک و خیابان، گوش دادن به موسیقی و امثالهم می گذرانند. درصد کمی از افراد در گذران اوقات فراغت خود به امکانات فرهنگی متنوع تر از قبیل سینما، تئاتر، مراکز ورزشی و جز آن دسترسی داشته یا امکان استفاده از آن برایشان فراهم می باشد. همچنین اکثریت کسانی که به ماهواره دسترسی داشته اند به دلیل تکراری بودن برنامه های تلویزیون، محدودیت زمانی آن و همچنین خسته کننده و بدون محتوا بودن برنامه های تلویزیون داخلی کمتر وقت خود را صرف تماشای برنامه های تلویزیون کنند. علاوه بر این سن، جنس، سطح تحصیلات و محل سکونت افراد هم در

ن میان مردم و الگو قرار شد. جدول ذیل تاثیر

از ماهواره

اکثریت آزمودنی ها در شامی کنند. درصد قابل ند. همچنین اکثریت ۴ ساعت از اوقات فراغت

سان می دهد که اکثریت نان در مورد مسایل مختلف آن سرگرم باشند و نیز آن را به دلیل وجود اعتقادات براد جامعه نسبت به تلاش هم ابراز کرده که گاهی پ می دانند و اغلب به خاطر

میانگین اعتقاد به باورهای ترسی ندارند، تفاوت قابل نمی کنند بیشتر به باورهای واره دسترسی داشته کمتر از

گرایش آنان به ماهواره تاثیرگذار بوده و این نشان دهنده این است که عدم توجه کافی به نیازهای مختلف افراد در گروههای سنی، جنسی تحصیلی و همچنین طبقه اجتماعی آنان و عدم وجود برنامه ریزی دقیق و اصولی در این امر باعث گرایش افراد جامعه بویژه نسل جوان به وسایل ارتباط جمعی مدرن از جمله ماهواره به منظور رفع قسمتی از نیازهای خود و یا پرکردن اوقات فراغشان شده است. این در حالی است که در سنجش بعد شناختی گرایش به ماهواره نتایج نشان داد که اکثریت افراد معتقدند ماهواره باعث افزایش دانش و اطلاعات آنان در مورد مسایل مختلف شده و به دلیل عدم محدودیت زمانی می توانند در تمامی ساعات شبانه روز با آن سرگرم باشند و نیز آن را پاسخگوی نیازهای مختلف گروههای سنی و جنسی می دانند.

در سنجش بعد عاطفی گرایش به ماهواره برای اکثریت پاسخگویان برنامه های شبکه های ماهواره ای لذت بخش، سرگرم کننده و جالب است و در سنجش بعد رفتاری گرایش به ماهواره هم نتایج نشان می دهد که اکثریت افراد به تماشای برنامه های ماهواره ای تمایل دارند ولیکن تشویق دیگران به تماشای ماهواره را وظیفه خود نمی دانند. این در حالی است که این گرایش در باورها و رفتارهای دینی آنان تاثیر گذاشته و مطابق یافته های پژوهش حاضر میانگین اعتقاد به باورها و رفتار بر اساس ضوابط دینی در گروه کسانی که به ماهواره دسترسی داشته و از آن استفاده می کنند به مراتب کمتر از کسانی بوده که به ماهواره دسترسی نداشته اند.

در نهایت با توجه به یافته های پژوهش حاضر و به منظور جلوگیری از گرایش روزافزون مردم به ماهواره پیشنهاداتی به شرح ذیل ارائه می گردد:

۱- به نظر می رسد که در وهله اول لازم است آگاهانه فرهنگ سازی صورت پذیرفته و ارزشها و باورهای دینی و مذهبی مردم تقویت گردد. برای انجام این مهم می توان جامعه پذیری را به صورت دقیقتر و گسترده تر از طریق کانالهای مختلف آن از جمله مدرسه (بویژه از دوران ابتدایی)، تلویزیون، روزنامه و امثالهم آغاز کرد.

۲- ضروری است که نهادهای دست اندرکار در امور فرهنگی از جمله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و آموزش و پرورش در شناساندن فرهنگ اصیل اسلامی و ایرانی به جوانان و آگاهی دادن به آنان نسبت به هویت خویش با رایبه الگوها و اسوه ها و شخصیت های ملی، معرفی زبان، خط، هنر و ادبیات اصیل اسلامی و ایرانی به منظور جلوگیری از جایگزینی الگوهای وارداتی تلاش بیشتری مبذول دارند.

۳- از آنجایی که بر اساس یافته های حاصله کمیت و کیفیت برنامه های تلویزیون عاملی موثر در گرایش شهروندان به ماهواره می باشد، لازم است صدا و سیما بویژه در توسعه برنامه های تلویزیون داخلی و افزودن خصیصه تنوع، جذابیت و سرگرم کنندگی به برنامه ها و همچنین تولید برنامه های متنوع و برداشتن محدودیت زمانی از آن کوشش نماید.

۴- ضروری

پرورش، سازم

کردن اوقات فر

یارانه ای محصو

امکان دسترسی

۵- در شرای

می رسد به جای

ماهواره را باید،

۶- همچن

بهره گیری مناس

کارشناسان مربو

یادداشتها

* از اوایل د

به طور کامل چه

ارتباطات و پخش

فن آوریهای جدی

اطلاعات بوده (ت

شده چند هزار ش

مقیاس جهانی ف

شرکتی امکان دا

(شیلر، ۱۳۷۷)

* تحقیق علو

این دسته از تحقین

پس- رویداد

بازرگان، ۱۳۸۰

۴- ضروری است نهادهای مسئول و دست اندکار از جمله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، آموزش و پرورش، سازمان تبلیغات اسلامی و سایر نهادهای مربوطه در برنامه ریزی های دقیقتر و جامع تر برای پر کردن اوقات فراغت افراد بویژه جوانان با توجه به نیازهای گروههای سنی و جنسی مختلف از طریق تولید پاراته ای محصولات مختلف فرهنگی و هنری از جمله کتاب، روزنامه، مجلات و مانند آن و فراهم نمودن امکان دسترسی همه اقشار مردم با هدف ارتقاء آگاهی و زمینه رشد فکری تلاش بیشتری مبذول نمایند.

۵- در شرایط کنونی با عنایت به این واقعیت که گریزی از تلویزیون های ماهواره ای وجود ندارد به نظر می رسد به جای القاء وحشت و ایجاد تحریم که اذهان عمومی را کنجکاو تر و مشتاق تر می کند، موضوع ماهواره را باید در رسانه های ملی مطرح کرد و ابعاد واقعی آن را شناخت.

۶- همچنین باید در جهت فراگیری تکنولوژی ماهواره ای توسط متخصصین ایرانی به منظور بهره گیری مناسب از این فن تلاش جدی تری صورت پذیرد و آموزش استفاده صحیح از ماهواره توسط کارشناسان مربوطه به خانه ها رسوخ کند و مخاطبان دائما شناخته شده و آموزش ببینند.

یادداشتها

* از اوایل دهه ۱۹۶۰ به بعد بود که با پرتاب موفقیت آمیز نخستین ماهواره ها ارتباطات الکترومغناطیس به طور کامل جهانی شد. ظهور شرکت های عظیم فراملی ارتباطی بعنوان بازیگران اصلی در سیستم جهانی ارتباطات و بخش اطلاعات در سالهای بعدی و بویژه در آستانه قرن بیستم، همچنین تاثیر اجتماعی فن آوریهای جدید بویژه فن آوریهای مربوط به ارتباطات ماهواره ای و جهانی شدن ارتباطات آغازگر عصر اطلاعات بود (تامپسون، بروکشایر، ۱۳۷۹). به طور کل در عصر اطلاعات آن گونه که اخیرا ساختاریندی شده چند هزار شرکت، به شکلی ماجراجویانه، با استفاده از پیشرفته ترین تکنولوژیهای اطلاعاتی در مقیاس جهانی فعالیت می کنند و تکنولوژیهای اطلاعاتی مثل تلویزیون، کابل و ماهواره اطلاعاتی به بخش شرکتی امکان داده اند که به شکل انبوه و گسترده ای در فرهنگ ملی و افکار سازی کشورها مداخله کنند (شیلر، ۱۳۷۷).

* تحقیق علی-مقایسه ای گذشته نگر بوده و سعی بر آن دارد که از معلول به علت احتمالی پی برد. به این دسته از تحقیقات

پس-رویدادی نیز گفته اند، زیرا علت و معلول پس از وقوع مورد بررسی قرار می گیرد (سرممد و بازرگان، ۱۳۸۰).

* (Validity)

** (Reliability)

قی به نیازهای مختلف وجود برنامه ریزی دقیق و بی مدرن از جمله ماهواره بین در حالی است که در ماهواره باعث افزایش دانش می تواند در تمامی ساعات سنی و جنسی می دانند.

بای شبکه های ماهواره ای ماهواره هم نتایج نشان شویق دیگران به تماشای رفتارهای دینی آنان تاثیر اساس ضوابط دینی در گروه کسانی بوده که به ماهواره

روز افزون مردم به ماهواره

رت پذیرفته و ارزشها و به پذیری را به صورت دقیقتر ایی، تلویزیون، روزنامه و

ارت فرهنگ و ارشاد اسلامی آگاهی دادن به آنان نسبت به خط، هنر و ادبیات اصیل بیشتری مبذول دارند.

ریزیون عاملی مؤثر در گرایش ماه های تلویزیون داخلی و بد برنامه های متنوع و برداشتن

منابع فارسی

- ۱- آسابرگر، آرتور (۱۳۷۹). روشهای تحلیل رسانه ها. ترجمه پرویز اجلائی، تهران: نشر مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
- ۲- آقامحمدیان، حمیدرضا (۱۳۸۱). نیازهای فرهنگی و هنری نوجوانان دانش آموز مشهد. فصلنامه پژوهشی-فرهنگی فرهنگ خراسان، سال دوم، شماره ۵ و ۶، ص ۳۸.
- ۳- ارجمندی، غلامرضا (۱۳۸۰). پخش مستقیم ماهواره ای، پیامدها و سیاستها. نامه انجمن جامعه شناسی ایران، شماره ۶، تهران، موسسه نشر کلمه، ص ۸۳-۹۹.
- ۴- برات نژاد، محمدرضا (۱۳۸۴). سنخ شناسی خرده فرهنگهای دینی جوانان مشهد. نشر موسسه خدمات مشاوره ای جوانان و پژوهشهای اجتماعی آستان قدس رضوی، ص ۲۶.
- ۵- تامپسون، جان بروکشایر (۱۳۷۹). رسانه ها و نوگرایی، نظریه بی اجتماعی درباره رسانه ها. ترجمه علی ایثاری کسمایی، تهران: انتشارات موسسه ایران.
- ۶- رحیمی، عزیزالله (۱۳۸۰). بررسی مظاهر و پیامدهای تهاجم فرهنگی در آموزش و پرورش. شورای تحقیقات سازمان آموزش و پرورش خراسان، ص ۳۷.
- ۷- رسولی، محمدرضا (۱۳۸۱). مخاطب شناسی تلویزیون های ماهواره ای. نشریه رسانه ۵۲، سال سیزدهم، شماره چهارم، ص ۵۲-۵۵.
- ۸- رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۸). آنومی یا آشفتگی اجتماعی. تهران: انتشارات سروش.
- ۹- سرمد، زهره، بازرگان، عباس و الهه حجازی (۱۳۸۰). روش های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: انتشارات آگاه.
- ۱۰- شارع پور، محمود (۱۳۷۸). جامعه پذیری سیاسی. مجله فرهنگ عمومی، فصلنامه شماره ۱۸ و ۱۹، ص ۱۳۱-۱۴۰.
- ۱۱- شیلر، هربرت آی (۱۳۷۷). وسایل ارتباط جمعی و امپراتوری آمریکا. ترجمه احمد میرعابدینی، تهران: انتشارات سروش.
- ۱۲- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۲). دین و فضای مجازی (فرهنگ در عصر جهانی شدن). تهران: انتشارات آفاق.
- ۱۳- گارنهام، نیکولاس (۱۳۷۶). سیاست دولت و صنایع فرهنگی. ترجمه علیرضا طیب، تهران: انتشارات سروش.
- ۱۴- مشیرزاده، حمیرا (۱۳۸۱). هژمونی فمینیسم غربی (فرهنگ در عصر جهانی شدن). تهران: انتشارات سروش.

1- Davis, S.S.(1983). Sexual maturation, cultural constant, and the concept of self. Paper presented at the Annual Meeting of the American Anthropological Association in Chicago.

2- Davis,H. (19989). American Magic in a Morooicap Town. Middle East Report, 19, 12-17.

3- Kivikuru, U.and varis, T.(eds) (1985): Approaches to International Communication? Helsinki: Finnish National UNESCO Commission press, p.p.11-14.

Melody H.william. Information Infrastructure of the future in AMIC coference. -4- Malaysia 1995.

5-McQuail,D ,(1994). Mass communication theory. London: sage.

6- Milbratht, lester and M. L. Goel, 1977. political participation, Rand Mc. Nally College publishing company Chicago.

الی، تهران: نشر مرکز

نش آموزش مشهد. فصلنامه

سیاستها. نامه انجمن

وانان مشهد. نشر موسسه

۲. اجتماعی درباره رسانه ها.

فی در آموزش و پرورش.

ره ای. نشریه رسانه ۵۲،

سارات سروش.

ی تحقیق در علوم رفتاری.

ک عمومی، فصلنامه شماره

ی آمریکا. ترجمه احمد

عصر جهانی شدن). تهران:

و ترجمه علیرضا طیب، تهران:

عصر جهانی شدن). تهران: