
ارتباط تماشای سریال‌های شبکه ماهواره‌ای فارسی وان بر هویت خانوادگی مخاطبان

پریزاد بهاردوست^۱، دکتر بهزاد دوران^۲

چکیده: هدف اساسی پژوهش روشن ساختن میزان رابطه تماشای سریال‌های فارسی وان بر هویت خانوادگی مخاطبان است. در چارچوب نظری آن از نظریه استفاده و رضامندی^۳ برای درک بهتر موضوع بهره گرفته شده است. براساس این نظریه وسایل ارتباطی در شکل‌گیری هویت افراد مؤثر است، اما همه هویت را تحت تأثیر قرار نمی‌دهند. پژوهش به روش پیمایش با استفاده از پرسش‌نامه صورت گرفته است. جامعه آماری آن خانواده‌های ساکن مناطق یک، شش و نوزده تهران (در سال ۱۳۹۰) است؛ که حداقل یک فرزند بالای هیجده سال دارند و حجم نمونه ۲۵۲ نفر است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که زنان و جوانان بیشتر از سایرین به تماشای سریال‌های فارسی وان تمایل دارند. گروه سنی ۱۸ تا ۳۰ پر بیننده‌ترین مخاطبان سریال‌های این شبکه هستند. فرضیه‌های پژوهش با بهره‌گیری آماره‌های رگرسیون خطی چند متغیره و یومان ویتنی مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج نشان می‌دهد که تماشای سریال‌های فارسی وان بر هویت خانوادگی مخاطبان تأثیر دارد و هویت خانوادگی والدین و فرزندان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، اما در مورد والدین هر چه ارتباط با دوستان بیشتر باشد شدت تأثیرپذیری هویت خانوادگی آنها ضعیف‌تر است. تأثیر سریال‌ها بر هویت خانوادگی افراد مجرد و متأهل تفاوتی ندارد، اما افراد با تحصیلات بالاتر کمتر تأثیر می‌پذیرد.

تاریخ دریافت: ۹۱/۳/۲۸

تاریخ پذیرش: ۹۱/۱۱/۳۰

کلید واژه‌ها: شبکه فارسی وان، هویت خانوادگی

-
۱. دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، دانشکده علوم اجتماعی، گروه مطالعات زنان، رودهن، تهران، ایران.
 ۲. عضو هیئت علمی مرکز اسناد و مدارک علمی کشور، تهران، ایران.

3. use and gratification

مقدمه

خانواده یکی از مهم‌ترین منابع جامعه‌پذیری و انتقال عناصر فرهنگی از نسلی به نسل‌های بعد در جامعه ماست و طی تاریخ به صورتی فعال نقش چندگانه‌ای در بازتولید ارزش‌های اجتماعی داشته است. این نهاد اجتماعی را هر چند هنوز می‌توان یکی از پرقدرت‌ترین نهادهای اجتماعی قلمداد کرد که در انتقال ارزش‌ها، هنجارها، کنترل اجتماعی افراد و هویت‌سازی نقش عاملانه‌ای ایفا می‌کند، اما با گسترش وسایل ارتباطی و اطلاعاتی نقش آن کم‌رنگ‌تر شده است. یکی از این وسایل ارتباطی تلویزیون و شبکه‌های ماهواره‌ای است که امروزه نقشی مؤثری در هویت‌سازی دارند. در این پژوهش به بررسی تأثیر سریال‌های تلویزیون‌های ماهواره‌ای بر هویت خانوادگی مخاطبان پرداخته‌ایم و سعی کردیم به این سوال پاسخ دهیم که «آیا تماشای سریال‌های فارسی وان هویت خانوادگی مخاطبان را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟».

طرح مسئله

در ایران یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی که طی تاریخ به صورتی فعال نقش چندگانه‌ای در بازتولید ارزش‌های اجتماعی دارد، نهاد خانواده است. در دنیای جدید نیز با وجود تغییرات بنیادینی که در اثر رشد و توسعه مدرنیته در جهان اجتماعی رخ داده است، می‌توان هم‌چنان خانواده را در ایران یکی از پرقدرت‌ترین نهادهای اجتماعی قلمداد کرد که در انتقال ارزش‌ها، هنجارها، کنترل اجتماعی افراد و هویت‌سازی نقش عاملانه‌ای ایفا می‌کند و علی‌رغم رشد و توسعه روزافزون فردگرایی، هنوز هم می‌توان در تحلیل بسیاری از مسایل اجتماعی، خانواده را به عنوان مهم‌ترین واحد به جای فرد تحلیل قرار کرد.

پیش از این برای شکل‌گیری هویت منابع مختلفی چون دین، ملیت، قومیت و ... نقش فعالانه‌ای ایفاء می‌کردند، اما در دوران جدید این منابع بسیار متکثرتر شده و تا حدود زیادی در این نقش با منابع جدیدتر سهیم شده‌اند. منابع هویتی در گذشته طبقه اجتماعی، خانواده‌های گسترده و هسته‌ای، جوامع محلی، محله‌ها، مذهب، اتحادیه‌های کارگری و دولت‌های ملی بودند، اما امروزه منبع بدیل و قابل اتکای دیگری جز رسانه‌های جمعی برای هویت‌سازی وجود ندارد» (استریناتی، ۱۳۸۰: ۳۱۱-۳۱۲).

تحقیقات و پژوهش‌ها بیانگر آن است که گسترش فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی عامل اصلی شکل‌گیری هویت فردی و اجتماعی است (گرگی، ۱۳۸۵). مارشال مک‌لوهان برای

نخستین بار بر نقش رسانه‌های نوین ارتباطی در فشرده‌گی زمان و مکان و شکل‌گیری یک دهکده جهانی تاکید نمود (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۶۸). وقایع و رخدادها حتی با بعد مسافت بالا نیز بر روابط عاطفی و احساسی زندگی افراد به طور مستقیم‌تر، کامل‌تر و بسیار نزدیک‌تر از آنچه در گذشته بوده است، تأثیر می‌گذارند و تصمیم‌هایی که درباره سبک زندگی^۱ می‌گیریم، به مراتب بیش از گذشته پیامدهای جهانی دارد.

نظریه‌هایی چون نظریه گلوله جادویی به قدرت نامحدود پیام و منفعل بودن مخاطب صحنه می‌گذارند و تأکید می‌کنند که وسایل ارتباطی قدرتمند می‌توانند مغزهای بی‌دفاع را تحت تأثیر قرار دهند، چنان که مخاطب به رسانه وابسته می‌شود. به این ترتیب تحول فناوری‌های جدید ارتباطی به یک تغییر و تحول پارادایمی می‌ماند که باعث دگرگونی پایدارترین عنصر اجتماعی؛ یعنی فرهنگ و در پی آن هویت شده است. یکی از این رسانه‌ها و از جمله جدیدترین آنها ماهواره است که در ساخت هویت نقش به‌سزایی دارد.

«طبق برآورد انجام شده در سال ۱۳۸۱، حدود ۱۵ میلیون ایرانی، دسترسی کنترل نشده‌ای به برنامه‌های ماهواره‌ای داشته‌اند» (منتظر قائم، ۱۳۸۱: ۳۳۹). رهبران و دولت‌مردان کشور نیز بارها بر نقش رسانه‌های خبری (از جمله ماهواره) به عنوان ابزاری مخرب در جهت تغییر ارزش‌های نظام یاد کرده‌اند. از نظر ایشان این برنامه‌ها به صورت نظام مند و برنامه‌ریزی شده و با صرف هزینه‌های کلان ... برای اغفال جوانان کشورهای اسلامی و جوامع جهان سوم طرح ریزی و اجرا می‌شوند.

شبکه تلویزیونی موسوم به «فارسی ۱» یکی از این شبکه‌هاست که در سال‌های اخیر به نحو بسیار مؤثری در پخش سریال‌های خانوادگی فعال بوده است و امروزه به نحوی فزاینده در خانواده‌های ایرانی مخاطبان بسیاری یافته است. در این تحقیق به بررسی رابطه میان تماشای سریال‌های شبکه ماهواره‌ای فارسی وان و هویت خانوادگی مخاطبان پرداخته می‌شود. از این رو سؤال اساسی در این مطالعه عبارت است از این‌که: تماشای سریال‌های شبکه فارسی وان چه تأثیری بر هویت خانوادگی مخاطبان داشته است؟

در ایران دیدگاه واحدی در مورد استفاده از ماهواره و آثار آن وجود ندارد. برخی به «ارزش‌هایی مثل حق آزادی بیان، آزادی‌های فردی و مدنی، مبارزه با سانسور و جریان آزاد اطلاعات تأکید می‌کنند. بنابراین درجاتی از محدودیت‌زدایی و مقررات‌زدایی را تجویز

می‌کنند» (شهابی، ۱۳۸۷: ۲۴) و معتقدند که «سرگرمی یکی از موارد فراموش شده رسانه‌های ماست و خط قرمزهای فراوانی در رسانه ما وجود دارد» (خبرگزاری ایسنا، ۱۳۸۹، تاریخ بازدید: ساعت ۱۴:۰۶، ۱۳۹۰/۲/۲۳). تلویزیون ایران با تأکید بر سازو کارهای ایدئولوژیک بر روابط قدرت در سطح کلان می‌پردازد، در حالی که سریال‌های شبکه فارسی وان به درگیری‌ها و روابط قدرت در سطح خرد و عرصه‌های زندگی اجتماعی، مثل رقابت برای رسیدن به جنس مخالف می‌پردازد و انگیزه‌های شخصی افراد را به طور شفاف نشان می‌دهد. شبکه فارسی وان با پخش برنامه‌های سرگرم‌کننده به مخاطبان کمک می‌کند تا از دغدغه‌ها و خستگی‌های روزانه زندگی فاصله بگیرند. از این حیث حضور رسانه‌های برون‌مرزی در زندگی مردم به یک ضرورت بدل شده است. اما شبکه فارسی وان در تأثیرگذاری بر مخاطب فعالانه عمل می‌کند و با تأکید بر فردگرایی به سست شدن روابط و مناسبات سنتی در میان خانواده‌های جامعه در حال گذار ایران کمک می‌کند. خطرات شبکه فارسی وان را می‌توان اثرگذاری بر نهاد خانواده و تربیت نسل جدید در روابط بیناجنسیتی، راهبرد برنامه‌سازی با هدف امر والا یا اخلاقی، ارائه هنجارهایی متفاوت با هنجارهای موجود در جامعه ایران و تلاش در جهت تغییر ساخت خانواده دانست (دین‌پرست، ۱۳۸۹).

رویکرد دیگر بر ارزش‌هایی همچون حاکمیت ملی، انسجام فرهنگی و مسئولیت اجتماعی، سامان‌بخشی فرهنگی و حمایت‌گرایی فرهنگی تأکید می‌کنند (شهابی، ۱۳۸۷) و معتقدند که «ماهواره و شبکه‌های خارجی، رسانه‌های بیگانه‌اند و با هدف توطئه و مقابله با ارزش‌های اسلامی - ایرانی و انقلاب تدارک دیده می‌شوند» (سایت تابناک، ۱۳۸۹) و از آن به عنوان جنگ نرم، جنگ رسانه‌ای، نظام سلطه در عرصه رسانه، و ناتوی فرهنگی نام می‌برند. «شبکه‌های متعدد و متکثر ماهواره‌ای موجود هر یک مأموریت خاص و تعریف شده‌ای را دنبال می‌کنند ... شبکه‌هایی مثل فارسی وان ... با روش‌های پیچیده، بنیان‌های هنجاری و فکری جامعه را هدف قرار داده‌اند» (سایت تابناک، ۱۳۸۹). «این شبکه به دنبال تغییر نگرش و بینش خانواده ایرانی به موضوعات اجتماعی در درازمدت است^۱» بحران هویت، بحران ارزشی و هنجاری و گسترش حجم ناهنجاری‌ها از جمله تاثیرات منفی‌ای است که شبکه‌های ماهواره‌ای می‌توانند داشته باشند.

(www.aryanews.com، تاریخ بازدید: ۱۳۸۹/۷/۱۷، ساعت: ۱۴/۴۰).

«بحران هویت مهم‌ترین و اساسی‌ترین مسئله جامعه امروز ماست که در درجه اول باید آن را شناخت و در مورد ابعاد و میزان نفوذ آن در جامعه به اتفاق نظر کلی رسید تا بتوان آثار و عوارض آن را مهار کرد» (کولایی، ۱۳۸۳: ۵۱). ضعف نسل پرورش دهنده در انتقال ارزش‌های فرهنگی به نسل جوان، کاهش ارزش‌های مشترک بین نسل‌ها، بی‌اعتبار دانستن و نپذیرفتن دوران جوانی و خصوصیات آن، تغییر ساختار نهاد خانواده و تغییر کارکرد آن (همشهری، ۱۳)، و تعارض در حوزه خانواده و به هم ریختن سلیقه‌ها از عوامل بحران هستند. بنابراین اولین نشانه بحران هویت خانوادگی تعارض‌هایی است که در میان نقش‌ها و انتظارات در میان اعضای خانواده به وجود می‌آید، زیرا معنای هویت حفظ تعادل میان «وحدت خود» و «حضور در تجربه دیگران» است. بر این اساس هر گاه تعادل مذکور بر هم بخورد و حالت عدم توازن میان آن‌ها به وجود آید، نوعی اختلال یا بحران در هویت پدیدار می‌شود.

با توجه به گسترش شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان و سیاست‌های رسانه‌ای و فرهنگی در کشور، بحران هویت و آثار و نشانه‌های آن از جمله شکاف نسلی و عدم تفاهم و درک متقابل بین نسلی، و ناتوانایی نسل پرورش‌دهنده در انتقال ارزش‌ها و هویت خانوادگی به نسل‌های نوظهور، و ناتوانی جوانان در الگویی مناسب، گرایش خانواده‌ها به ماهواره بیشتر شده است. و با توجه به این که «شبکه فارسی وان نوع جدیدی از برنامه‌ها و سریال‌هایی را به نمایش می‌گذارد که تاکنون در کانال‌های فارسی زبان نظیر نداشته، مرزها و رکوردهای معمول در جلب مخاطبان و اقشار اجتماعی مختلف را در هم شکسته است، تا جایی که حتی در برخی از موارد مخاطبان شبکه‌های سیاسی دولتی آمریکا و انگلیس را از آن خود کرده است» (دین‌پرست، ۱۳۸۹: ۷). و با توجه به احساس خطر در مورد برنامه‌های این شبکه‌ها، نداشتن تصویری روشن از میزان و نوع اثرگذاری این رسانه بر هویت خانوادگی مخاطبان، عدم ارزیابی جامع و علمی از میزان و کم و کیف پیامدهای این شبکه در جامعه و خانواده، فقر پژوهش‌ها و مطالعات کاربردی و فقدان یا نارسایی آمار درباره موضوع، اجرا این پژوهش ضروری به نظر می‌رسد.

مروری بر پیشینه تحقیق

در این تحقیق با مطالعه «تحقیقات، پایان‌نامه‌ها و رساله‌های دانشجویی» در زمینه‌های «هویت اجتماعی»، «هویت خانوادگی»، و «تلویزیون‌های ماهواره‌ای» و «شبکه فارسی وان» به بررسی پیشینه موضوع پرداختیم و آنها را به سه دسته تقسیم کردیم:

۱. تحقیقاتی که نشان داده‌اند رسانه، هویت و هویت خانوادگی را تحت تأثیر قرار

می‌دهد:

در پژوهش «اینترنت و هویت» آمده است که تحول در نظام‌های ارتباطی می‌تواند دگرگونی‌های عمده‌ای در روند تکوین هویت ایجاد کند. رسانه‌های نوین از طریق کاهش اهمیت زمان و مکان و اهمیت یافتن فضا در زندگی اجتماعی فرصت‌های نوینی برای تعامل و فرایند شکل‌گیری هویت به وجود آورده‌اند. پژوهشگر معتقد است که «هویت همواره در بافت مجموعه‌ای از فضاهای دیالکتیکی و متناقض شکل می‌گیرد و دستیابی افراد و گروه‌های اجتماعی به هویتی یگانه و قطعی نیز غیر ممکن به نظر می‌رسد. در چنین شرایطی روند هویت‌یابی با توجه به تحولات مستمر آن همواره امری گشوده باقی مانده و زمینه برای تعاملات گسترده بین گروه‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مختلف فراهم آمده است. از این رو، چون نسبی شدن روند هویت‌یابی در عصر جهانی شدن ارتباطات، می‌تواند دامنه و حوزه عمل کنشگران اجتماعی در خلق نظام معنایی و هویتی خود را گسترش دهد، ماهیتاً رهایی بخش است» (گرگی، ۱۳۸۵: ۶۷).

نتایج پژوهش «تأثیر هویتی اینترنت» نیز نشان می‌دهد که اینترنت علاوه بر اطلاع‌رسانی موجب بروز تحولات هستی‌شناختی در کاربران می‌شود و شخص با ورود به اینترنت به دنیای مجازی گام می‌گذارد. این سپهر مجازی امکان هویت‌سازی رابه اشکال جدیدی فراهم می‌آورد و در نهایت به تکثر هویتی و رشد فردیت در شخص می‌انجامد (معینی علمداری، ۱۳۸۴).

مریم رفعت‌جاه و علی شکوری در تحقیقی با عنوان "تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی" در پی پاسخ به این پرسش بوده‌اند که «استفاده از اینترنت چه تأثیراتی بر ابعاد مختلف هویت اجتماعی دختران جوان بر جای گذاشته است؟» فرض اساسی در پژوهش یاد شده آن است که «استفاده از اینترنت بر هویت اجتماعی (قومی، مذهبی، خانوادگی و هویت شخصی) دختران جوان تأثیر دارد».

این مطالعه در شهر سنج اجرا شده و دو گروه از دختران، مورد مطالعه قرار گرفته‌اند: آنهایی که از اینترنت استفاده می‌کردند و آنهایی که از اینترنت استفاده نمی‌کردند. این مطالعه و تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد که میان دو گروه مذکور به لحاظ هویت دینی، قومی، خانوادگی و شخصی تفاوت معناداری وجود دارد و هویت دینی، قومی، خانوادگی و شخصی در افراد گروه اول، نسبت به افراد گروه دوم استحکام کمتری دارد. به نظر می‌رسد این موضوع از یک سو

نشان دهنده کاهش تأثیر کانال های سنتی در فرایند هویت سازی و از سوی دیگر بیان گر تحول کیفی مولفه های هویت یابی در عصر جدید است که غالباً خارج از کنترل مراجع سنتی و غیررسمی (خانواده، قومیت و دین) و ساختارهای رسمی (نهادهای متولی نظارت اجتماعی و برنامه ریزی فرهنگی) است. نتیجه این که، باوجود تلاش نهادهای سنتی رسمی و غیررسمی در هدایت هویت های فردی و اجتماعی، استفاده از اینترنت بر هویت اجتماعی افراد مورد مطالعه تأثیر تعیین کننده ای داشته است.

بهزاد دوران نیز در "تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی" که در سال ۱۳۸۱ نگاشته شده است در پی پاسخ به این پرسش بوده است که «آیا فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی تاثیر می گذارد؟» هدف تحقیق، یافتن پاسخی تجربی درباره میزان تأثیر ارتباطات رایانه واسط (تجربه فضای سایبرنتیک) بر هویت های اجتماعی بوده است. در این تحقیق عمده ترین نظریات مطرح شده درباره هویت اجتماعی در دو حوزه جامعه شناسی (دیدگاه تعامل نمادین و نظریه گفتمانی) و روان شناسی (شناخت اجتماعی) طرح شده است. از نظریات گلوله جادویی، نظریه وابستگی، استفاده و خشنودی، و نظریه تانبرگ، نواک، رزنگرن و زیگارد، درباره کارکردهای چهارگانه ارتباط برای تنظیم چارچوب نظری استفاده شده است. فرضیه اصلی تحقیق این است که فضای سایبرنتیک موجب تضعیف هویت خانوادگی می شود. «در مجموع می توان دستاوردهای نظری و عملی این پژوهش را بدین شرح برشمرد: تبیین وجوه اجتماعی و فرهنگی ارتباطات رایانه ای و فضای سایبرنتیک، گردآوری مباحث پراکنده درباره هویت و تلاش برای ارائه تصویری منسجم از آن، تولید داده های اکتشافی اولیه برای پژوهش های آتی، رابطه میان فضای سایبرنتیک و هویت» (دوران، ۱۳۸۱: ۳۱۶).

در پژوهش «ماهواره و هویت جنسی دختران» نیز اثر استفاده از شبکه های تلویزیونی ماهواره ای بر هویت جنسیتی بررسی شده است. آزمون فرضیه ها نشان می دهد که بین وجود ماهواره در منزل و هویت جنسیتی رابطه وجود دارد و افراد دارای ماهواره از سازه هویت جنسیتی نمره کمتری دریافت کرده اند که نشان دهنده تغییر رفتارها و نگرش ها به سمت الگوها و گرایش های جدید است. بین میزان استفاده از ماهواره و هویت جنسیتی نیز همین رابطه وجود دارد (عریضی، وحیدا و دانش، ۱۳۸۵).

۲. پژوهش‌هایی که به تأثیر رسانه، و به خصوص تماشای تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی زبان بر هویت جنسی، دین داری، ارزش‌ها، کارکردهای خانوادگی، ارتباطات خانوادگی و روابط اجتماعی تماشاگران پرداخته‌اند:

کریستوفر ساندرز و دیگران (۲۰۰۰) در تحقیقی «نقش استفاده از اینترنت را در افسردگی و انزوای اجتماعی نوجوانان» سنجیدند و به این نتیجه رسیدند که استفاده زیاد از اینترنت با پیوند اجتماعی مرتبط است. اما استفاده از اینترنت با افسردگی ارتباطی ندارد. زی هو و جانان جی تأثیر اینترنت را در زمینه اجتماعی از سه بعد کارکرد خانواده، فعالیت‌های اوقات فراغت، آزادی‌های مدنی و پنهان کاری مورد بررسی قرار داده‌اند. در مورد کارکرد خانواده، فعالیت و اوقات فراغت بین کسانی که از اینترنت استفاده می‌کنند و آنهایی که استفاده نمی‌کنند تفاوت معناداری وجود دارد. همچنین بین دو گروه مورد بررسی از نظر رفتارهای خشونت آمیز، دوست یابی و اعتقاد به آزادی‌های مدنی تفاوت معناداری وجود دارد. نتیجه این پژوهش از تأثیر اینترنت بر کم شدن فعالیت و مشارکت در درون خانواده حکایت دارد^۱ (زنجانی‌زاده، ۱۳۸۴).

نتایج تحقیق رابرت کراوت نیز نشان می‌دهد که استفاده بیشتر از اینترنت با پیامد کاهش ارتباطات خانوادگی همراه است (زنجانی‌زاده، ۱۳۸۴). در حالی که سوپرا مانیام (۲۰۰۱) نشان می‌دهد که هر چند استفاده طولانی مدت از اینترنت بر مهارت‌های شناختی اثر منفی ندارد، ممکن است ایمیل به روابط بین شخصی و حفظ روابط اجتماعی کمک کند. محقق نتیجه می‌گیرد که اینترنت به افزایش روابط اجتماعی کمک می‌کند (زنجانی‌زاده، ۱۳۸۴).

نتیجه تحقیق هما زنجانی (۱۳۸۴) در مورد «تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده» نشان می‌دهد که میزان استفاده از انواع محیط‌های اینترنتی بر ارزش‌های خانواده تأثیر منفی داشته است. هر چه بیشتر وارد فضای صمیمانه اینترنت شویم ارزش‌های خانوادگی بیشتر کاهش می‌یابند. میزان استفاده از اینترنت بر ارزش‌های خانواده نیز تأثیر منفی دارد و این امر تأیید کننده نظریه والد‌هاست. همچنین میزان استفاده از پست الکترونیک و چت بر ارزش‌های خانواده تأثیر منفی دارد. نتایج این تحقیق با تحقیقات قبلی در زمینه تأثیر اینترنت بر کاهش کارکرد خانواده، مشارکت اعضای خانواده و در نهایت کاهش ارزش‌های خانواده (تحقیق رابرت کراوت، زی هو و جانانان جی) مطابقت دارد.

۱. (www.findarticles.com). تاریخ بازدید: ساعت ۲۳/۱۰، ۱۹/۰۶/۱۳۹۰.

محمود شهبایی در تحقیق "خاستگاه اجتماعی تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی زبان و الگوهای استفاده از آن در میان مخاطبان تهرانی" به دو سؤال پاسخ می‌دهد: ۱- الگوهای استفاده از تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی زبان در میان مخاطبان تهرانی کدامند؟ ۲- منشأ و خاستگاه اجتماعی این الگوها کدامند؟ برای پاسخ‌گویی به این سؤال‌ها از نظریه «استفاده و رضامندی رسانه‌ای» با رویکردی ساختاری- فرهنگی استفاده شده است. نمونه پژوهش براساس نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شده است. محقق با تحلیل عاملی، ده عامل را شناسایی کرده و با آزمون همبستگی نشان داده است که مفهوم تأثیرات هنجاری ناشی از فرایند جامعه‌پذیری و مفهوم فرصت‌های زندگی توزیع شده به لحاظ اجتماعی که منجر به استفاده مکمل یا جبرانی از رسانه می‌شود، الگوهای استفاده از تلویزیون‌های فارسی زبان را در تهران توضیح می‌دهد.

براساس نتایج این پژوهش، پاسخ‌گویان دارای اعتقادات دینی در سطح بالایی هستند، اما از نظر رعایت مناسک در سطح پایینی قرار دارند. در مورد موقعیت اجتماعی و اقتصادی بیش از نیمی از پاسخ‌گویان در موقعیت بسیار پایین، و ۲/۷ درصد در موقعیت بسیار بالا قرار دارند. پر کردن اوقات فراغت، وجود تنوع در شبکه‌های ماهواره‌ای و داشتن قدرت انتخاب و ناراضی‌تبی از تلویزیون ملی از انگیزه‌های عمومی مخاطبان است. هر چه سن مخاطبان کمتر باشد، انگیزه استفاده از این شبکه‌ها بیشتر است. زنان بیشتر برای مقایسه بین فرهنگی، فرار از واقعیات زندگی روزمره، و لذت بردن از فرهنگ عامه‌پسند سریال‌ها از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند. اما مردان به دلیل ناراضی‌تبی از شبکه‌های داخلی، کسب پرستیژ اجتماعی و اخذ اطلاعات به تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای می‌پردازند. مخاطبان مجرد بیش از مخاطبان متأهل برای هدایت سبک زندگی خود از سریال‌های ماهواره‌ای استفاده می‌کنند. هر چه موقعیت اقتصادی و اجتماعی والدین مخاطبان بالاتر می‌رود انگیزه فرزندان آنها برای آشنایی با فرهنگ عامه‌پسند افزایش می‌یابد. در حالی که فرزندان طبقات پایین برای منزلت‌جویی از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند. همچنین نتایج پژوهش حاکی از آن است که مخاطبان مذهبی برای فرار از واقعیات روزمره زندگی و انگیزه‌های آموزشی به تماشای این شبکه‌ها می‌پردازند. استفاده از تلویزیون‌های ماهواره‌ای در ایران خصلتی جبرانی دارد و برای کسب آرامش، و جبران انواع سرخوردگی‌ها و محرومیت‌ها به آن پناه می‌برند، از جمله: احساس تنهایی، از خودبیگانگی، بی‌تفاوتی، کمبودهای عاطفی، فقدان تعاملات اجتماعی، عدم مشارکت در فعالیت‌های ورزشی و هنری، بی‌اعتمادی به رسانه‌های ملی، بی‌ثباتی خانوادگی و بدبینی به آینده. محقق معتقد

است که ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی جامعه بر ساختار انگیزه‌های مخاطبان برای مصرف رسانه‌ای و تفسیر آن اثر می‌گذارد.

۳. پژوهشی که تأثیر تلویزیون ماهواره‌ای فارسی وان بر زندگی روزمره ایرانیان را

سنجیده است:

تحقیق "بررسی و نقد اهداف و نگرش شبکه ماهواره ای فارسی وان" را مرکز مطالعات فرهنگی شهر تهران در شهرداری تهران و زیر نظر دکتر فائز دین‌پرست در سال ۱۳۸۹ به صورت کیفی با نگاه روندپژوهی انجام داده است. در این گزارش مجموع داده‌های کمی دریافتی از مخاطبان این شبکه با تحلیل‌های جریان‌شناسی و راهبرد رسانه‌ای این شبکه ترکیب شده است. پژوهشگر درصدد است اهمیت عوامل تأثیرگذار و پیامدهای هویتی- فرهنگی شبکه فارسی وان را در خانواده ایرانی مطرح نماید. براساس گزارش این پژوهش ۴۵/۴ درصد پاسخ‌گویان بیننده شبکه‌های ماهواره‌ای هستند و حدود ۱۳ درصد شهروندان تهرانی مخاطبان هوادار شبکه فارسی وان تلقی می‌شوند. مهم‌ترین انگیزه تماشای شبکه فارسی وان به ترتیب عبارت اند از: «شاد و سرگرم کننده بودن برنامه‌های آن»، «جذاب بودن سریال‌های این شبکه»، «آموزنده بودن برنامه‌ها»، «تنوع برنامه‌ها»، «خانوادگی بودن محتوای برنامه‌ها». نتایج پژوهش نشان می‌دهد که دلایل موفقیت این شبکه عبارت اند از:

نمایش سریال‌های عامه‌پسندی که مردم برای گذران وقت یا تفریح و سرگرمی به تماشای آنها می‌پردازند و ویژگی آنها سادگی و خطی بودن روایت و عدم پیچیدگی و دشوار فهمی است. (دین‌پرست، ۱۳۸۹: ۲۴).

- این شبکه از عرصه خبررسانی کناره‌گیری کرده و بیشتر به بازنمایی مسائل زندگی روزمره با توجه به شاخص‌های فرهنگی مشخصی توجه می‌کند. «در واقع خانواده در شرایط سرخوردگی سیاسی و دل‌زدگی حاد از عرصه سیاست به تدریج در جستجوی جایگاه بالفعلی برای ایجاد حس امنیت فکری در درون خانواده است» (دین‌پرست، ۱۳۸۹: ۳۲).

- سریال‌های انتخابی به کلی حول محور مسایل و دغدغه‌های روزمره می‌چرخند و در چارچوب ایدئولوژیکی حرکت نمی‌کنند. با تأکید بر میکروفیزیک قدرت (روابط قدرت در سطح خرد)، فرهنگ به همان شکلی که زیسته می‌شود یا برای مخاطب مطلوب

است به تصویر کشیده می شود. در این سریال ها ما شاهد درگیری ها و تنازعات اجتماعی هستیم که تصویرگر روابط قدرت در کوچک ترین عرصه های زندگی اجتماعی است. مثل رقابت برای رسیدن به جنس مخالف، حسد ورزی های روزانه، دعوای خانوادگی و ... این تصویر رسانه ای با کنار گذاشتن اخلاقیات فرهنگی حاکم بر روابط اجتماعی، تصویری کاملا شفاف از انگیزه های شخصی افراد در روابط اجتماعی ارائه می نماید و بی شک برای بیننده ایرانی که همیشه این روابط را با چارچوب های فکری و ایدئولوژیکی می دیده است، جذاب و گیراست.

- «گذار جامعه از وضعیت سنتی به وضعیت مدرن محصول پیدایش دو عامل مهم و تاثیرگذار یعنی «اقتصاد کالایی» و «بوروکراسی» است که وارد هر جامعه ای می شود، بنیان ارگانیک یا سنتی آن را سست می کند. بوروکراسی افراد را وارد فضایی غیرشخصی و بیگانه می کند و شیوه جدید تولید نیز فرد را به نیروی کارش تقلیل می دهد. در نتیجه جامعه ای که تحرک اش را از این دو نهاد بگیرد با سستی گرفتن روابط و مناسبات سنتی، رشد فردگرایی و آرزوی تحرک طبقاتی مواجه خواهد شد. جامعه ما نیز سال ها در معرض چنین تحولاتی قرار داشته و دارد و از این روست که پیدایش و رشد چنین مطالباتی به هیچ وجه دور از انتظار نیست. به نظر می رسد در مورد علت استقبال از فارسی وان بتوان گفت که شبکه یاد شده علاوه بر این که اولین شبکه پخش سریال به زبان فارسی است، سریال هایی را انتخاب می کند که بار ایدئولوژیکی و ارزشی پائینی دارند و تنها برای پر کردن اوقات فراغت و گذران وقت و سرگرمی دیده می شوند» (دین پرست، ۱۳۸۹: ۴۳).

- سیاست فارسی وان در ارائه برنامه، والایش زدایی است، امر والا و اخلاقی و دینی در شبکه فارسی وان وجود ندارد. همین جهان غیر اخلاقی یا والایش زدایی شده است که مورد استقبال قرار می گیرد.

- زندگی در کلان شهرها ساختار شخصیتی و تمایلات خاصی در افراد ایجاد می کند که مختصات تجربه و آنچه را که زندگی روزمره می نامیم تعیین می کند. اگر برنامه ای بتواند این ویژگی ها را داشته باشد در جذب مخاطب موفق خواهد بود. ویژگی مهم زندگی شهری سرعت و ضرباهنگ سریع وقایع و رویدادهاست. سرعت وقوع رخدادها و حوادث در این سریال ها نیز بالاست و به هیچ وجه ریتم یکنواخت و کسل کننده به

خود نمی‌گیرد. روایت فیلم مخاطب را زیر فشار محرک‌های پی در پی و مداوم قرار می‌دهد و این باعث می‌شود که ما در قلمرو کلیشه‌ها همواره با امری نو مواجه شویم. از طرف دیگر حجم محرک‌های زندگی شهری چنان بالاست که فرد راهی جز گزینش این محرک‌ها، یعنی پرداختن به برخی از آن‌ها و کنار گذاشتن سایر محرک‌ها نخواهد داشت. طبعاً با چنین وضعیتی در روایت سریال‌های فارسی وان نیز محرک‌ها و جزئیات اضافی و زاید حذف می‌شود؛ به نحوی که هیچ یک از سکانس‌ها، صحنه‌ها و دیالوگ‌هایی که به نمایش درمی‌آیند قابل حذف نیستند» (دین‌پرست، ۱۳۸۹: ۵۱).

تحقیقات اجرا شده بیشتر در حوزه اثرات اینترنت بر هویت اجتماعی، کارکردهای خانوادگی، مهارت‌های شناختی و روابط اجتماعی، ارتباطات خانوادگی، و ارزش‌های خانوادگی بوده‌اند. در حوزه انگیزه مخاطبان تلویزیون‌های ماهواره‌ای و تأثیرات برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای، به خصوص تأثیر آن به عنوان یکی از ابزارهای تأثیرگذار بر هویت خانوادگی مطالعه‌ای اجرا نشده است. بنابراین با توجه به خلأ موجود در این زمینه، پژوهشگر با تکیه بر نتایج تحقیقات پیشین، تأثیر سریال‌های شبکه تلویزیون ماهواره‌ای فارسی وان بر هویت خانوادگی مخاطبان را سنجیده است.

هدف های تحقیق

هدف اصلی سنجش میزان تأثیر سریال‌های شبکه ماهواره‌ای فارسی وان بر هویت خانوادگی مخاطبان است، اما هدف‌های فرعی نیز در نظر گرفته شد که عبارت‌اند از: مطالعه رابطه سابقه تماشای شبکه و هویت خانوادگی مخاطبان، مطالعه رابطه مدت زمان تماشا و هویت خانوادگی مخاطبان، مطالعه رابطه جنسیت و تأثیرپذیری از رسانه، مطالعه رابطه میزان تحصیلات و تأثیرپذیری از رسانه، مطالعه رابطه وضعیت تأهل و تأثیرپذیری از رسانه.

چارچوب نظری تحقیق^۱

در چارچوب نظری تحقیق از نظریه‌های هویت و رسانه استفاده شده است. هدف از طرح چارچوب نظری پژوهش شناسایی و تعریف متغیرها، ترسیم مدل تحقیق و توصیف شبکه ارتباط منطقی بین متغیرهای مستقل و وابسته برای تبیین فرضیه‌های تحقیق است (خاکی، ۱۳۸۷).

رسانه‌ها از طریق فشردگی زمان و مکان و متکثر کردن منابع هویت‌ساز عامل شکل‌گیری هویت‌اند. «با گسترش فزاینده رسانه‌های ارتباط جمعی در سطح جهان راه‌های تازه‌ای برای انتخاب در برابر افراد قرار گرفته و منابع هویت‌ساز متکثر شده‌اند. در بافت زندگی سنتی، فضاها محدود، معین و محلی و گستره روابط اجتماعی بسیار محدود بود. ولی به واسطه تحولات و اختراعات، زمان و فضا عمومیت یافتند و فرآیندی آغاز شد که هاروی آن را فشردگی زمان - فضا می‌نامد که در جریان آن زمان می‌تواند به گونه‌ای سازمان یابد که محدودیت‌های فضا را کاهش یا افزایش دهد. با آغاز فرآیند فشردگی زمان - فضا ما شاهد کوچک شدن و فشردگی فضا در تمامی ابعاد زندگی بشر هستیم. هاروی معتقد است با جهانی شدن، کثرت‌گرایی در دانش، هویت‌ها و فرهنگ رخ داده است (هاروی، ۱۳۸۲). رابرتسون نیز بر فشردگی، همگونی، در هم تنیدگی و وابستگی متقابل در سطح جهانی تأکید دارد (کچوییان، ۱۳۸۵). موضوع محوری مک لوهان نیز تأکید بر گسترش فناوری ارتباطات و تبدیل شدن جهان به یک دهکده است. او می‌نماید که اطلاعات بیشتری پیدا می‌کنند ترجیح می‌دهند انتخاب‌های خود را داشته باشند و به سبک عمومی و جهانی زندگی کنند. بنابراین ارزش‌ها متکثر و پلورالیستی شده است (گیدنز، ۱۳۷۹). به نظر گیدنز «موضوع جهانی شدن، گسترش روابط عاطفی افراد، زندگی شخصی، روابط محلی و منطقه‌ای که به سراسر جهان است» (گیدنز، ۱۳۷۹). بنابراین «فناوری‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی با فراهم کردن جامعه شبکه‌ای نگاه ما را به خود، دیگران و جهان تغییر داده اند» (اولسون، ۱۳۷۷: ۵). ماهواره به عنوان یک رسانه، یکی از این فناوری‌هاست.

«با گسترش ارتباطات از راه دور و از بین رفتن فواصل زمانی و مکانی، غلظت نمادی و اطلاعاتی محیط‌های کنونی به طور غیر قابل وصفی افزایش یافته است (چلبی، ۱۳۷۵: ۱۳۹). رادیو، تلویزیون، فیلم و سایر محصولات فرهنگ رسانه‌ای، متونی را تولید می‌کنند که هویت‌های ما، برداشت ما از خویشتن، تصور ما از مرد یا زن بودن، ادراک ما از طبقه، قومیت و نژاد، ملیت، جنسیت و «ما» و «آنها» را می‌سازند. انگاره‌های رسانه‌ای، به شکل‌گیری دید ما از جهان و ایجاد ارزش‌های پایدار کمک می‌کنند؛ یعنی آنچه را که ما خوب یا بد، مثبت یا منفی و خیر یا شر به حساب می‌آوریم (داگلاس، ۱۳) رسانه‌ها وسایلی برای ارتباطاند و «رسانه‌های عامه پسندی مثل تلویزیون که از وجوه اصلی زندگی روزمره در مدرنیته اخیر به شمار می‌آیند، نه فقط منبع اصلی اطلاعات‌اند بلکه نقش خطیری در شکل دادن به پندارهای افراد درباره جهان

پیرامونی‌شان داشته‌اند (بنت، ۱۳۸۶). یکی از کارکردهای ارتباط، کارکرد اظهاری است. بنا به نظر تانبرگ، نوک، رزنگرن و زیگارد، کارکرد اظهاری از آنجا سرچشمه می‌گیرد که افراد میل‌اند برای خود (و گروه خود) هویت‌یابی و به طور مؤثری ابراز وجود نمایند. ضمن این‌که در اثر برقراری ارتباط، نوعی حس اجتماعی بودن میان افراد پدید می‌آید که همان کارکرد اجتماعی ارتباط است. بنابراین، می‌توان دریافت که چگونه ارتباطات، قوام بخش هویت محسوب می‌شود (دوران، ۱۳۸۱).

در این پژوهش می‌توان از رویکردی استفاده شده است که به رویکردی مدرن تعلق دارد و می‌گوید هویت ساخته و پرداخته ظرف زمان و مکان و دائماً در حال نو شدن است، هویت‌ها، سازه‌های اجتماعی استراتژیک‌اند^۱ که طی تعامل ایجاد می‌شوند (دوران، ۱۳۸۳). نظریه یاد شده می‌گوید تأثیر رسانه‌ها فقط قدرتمند است (و نه قدرتمند مطلق) و رسانه همه هویت را تحت تأثیر قرار نمی‌دهد، بلکه در تغییر آن مؤثر است (نظریه استفاده و رضامندی یا استحکام). یعنی براساس این نظریه مخاطب در انتخاب و گزینش فعال است و با توجه به سرمایه فرهنگی و اقتصادی، طبقه اجتماعی، سن، جنسیت ممکن است هویت‌اش تحت تأثیر قرار گیرد.

روش تحقیق^۲

این پژوهش از نوع پژوهش‌های تبیینی^۳ و روش آن پیمایش^۴، همبستگی^۵ و رگرسیون چندمتغیره^۶ است. اطلاعات مورد نیاز برای این تحقیق از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده است. فرضیه‌های تحقیق عبارت‌اند از: ۱- تماشای سریال‌های فارسی وان هویت خانوادگی مخاطبان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. ۲- تماشای سریال‌های فارسی وان بر هویت خانوادگی والدین کمتر از فرزندان تأثیر می‌گذارد. ۳- تماشای سریال‌های فارسی وان بر هویت خانوادگی افراد متأهل کمتر از مجرد تأثیر می‌گذارد. ۴- تماشای سریال‌های فارسی وان بر هویت خانوادگی افراد دارای تحصیلات کارشناسی کمتر از افرادی که تحصیلات پایین‌تر از کارشناسی

1. strategic social constructions

2. Research Method

3. Explanation Research

4. Survey research

5. correlation

6. Multivariable regression

دارند، تأثیر می‌گذارد. ۵- تماشای سریال‌های فارسی وان بر هویت خانوادگی مردان کمتر از زنان تأثیر می‌گذارد.

جامعه آماری

جامعه آماری همه خانواده‌هایی است که در سال ۱۳۹۰ در مناطق یک، شش و نوزده شهر تهران زندگی می‌کنند و دارای حداقل یک فرزند بالای ۱۸ سال هستند که با خانواده زندگی می‌کند.

حجم نمونه^۴

براساس فرمول کوکران حجم نمونه ۲۵۲ نفرند که براساس جمعیت از سه منطقه انتخاب شده اند.

ابزار گردآوری داده‌ها

پرسشنامه و واحد مشاهده در این تحقیق فرد است. متغیر وابسته (هویت خانوادگی) از سه بُعد (مشترکات درون گروهی، جذب به درون گروه و درک زمینه رقابت بین گروهی)، و متغیر مستقل از دو بُعد (میزان تماشا و مدت تماشای سریال‌های فارسی وان) اندازه‌گیری شدند.

یافته‌های تحقیق

بررسی اکتشافی نشان داد که ۶۶/۷ درصد از پاسخ‌گویان ماهواره دارند و ۶۲.۴ درصد از آنها سریال‌های فارسی وان را تماشا می‌کنند. در گروهی که فارسی وان تماشا می‌کنند بیشترین تعداد را زنان ۶۰ درصد تشکیل می‌دهند، اما در گروهی که فارسی وان تماشا نمی‌کنند تعداد زنان ۵۴ درصد و مردان ۴۶ درصد تفاوت چندانی ندارد. ۴۰ درصد افراد ۳ سال است که به طور متوسط هفته‌ای ۳ روز و روزانه ۲ ساعت سریال‌های فارسی وان را تماشا می‌کنند (روزانه دو سریال). و ۴۵ درصد نیز هم پخش و هم تکرار سریال‌ها را می‌بینند. نتیجه را می‌توان این‌طور تبیین کرد که بیشترین تعداد علاقه‌مندان به سریال‌های فارسی وان زنان هستند ۶۰ درصد و احتمالاً اکثر آنها را زنان خانه‌دار تشکیل می‌دهند این نتایج عامه‌پسند بودن سریال‌های فارسی

⁴ The sample size

وان را که در بخش نظریه‌های تحقیق به آن اشاره کردیم نیز تأیید می‌کند. اغلب این سریال‌ها به روابط قدرت در سطح خرد و زندگی روزمره انسان‌ها می‌پردازند. در بررسی فرضیه‌های تحقیق به نتایج زیر رسیدیم:

فرضیه نخست: هویت خانوادگی مخاطبان با تماشای سریال‌های فارسی وان رابطه دارد.

ضریب تعیین هویت خانوادگی کل مخاطبان										Beta
Model*	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Err. Of the Estimate	Change Statistics					
					R ² Estimate	F Change	df 1	df 2	Sig. of F Change	
1	0.22	0.04	0.045	14.729	0.049	12.927	1	25	0.000	0.22
	2	9		61				0		2

رابطه متغیر وابسته (هویت خانوادگی) با متغیر مستقل (تماشای فارسی وان) را با رگرسیون خطی چند متغیره (با لحاظ کردن تمام متغیرهای کنترل) اندازه‌گیری کردیم (Sig. = 0.000). بنابراین در آزمون فرضیه اول با رگرسیون سهم بسیار ناچیزی از هویت خانوادگی والدین ($R^2=0.49$) با این یک متغیر تعیین می‌شود. بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می‌شود.

فرضیه دوم: تماشای سریال‌های فارسی وان بر هویت خانوادگی والدین کمتر از فرزندان تأثیر دارد.

Z	معناداری	آزمون	میانگین گروه فرزندان	میانگین گروه والدین	هویت خانوادگی تماشای فارسی وان
Z=-0.747	$\alpha=0.455$	U=1602.500	۲۹۸۰.۵۰	۴۱۵۹.۵۰	

برای واری درستی هر یک از فرضیه‌ها (رد نادرستی فرضیه‌ها)، باید فرض صفر (نبودن تفاوت معنادار میان شاخص هویت خانوادگی در دو گروه آزمون و شاهد) رد شود. بدین منظور

از آزمون یومان ویتنی (U) استفاده شد. آزمون یومان ویتنی یک آزمون ناپارامتری است که به بررسی تفاوت بین دو گروه مستقل در خصوص یک متغیر دارای داده‌های اسمی یا رتبه‌ای می‌پردازد. در اصل این آزمون معادل ناپارامتری آزمون تی مستقل است، با این تفاوت که آزمون تی (T) از نوع پارامتری و داده‌های آن از نوع پیوسته است، ولی این آزمون از نوع ناپارامتری و داده‌های آن از نوع رتبه‌ای است. مفهوم ضمنی مشخصه آماری U این است که هر چه دو گروه تفاوت بیشتری با یکدیگر داشته باشند، عده بیشتری از افراد یک گروه از لحاظ رتبه بر افراد گروه دیگر پیشی می‌گیرند.

برای بررسی درستی هر یک از فرضیات باید فرض صفر (فقدان تفاوت معنادار میان شاخص هویت خانوادگی در دو گروه آزمون و شاهد) رد گردد. جدول بالا نشان می‌دهد که تفاوت بین میانگین‌های دو گروه والدین و فرزندان معنادار نیست ($\alpha=0.455$). به عبارت دیگر بین هویت خانوادگی والدین و فرزندان در اثر تماشای سریال‌های فارسی وان تفاوت وجود ندارد. بنابراین فرضیه تحقیق (تفاوت بین هویت خانوادگی والدین و فرزندان در اثر تماشای سریال‌های فارسی وان) رد و فرضیه صفر تأیید می‌شود.

فرضیه سوم؛ تماشای سریال‌های فارسی وان بر هویت خانوادگی افراد متأهل کمتر از افراد مجرد تأثیر دارد.

Z	معناداری	آزمون	میانگین گروه مجرد	میانگین گروه متأهل	هویت خانوادگی
$Z=-0.645$	$\alpha=.0519$	$U=1449.500$	۳۵۰۰.۵۰	۲۸۲۷.۵۰	تماشای فارسی وان

برای بررسی درستی هر یک از فرضیه‌ها باید فرض صفر (نبودن تفاوت معنادار میان شاخص هویت خانوادگی در دو گروه آزمون و شاهد) رد شود. جدول بالا نشان می‌دهد که تفاوت بین میانگین‌های دو گروه والدین و فرزندان معنادار نیست ($\alpha=0.519$). به عبارت دیگر بین هویت خانوادگی مجردها و متأهل‌ها در اثر تماشای سریال‌های فارسی وان تفاوت وجود ندارد. بنابراین فرضیه تحقیق (تفاوت بین هویت خانوادگی مجردها و متأهل‌ها در اثر تماشای سریال‌های فارسی وان) رد و فرضیه صفر تأیید می‌شود.

فرضیه چهارم؛ تماشای سریال‌های فارسی وان بر هویت خانوادگی افراد دارای تحصیلات بالا کمتر از افرادی که تحصیلات پایین‌تر دارند، تأثیر می‌گذارد.

Z	معناداری	آزمون	میانگین گروه با تحصیلات بالا	میانگین گروه با تحصیلات پایین	هویت خانوادگی تماشای فارسی وان
Z=- 0.398	$\alpha=0.0690$	U= 1339.500	3967.50	2248.50	

برای بررسی درستی هر یک از فرضیه‌ها باید فرض صفر (نبودن تفاوت معنادار میان شاخص هویت خانوادگی در دو گروه آزمون و شاهد) رد شود. جدول بالا نشان می‌دهد که تفاوت بین میانگین‌های دو گروه والدین و فرزندان معنی‌دار نیست ($\alpha=0.690$). به عبارت دیگر بین هویت خانوادگی مخاطبان دارای تحصیلات پایین (پایین‌تر از فوق دیپلم) و هویت خانوادگی مخاطبان دارای تحصیلات بالا (بالا‌تر از فوق دیپلم) در اثر تماشای سریال‌های فارسی وان تفاوت وجود ندارد. بنابراین فرضیه تحقیق (تفاوت بین هویت خانوادگی دو گروه در اثر تماشای سریال‌های فارسی وان) رد و فرضیه صفر تأیید می‌شود.

فرضیه پنجم؛ تماشای سریال‌های فارسی وان بر هویت خانوادگی مردان کمتر از زنان تأثیر دارد.

Z	معناداری	آزمون	میانگین گروه زنان	میانگین گروه مردان	هویت خانوادگی تماشای فارسی وان
Z=- 0.816	$\alpha=0.0414$	U= 1359.00	۲۳۴۹	۳۹۷۹	

برای بررسی درستی هر یک از فرضیه‌ها باید فرض صفر (نبودن تفاوت معنادار میان شاخص هویت خانوادگی در دو گروه آزمون و شاهد) رد شود. جدول بالا نشان می‌دهد که تفاوت بین میانگین‌های دو گروه زنان و مردان معنادار نیست ($\alpha=0.519$). به عبارت دیگر بین هویت خانوادگی زنان و مردان در اثر تماشای سریال‌های فارسی وان تفاوت وجود ندارد. بنابراین

فرضیه تحقیق (تفاوت بین هویت خانوادگی دو گروه در اثر تماشای سریال های فارسی وان) رد و فرضیه صفر تأیید می شود.

نتایج به دست آمده در خصوص متغیر وابسته (هویت خانوادگی) نشان می دهد که میانگین هویت خانوادگی فرزندان و والدین تفاوت معناداری ندارد. به عبارت دیگر هویت خانوادگی والدین بیشتر از فرزندان نیست. با توجه به این نتیجه می توان فرضیه دوم (تماشای سریال های فارسی وان بر هویت خانوادگی والدین کمتر از فرزندان تأثیر دارد) را رد شده محسوب کرد. مقایسه میانگین هویت خانوادگی زنان با مردان، و مجردها با متأهلان نیز می تواند تأیید کننده نتیجه بررسی های آماری فرضیه های سوم (تماشای سریال های فارسی وان بر هویت خانوادگی افراد متأهل کمتر از افراد مجرد تأثیر دارد) و پنجم (تماشای سریال های فارسی وان بر هویت خانوادگی مردان کمتر از زنان تأثیر دارد) باشد. چون فرضیه سوم و پنجم تحقیق نیز رد شده است، غیر از فرضیه اول بقیه فرضیه ها تأیید نشدند؛ به عبارت دیگر تماشای فارسی وان هویت خانوادگی مخاطبان را تحت تأثیر قرار می دهد و متغیرهایی مثل جنسیت، تأهل، تحصیلات و سن در آن دخالتی ندارد.

پیشنهادها

- ۱- چون تعداد بسیار زیادی از مردم تهران با استفاده از پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفته اند، به نظر می رسد در تحقیقات بعدی بهتر است روش های دیگری به دانشجویان پیشنهاد شود.
- ۲- به دلیل موانع ساختاری در جامعه ایران و بی میلی شهروندان برای پاسخ گویی به مسائل حساس مثل تماشای ماهواره، و در نهایت امکان مختل بودن پاسخ ها، باید راهبردهای بهتری برای اجرای تحقیقات در نظر گرفت.

منابع

فارسی

- استریناتی، د. (۱۳۸۰). مقدمه ای بر نظریه های فرهنگ عامه. ترجمه ثریا پاک نظر. تهران، گام نو.

- اولسون، د. (۱۳۷۷). رسانه‌ها و نمادها: صورتهای بیان، ارتباط و آموزش. ترجمه‌ی محبوبه مهاجر، تهران: انتشارات سروش.
- پنت، ا. (۱۳۸۶). فرهنگ و زندگی روزمره. ترجمه‌ی لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان. تهران، نشر اختران.
- چلبی، م. (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی. تهران: نشر نی.
- خاکی، غ. ر. (۱۳۸۷). روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه نویسی. تهران: انتشارات بازتاب.
- داگلاس کلنز (۱۳۷۸). مطالعات فرهنگی، چند فرهنگ‌گرایی و فرهنگ رسانه‌ای. ترجمه‌ی میرحسن آذری. تهران، انتشارات
- دوران، ب. (۱۳۸۳). هویت خانوادگی و تعامل در فضای سایبرنتیک. مجله‌ی دانشکده‌ی ادبیات و علوم انسانی، بهار ۱۳۸۳، ۸۹-۱۲۸.
- دوران، ب. (۱۳۸۳). هویت؛ رویکردها و نظریه‌ها، مبانی نظری هویت و بحران هویت، به اهتمام علی‌اکبر علیخانی. تهران: پژوهشکده‌ی علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- دین‌پرست، ف. (۱۳۸۹). بررسی و نقد اهداف و نگرش شبکه‌ی ماهواره‌ای فارسی ۱. تهران، مرکز مطالعات فرهنگی شهر تهران.
- رفعت‌جاه، ش.، مریم، ع. (۱۳۸۷). اینترنت و هویت اجتماعی. تهران: مجله‌ی جهانی رسانه، دوره‌ی ۵، ش ۵
- زنجانی‌زاده، ج.، هما، ع. (۱۳۸۴). بررسی تأثیرات اینترنت بر ارزش‌های خانواده در بین دانش‌آموزان دبیرستانی ناحیه‌ی ۳ مشهد در سال ۸۲-۸۳. فصلنامه‌ی انجمن جامعه‌شناسی ایران، سال ششم، شماره‌ی ۲، صص ۱۲۱-۱۴۶.
- شهابی، م. (۱۳۸۷). خاستگاه اجتماعی الگوهای استفاده از تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی زبان در میان مخاطبان تهرانی. تهران، فصلنامه‌ی تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره‌ی ۲.
- عریضی، ف. ال و دیگران (۱۳۸۵). ماهواره و هویت جنسی دختران جوان. فصلنامه‌ی جامعه‌شناسی ایران، شماره‌ی ۲۶، صص ۷۶-۱۰۰.

- کچوئیان، ح. (۱۳۸۵). نظریه های جهانی شدن و دین؛ مطالعه ای انتقادی. تهران، نشر نی.
- گل محمدی، ا. (۱۳۸۱). جهانی شدن فرهنگ و هویت. تهران: نشر نی.
- گرگی، ع. (۱۳۸۵). اینترنت و هویت. مجله مطالعات ملی، شماره ۲۵، ص ۵۳.
- گیدنز، آ. (۱۳۷۳). جامعه شناسی. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.
- گیدنز، آ. (۱۳۷۸). تجدد و تشخص (جامعه و هویت شخصی در عصر جدید). ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نشر نی.
- گیدنز، آ. (۱۳۷۹). جهان رها شده. مترجمان: علی اصغر سعیدی، یوسف حاجی عبدالوهاب. تهران: انتشارات علم و ادب.
- گیدنز، آ. (۱۳۷۷). پیامدهای مدرنیت. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر مرکز.
- معینی علمداری، ج. (۱۳۸۴). هویت و مجاز: تأثیر هویتی اینترنت. فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۲۴، صص ۱۰۷-۱۲۴.
- منتظر قائم، م. (۱۳۸۱). نهضت سود رسانه ای ایجاد کنیم. تهران: روزنامه ایران، ۳۱ شهریور.
- هاروی، د. (۱۳۸۲). عدالت اجتماعی و شهر. ترجمه محمدرضا حائری و همکاران. تهران، شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری.