

## فرا تحلیل پژوهش‌های سبک زندگی با تأکید بر میزان اثرپذیری از

### شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان

(بازه زمانی ۱۳۹۶-۱۳۸۰)

دکتر حسین اکبری\*، محمود تیموری

#### چکیده

با توجه به افزایش تولیدات علمی و وجود نتایج متناقض در باب تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان بر سبک زندگی، پژوهش حاضر درصدد بررسی پژوهش‌های انجام شده در ایران با این موضوع، به منظور غلبه بر آشفتگی و نتایج متناقض است. روش پژوهش، فراتحلیل و جامعه آماری، شامل پژوهش‌هایی است که از سال ۱۳۸۰ تا پایان شش ماهه اول سال ۱۳۹۶، با موضوع تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان بر سبک زندگی منتشر شده‌اند. از این رو در نهایت ۶۶ پژوهش انتخاب و تحلیل شده‌اند. نتایج پژوهش‌های مرور شده نشان داد که تاکنون ۹ مؤلفه سبک زندگی در این حوزه بررسی شده است. همچنین نتایج فراتحلیل نشان می‌دهد که از بین متغیرهای اثرپذیر از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان، مناسبات خانوادگی و نحوه گذران اوقات فراغت، اثرپذیرترین متغیرها هستند. بر این اساس، مناسبات خانوادگی (با اندازه اثر ۰/۵۴۱-) و نحوه گذران اوقات فراغت (با اندازه اثر ۰/۴۰۷) بیشترین تأثیر را از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان می‌پذیرند.

**کلید واژه‌ها:** سبک زندگی، مناسبات خانوادگی، گذران اوقات فراغت، شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان، فراتحلیل

\* دکترای جامعه‌شناسی، استادیار دانشگاه فردوسی مشهد

✉ نویسنده مسئول: دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشگاه فردوسی مشهد

Email: teimouri.mahmoud@mail.um.ac.ir

پذیرش نهایی: ۹۷/۲/۱۴

تجدید نظر: ۹۷/۱/۲۶

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۰/۱۰

DOI: 10.22082/CR.2018.78432.1514

## مقدمه

جان فیسک<sup>۱</sup>، نظریه‌پرداز عرصه فرهنگ و ارتباطات، درباره فناوری ماهواره‌ای می‌گوید: «تلویزیون و برنامه‌های ماهواره‌ای در بطن خود حاوی تلقی جدیدی از انسان‌اند، انسانی که می‌تواند تجربیات فردی و اجتماعی انسان‌های دیگر را درک کند و در تعقل و تخیل آنها مشارکت ورزد. این تلقی جدید نگاه تازه‌ای به انسان، هنر، ارزش و ... دارد که به همراه ماهواره در سراسر جهان گسترده خواهد شد؛ اخبار و تحلیل‌های مردم را جهت خواهد داد و مدل جدیدتری از تفکر سیاسی اجتماعی را در آنها خواهد پروراند. هنرها، فیلم‌ها و برنامه‌های سرگرم‌کننده، رفتارهای اجتماعی، اخلاق، علایق و ارزش‌های جوامع گوناگون را متأثر خواهد کرد و از مدل لباس پوشیدن و آرایش زنان و مردان تا نحوه ارتباط برقرار کردن و تنظیم روابط اجتماعی را متحول خواهد ساخت» (سلیمی، ۱۳۸۹، ص ۳۸۷).

به این ترتیب می‌توان گفت که ظهور این پدیده در بدنه جوامع و در میان نخبگان فکری، فرهنگی و سیاسی آنها دغدغه‌هایی را به وجود آورده است. اندیشمندان و روشنفکران بزرگ عصر ما چه در کشورهای اسلامی و چه در آسیا، اروپا، آفریقا یا حتی در سطح بسیار گسترده‌ای از داخل امریکا، نسبت به این پدیده واکنش نشان داده‌اند. اما تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای در جوامع در حال توسعه، به‌ویژه جوامع اسلامی نگرانی‌های بیشتری را به دنبال داشته است (شهاب، ۱۳۹۱). در کشور ما، رؤیت آنتن‌های بشقابی ماهواره‌ای بر فراز بام‌های منازل ایران از اواخر سال ۱۳۷۲ آغاز شد (محسنیان‌راد، ۱۳۸۴، صص ۲۴-۱۷). از آن زمان، ورود و استفاده از این تجهیزات سیر صعودی داشته است طبق برخی پژوهش‌ها، میزان بیننده برنامه‌های ماهواره در شهر تهران طی سال‌های مختلف بین ۵۰ تا ۶۰ درصد و در مراکز استان‌ها، بین ۴۰ تا ۵۰ درصد در نوسان بوده است (مرکز تحقیقات صداوسیما، ۱۳۹۲). نکته دیگری که بحث ماهواره‌ها را در کشور برجسته‌تر می‌کند، افزایش تعداد شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان است، در حال حاضر، نزدیک به ۱۷۲ شبکه ماهواره‌ای فارسی‌زبان که در ایران قابلیت دریافت دارند (تیموری، ۱۳۹۶) در صدد هدایت افکار عمومی فارسی‌زبانان، به‌ویژه و تأثیرگذاری بر فضای فرهنگی آنان هستند (مرکز تحقیقات صداوسیما، ۱۳۹۰، ص ۷ و شهاب، ۱۳۹۱). تأثیرات عمیق شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان

بر حوزه‌های گوناگون فردی، فرهنگی و اجتماعی، دست‌اندرکاران فرهنگی کشور را به واکنش واداشته است. یکی از این حوزه‌ها، حوزه فرهنگ و سبک زندگی است. مرور اولیه منابع مرتبط با تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر سبک زندگی نشان می‌دهد که این رسانه‌ها، تأثیر قابل توجهی بر سبک زندگی افراد دارند؛ تأثیراتی که درک چگونگی آن، نیازمند مطالعات متقن و دقیق در این زمینه است. در واقع، رسانه‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی قادرند که سبک‌های زندگی متفاوت‌تری را به مخاطبان عرضه کنند. در این میان الگوی ارائه شده از سبک زندگی در رسانه‌های داخلی، برگرفته از ارزش‌ها و هنجارهای متداول در جامعه است، اما رسانه‌های جهانی از قبیل شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، در قیاس با رسانه‌های داخلی، الگوی متفاوتی از سبک زندگی ارائه می‌دهند که در بسیاری از موارد، با الگوی ارائه شده در رسانه‌های داخلی تفاوت دارد (بحرانی و همکاران، ۱۳۹۰). با توجه به اهمیت تأثیرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر سبک زندگی در محیط در حال تغییر امروز، پژوهش‌های بسیاری در این زمینه انجام شده است اما کسب نتایج بعضاً متضاد در جریان چندین مورد پژوهش، این باور را که پرداختن به پژوهش‌های بیشتر می‌تواند این مشکل را برطرف سازد، رد می‌کند. پژوهشگران متعدد دریافتند که این کار، نه تنها مشکل را حل نمی‌کند بلکه از یک‌سو، بر تورم پژوهش‌ها و داده‌ها می‌افزاید و از سوی دیگر، تلقی پژوهش‌های اجتماعی و رفتاری به‌مثابه پژوهش‌های مبهم، غیرمولد و حتی غیرعملی را تقویت می‌کند. راه برون‌رفت از این شرایط، مقایسه مطالعات از لحاظ نتایج حاصل و ترکیب نتایج آنها به‌منظور به دست آوردن یک برداشت کلی و مقرون به واقعیت است. با وجود مطالعات به نسبت زیاد چند دهه گذشته و با اینکه میزان پژوهش‌های علمی با موضوع تأثیر شبکه‌های ماهواره فارسی‌زبان بر سبک زندگی در کشور افزایش یافته و جامعه علمی با اطلاعات وسیع و انباشته‌ای در باب میزان اثرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر سبک زندگی مواجه شده است، پژوهش‌های بسیار اندکی در هیئت پژوهش‌های تلفیقی و ترکیبی که چکیده، عصاره و ماحصل صورت گرفته در حوزه شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و سبک زندگی را به‌گونه‌ای نظام‌مند و به شیوه‌ای عملی، فراروی پژوهشگران قرار دهند، انجام شده است. از این رو، در پژوهش حاضر سعی شده است که با بررسی دقیق و موشکافانه پژوهش‌های انجام شده در زمینه شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و سبک زندگی، چکیده و ماحصل آنها، به نحوی نظام‌مند

نشان داده شود. بنابراین، با توجه به افزایش تولیدات علمی، اطلاعات وسیع و انباشت علمی در باب تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر سبک زندگی و لزوم خلاصه‌سازی و غلبه بر تضادهای موجود در این پژوهش‌ها؛ پژوهش حاضر با بهره‌گیری از اصول و قواعد روش فراتحلیل به کاربرد این روش در خصوص پژوهش‌های انجام شده در حوزه اثرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر سبک زندگی پرداخته و کوشیده است به این پرسش پاسخ دهد که: میزان تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر سبک زندگی در پژوهش‌های مرور شده در ایران تا چه حد است؟ به‌عبارت دیگر، هدف از انجام این پژوهش، شناخت و بررسی میزان اثرپذیری ابعاد مختلف سبک زندگی؛ از قبیل مناسبات خانوادگی، گذران اوقات فراغت، مصرف‌گرایی و ... در پژوهش‌های مرور شده در این حوزه بوده است.

#### فرضیه‌های پژوهش

- تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر نحوه گذران اوقات فراغت در پژوهش‌های انجام شده در ایران معنادار است.
- تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر مصرف‌گرایی در پژوهش‌های انجام شده در ایران معنادار است.
- تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر ثروت‌گرایی در پژوهش‌های انجام شده در ایران معنادار است.
- تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر رضایت‌مندی از زندگی زناشویی در پژوهش‌های انجام شده در ایران معنادار است.
- تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر مناسبات خانوادگی در پژوهش‌های انجام شده در ایران معنادار است.
- تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر سبک زندگی مدرن در پژوهش‌های انجام شده در ایران معنادار است.
- تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر معیارهای مدرن پوشش در پژوهش‌های انجام شده در ایران معنادار است.
- تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر مدگرایی در پژوهش‌های انجام شده در ایران معنادار است.

● تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر مدیریت بدن در پژوهش‌های انجام شده در ایران معنادار است.

### چارچوب نظری پژوهش

با بررسی منابع نظری موجود در زمینه میزان اثرگذاری ماهواره بر سبک زندگی درمی‌یابیم که مطالعات گوناگونی در این زمینه صورت گرفته و بر این اساس و مدل‌های متعدد اثرگذاری ماهواره، قابل شناسایی است. در اکثر مدل‌ها، موارد مشابهی معرفی شده‌اند. از سوی دیگر، هیچ مدل یا نظریه‌ای وجود ندارد که مورد پذیرش همگان باشد و نبود یک مدل جامع و یکپارچه مشتمل بر کلیه این موارد، نوعی خلأ نظری به شمار می‌رود. از این رو، با هدف شناسایی میزان اثرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر سبک زندگی، در چارچوب یک مدل جامع، در نوشتار حاضر سعی شده است که مدل و چارچوبی جامع و یکپارچه در ارتباط با شبکه‌های ماهواره‌ای و سبک زندگی ارائه شود. از میان نظریات مربوط به آثار اجتماعی رسانه‌ها و نظریات مطرح در زمینه رسانه و سبک زندگی، نظریه کاشت<sup>۱</sup> گربنر<sup>۲</sup> و نظریات سبک زندگی گیدنز<sup>۳</sup> و بوردیو<sup>۴</sup> از نفوذ و مرکزیت بیشتری برخوردارند. چارچوب نظری پژوهش حاضر، برگرفته از این نظریات است.

بر اساس نظریه کاشت گربنر (۱۹۹۴)، بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه با واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های آن ارتباط مستقیم وجود دارد. به این صورت که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه‌ای خاص، منجر به تغییر نگرش و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه می‌شود. در واقع نظریه کاشت با تعیین میزان و نوع برنامه‌های مورد استفاده از رسانه‌ها، میزان تأثیر را مطالعه می‌کند تا به سازوکار و نحوه تأثیر دست پیدا کند (عباسی‌قادی و خلیلی‌کاشانی، ۱۳۹۲، ص ۸۱). در ساده‌ترین شکل، نظریه کاشت نشان می‌دهد که چگونه تجربه غیرمستقیم حاصل از تماشای تلویزیون می‌تواند جایگزین تجربه مستقیم برای ایجاد اعتقادات اجتماعی شود (شرام<sup>۵</sup> و بیشک<sup>۶</sup>، ۲۰۰۱، ص ۱۸۸). در واقع، محور بحث

1. cultivation theory
3. Giddnes
5. Shrum

2. Gerbner
4. Bourdieu
6. Bischak

گربرن این است که اهمیت تاریخی رسانه‌ها بیشتر در ایجاد شیوه‌های مشترک در انتخاب مسائل و موضوعات و چگونگی نگرستن به رخدادها و وقایع است. این شیوه‌های مشترک، محصول استفاده از فناوری و نظام ارائه پیام هستند؛ نقش واسطه را به عهده دارند و به دید یا درک مشترک از جهان اطراف منجر می‌شوند. گربرن محصول چنین فرایندی را کاشت انگاره‌های مسلط ذهنی می‌خواند (چنگ<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۶). از نظر وی، رسانه‌ها متمایل به ارائه دیدگاه‌های هم‌شکل و کم‌وبیش یکسان از واقعیت اجتماعی هستند و مخاطبان آنها بر اساس چنین سازوکاری فرهنگ‌پذیر می‌شوند. گربرن تا آنجا پیش می‌رود که می‌گوید، رسانه‌ها به دلیل هماهنگی و نظمی که در ارائه پیام در طول زمان دارند، از قدرت تأثیرگذاری فراوانی برخوردارند؛ به طوری که آنها را می‌توان شکل‌دهنده جامعه دانست. بنابراین، طبق این نظریه می‌توان فرض کرد کسانی که وابستگی رسانه‌ای بیشتری دارند، در مقایسه با کسانی که مصرف رسانه‌ای کمتری دارند، به سبک‌های زندگی نمایش داده شده در تلویزیون و دیگر رسانه‌های دیداری - شنیداری تمایل بیشتری خواهند داشت (گربرن و همکاران، ۲۰۰۲). به این معنی که مصرف زیاد رسانه‌ها منجر به کاشت سبک زندگی خاصی در میان مصرف‌کنندگان می‌شود.

یکی دیگر از نظریات مهمی که در زمینه تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر سبک زندگی مردم مطرح شده، نظریه ساخت‌یابی<sup>۲</sup> گیدنز (۲۰۰۹) است، بر اساس این نظریه، ساخت‌های اجتماعی و رسانه‌ای در سطح کلان بر افکار و انتخاب‌های افراد در زندگی روزمره تأثیر می‌گذارد. نقطه تمرکز نظریه ساخت‌یابی گیدنز، بر مفهوم جدایی زمان از مکان است. گیدنز چنین فرض می‌کند که تغییرات ساختاری در قدرت، به واسطه سطوح چندگانه جهانی شدن مانند مبادله پولی، پیشرفت‌های فناوریانه و دموکراسی سیاسی گسترده، باعث تغییر و دگرگونی حس ما از زمان و مکان شده‌اند. در جوامع پیشامدرن، زمان و مکان یکنواخت و همبسته بودند، به این معنی که مردم به تعامل در مجاورت یکدیگر تمایل داشتند، اما یکی از پیامدهای مهم مدرنیته این است که ظرفیت ما برای زندگی و کار در گستره زمان و مکان به صورت مجزا از یکدیگر، گسترش یافته است. از نظر گیدنز (۲۰۰۹) کنش‌های روزمره از طریق خود کنشگران به لحاظ ساختاری مقید می‌شود و فناوری‌های رسانه‌ای نیز در این امر دخیل هستند. در فرایند امتداد زمان و مکان، تجربیات رسانه‌ای شده، قادر به وادار کردن رویدادهای متفاوت به درون آگاهی روزمره است و

این می‌تواند به احساس نبود امنیت و واژگونی واقعیت منجر می‌شود. برای او تجربیات رسانه‌ای شده، شروط بیرونی کنش هستند که به ما درباره دیگران اطلاعات می‌دهند و موجب می‌شوند روایتی که درباره آنان داریم، تغییر یابد (لاگی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷، صص ۹۷-۹۶). به اعتقاد گیدنز (۲۰۰۹) رسانه‌ها در جهان جدید، در عین اینکه امکان و گونه‌های جدید را فراهم می‌کند، تفسیرهایی ژرف‌نگر نیز از نقش‌ها یا سبک‌های زندگی خاص ارائه می‌دهند. ساختار رسانه‌ای، حاصل کنش‌های افرادی است که تصمیم به سیاستگذاری، تولید، پخش و غیره می‌گیرند، قواعد و منابع موجود در ساختارها و عامل‌ها بر گزینش سبک زندگی مؤثرند. دسترسی افراد به هریک از رسانه‌ها و کانال‌های موجود، با توجه به نوع ساختارهای اجتماعی مانند تحصیلات، درآمد و شغل، منابعی را در دسترس عاملان یا مخاطبان قرار می‌دهند که می‌تواند در انتخاب و الگومند ساختن افراد و انتخاب سبک زندگی شان مؤثر باشد (گیدنز، ترجمه موفقیان، ۱۳۸۲، ص ۱۸). به تعبیر آنتونی گیدنز، سبک زندگی مجموعه‌ای به نسبت هماهنگ از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین و حالت‌ها و سلیقه‌ها، مانند طرز لباس پوشیدن و آرایش، چیدمان منزل و نحوه گذران اوقات فراغت در جریان زندگی روزمره است (گیدنز، ترجمه موفقیان، ۱۳۸۲، ص ۱۲۱) به عبارت دیگر، سبک زندگی بیانگر انواع الگوهای مصرف، اوقات فراغت، شیوه تعاملات و حتی تحولات فرهنگی پنهان در یک جامعه است. در نهایت، مفهوم سبک زندگی در کار نظری و تجربی بوردیو (۱۹۸۴) به اوج خود رسید. بوردیو استدلال می‌کند که تمایزهای اجتماعی را می‌توان در مجموعه متنوعی از اعمال اجتماعی نظیر لحن بیان یا حرکات بدن، طرز برخورد، سلیقه، زیبایی، سبک زندگی و ترجیحات فرهنگی مشاهده کرد (گرنفل، ترجمه لیبی، ۱۳۸۹، ص ۱۶۴). او معیار جدیدی را برای شکل دادن به ساختار طبقه اجتماعی به کار می‌برد و در بررسی خود تأکید می‌کند که «ترجیحات غذایی، نحوه چیدمان میز، سلیقه موسیقایی و نحوه گذران اوقات فراغت، شاخص‌های مهم سلیقه و سبک زندگی هستند» (بوردیو، ۱۹۸۴، ص ۷۷). بوردیو اعتقاد دارد که تمایزات اجتماعی، در اعمال اجتماعی قابل مشاهده است. به این ترتیب، نحوه گذران اوقات فراغت، مطالعه، موسیقی، ذوق، سلیقه و هر آنچه به اوقات فراغت مربوط می‌شود، با بهره‌گیری افراد از سرمایه اقتصادی و فرهنگی در ارتباط است (گرنفل، ترجمه لیبی، ۱۳۸۹، ص ۱۶۵).

سبک زندگی در نظریه بوردیو (۱۹۸۴) شامل عرصه‌هایی چون تقسیم ساعات شبانه‌روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه معاشرت، اثاث و خانه، آداب سخن گفتن و راه رفتن است (علی‌بابایی و همکاران، ۱۳۹۶).

در مجموع، طبق نظریه کاشت گربنز، نظریه ساخت‌یابی گیدنز و مفهوم سبک زندگی پیر بوردیو، رسانه‌های جمعی بر نگرش‌ها، باورها و اولویت‌های مصرف‌کنندگان در جهان اجتماعی تأثیر می‌گذارند و نگرش‌ها، ارزش‌ها و عادت‌واره‌های اجتماعی افراد را ساخت می‌دهند. با فرض این موضوع، شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان به‌عنوان یکی از انواع رسانه‌های جمعی می‌توانند به تغییر در سبک زندگی افراد منجر شوند.

#### روش‌شناسی پژوهش

فراتحلیل<sup>۱</sup> مجموعه‌ای از روش‌های آماری، برای ترکیب نتایج کمی از چندین مطالعه، با هدف تولید یک خلاصه کلی از دانش تجربی در حوزه‌ای خاص است (لیپسی<sup>۲</sup> و ویلسون<sup>۳</sup>، ۲۰۰۱). فراتحلیل از طریق ادغام و ترکیب کمی مطالعات پژوهشی و مداخله‌ای، مدیریت نتایج یا شواهد ناهمگون و گاه ناهمخوان حاصل از پژوهش‌های کمی، بر ابهام موجود در یافته‌های علوم اجتماعی، رفتاری و پزشکی غلبه کرده است. این روش در حوزه‌هایی از علم که انباشت دانش زیادی رخ داده است، استفاده می‌شود تا تأثیر گروهی از عوامل را بر مورد خاص یا تأثیر عاملی بر عامل دیگر را در تعدادی از پژوهش‌ها بسنجد (لیتل<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۰۸). مراحل انجام فراتحلیل به ترتیب، شامل بیان مسئله، سؤالات و فرضیات، جستجوی ادبیات، کدگذاری داده‌ها، تحلیل داده‌ها، تفسیر نتایج و گزارش نهایی است. در فراتحلیل، پیشینه موضوع مورد مرور نظام‌مند<sup>۵</sup> قرار می‌گیرد تا مشخص شود که در پژوهش‌های گذشته، اثر یک متغیر بر متغیر دیگر چقدر است (هومن، ۱۳۹۲). در این فراتحلیل نیز ابتدا پژوهش‌های صورت گرفته در این موضوع، با روش مرور نظام‌مند، از نظر انواع میزان همکاری پژوهشگران، روش پژوهش مقالات مورد مطالعه و نوع ابزار

1. meta-analysis

2. Lipsey

3. Wilson

4. Littell

5. systematic review



متغیر وابسته مطالعه شدند و سپس، اندازه اثر<sup>۱</sup> هر یک از متغیرها مورد بررسی قرار گرفت. اندازه اثر آماره‌ای است که اهمیت اثر آزمایشی یا شدت رابطه بین دو متغیر را منعکس می‌کند. ابتدا اندازه اثر هر مطالعه محاسبه می‌شود و سپس اندازه اثر مطالعات مختلف را با هم مقایسه می‌کنند؛ در نهایت نیز اندازه اثر کلی رابطه بین دو متغیر یا اثر آزمایشی در چند مطالعه محاسبه می‌شود تا درباره تأثیرگذاری آن اثر آزمایشی یا رابطه بین دو متغیر نتیجه‌گیری شود (برون‌استین<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۹). در این پژوهش، بعد از مرور نظام‌مند پژوهش‌های انجام شده، مشخصه‌های مطالعات کدگذاری و استخراج آماره‌ها، میانگین و سایر داده‌های آماری با استفاده از نرم‌افزار CMA<sup>۳</sup> به اندازه اثر، تبدیل و در نهایت، اندازه اثرها با یکدیگر ترکیب و تفسیر شد.

جامعه و نمونه آماری این روش، مشابه پژوهش‌های مقطعی است که در آن موضوع مورد مطالعه به جای افراد، نتایج پژوهش‌هاست. جامعه آماری این بخش از پژوهش، کلیه مقالات چاپ شده در مجلات معتبر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، پایان‌نامه‌های دانشجویان در دانشگاه‌های مختلف، طرح‌های پژوهشی و کتاب‌های منتشر شده با موضوع تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای بر مؤلفه‌های سبک زندگی است که از سال ۱۳۸۰ تا پایان شش‌ماهه اول سال ۱۳۹۶ منتشر شده است. مجموع پژوهش‌های مورد بررسی در این پژوهش ۶۶ مورد بوده است که اکثر آن، مقالات علمی - پژوهشی را شامل می‌شود. نتایج نشان می‌دهد که در شناسایی آثار مخرب شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، بیشتر؛ زنان ۱۵ تا ۴۵ ساله با ۳۳/۴ درصد فراوانی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. بعد از آن دانشجویان (۲۴/۲ درصد) بیشتر مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

جدول ۱. جامعه آماری تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر سبک زندگی در پژوهش‌ها

درصد	فراوانی	جامعه آماری
۳۳/۴	۲۲	زنان ۱۵ تا ۴۵ سال
۲۴/۲	۱۶	دانشجویان دانشگاه‌های مختلف
۱۸/۲	۱۲	جوان (۱۸ تا ۲۹ سال) نسل
۱۳/۶	۹	شهروندان ۱۵ تا ۴۵ سال
۱۰/۶	۷	دانش‌آموزان مقطع متوسطه
۱۰۰	۶۶	جمع

### یافته‌های پژوهش

یافته‌های تحقیق در دو بخش مرور نظام‌مند و فراتحلیل ارائه شده است. نتایج تحقیق نشان داد که روش همه ۶۶ پژوهش مورد بررسی، توصیفی - تحلیلی بوده است و روش دیگری در این حوزه برای بررسی تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای بر مؤلفه‌های سبک زندگی استفاده نشده است. استخراج و طبقه‌بندی مؤلفه‌های سبک زندگی به‌عنوان متغیرهای اثرپذیر (متغیرهای وابسته) از شبکه‌های ماهواره‌ای (جدول ۲) نشان می‌دهد که از مجموع ۹ مؤلفه سبک زندگی، معیارهای مدرن پوشش، مناسبات خانوادگی و مصرف‌گرایی، در فرضیات تحقیقات مورد بررسی از بیشترین فراوانی برخوردارند. بعد از این متغیرها، متغیرهای نحوه گذران اوقات فراغت، مدیریت بدن و سبک زندگی مدرن هر کدام با ۸ حضور، آزمون شده‌اند. در نهایت متغیرهای مدگرایی، ثروت‌گرایی و رضایت‌مندی از زندگی زناشویی هر کدام ۲ مرتبه مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

جدول ۲. بررسی متغیرهای تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر سبک زندگی در پژوهش‌ها

ردیف	متغیر	فراوانی	ردیف	متغیر	فراوانی
۱	معیارهای مدرن پوشش	۱۶	۶	مدیریت بدن	۸
۲	مناسبات خانوادگی	۱۰	۷	مدگرایی	۲
۳	مصرف‌گرایی	۱۰	۸	ثروت‌گرایی	۲
۴	سبک زندگی مدرن	۸	۹	رضایت‌مندی از زندگی زناشویی	۲
۵	نحوه گذران اوقات فراغت	۸	-	-	-

بررسی پیشینه تحقیقات با موضوع شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان نشان می‌دهد که میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان در ۱۹۴ پژوهش گزارش شده است، در این راستا، نتایج مرور تحقیقات برحسب میانگین میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان در مجموع ۱۹۴ پژوهش انجام شده در ارتباط با شبکه‌های ماهواره‌ای، نشان می‌دهد که متوسط میزان تماشای ماهواره، در جامعه‌های آماری مختلف برابر با ۴۰/۹۱ درصد است یعنی به طور متوسط ۴۰/۹۱ درصد ایرانیان از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده می‌کنند. همین طور اکثر این پژوهش‌ها میانگین بین ۴۲/۲۴ تا ۵۲/۳۲ درصد را گزارش کرده‌اند.

جدول ۳. توزیع فراوانی میانگین میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان

درصد	فراوانی	میانگین (درصد)
۵/۲	۱۰	۱۲-۲۲/۰۸
۴/۱	۸	۲۲/۰۸-۳۲/۱۶
۱۵/۹	۳۱	۳۲/۱۶-۴۲/۲۴
۲۲/۳	۴۳	۴۲/۲۴-۵۲/۳۲
۴/۶	۹	۵۲/۳۲-۶۲/۰۴
۵۲/۱	۱۰۱	جمع
۴۷/۹	۹۳	داده‌های گمشده
۱۰۰	۱۹۴	جمع کل
	۴۰/۹۱	میانگین کل

به منظور تحلیل داده‌ها، پس از کدگذاری، از برنامه فراتحلیل جامع<sup>۱</sup> برای انجام محاسبات آماری فراتحلیل استفاده شد. فرضیات پژوهش از طریق فرمول‌های وولف<sup>۲</sup> به اندازه اثر تبدیل و ترکیب اندازه‌های اثر به روش هانتتر<sup>۳</sup> و اشمیت<sup>۴</sup> تحلیل شدند. همچنین برای تفسیر اندازه اثر از جدول کوهن<sup>۵</sup> استفاده گردید (جدول ۵).

فرا تحلیل اندازه اثر متغیر مستقل استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان در پژوهش‌های

1. Comprehensive meta-analysis
2. Wolf
3. Haunter
4. Schmite
5. Cohen

انجام شده (جدول ۴)، به ترتیب بیشترین اندازه‌های اثر متغیرهای اثرپذیر از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان را نشان می‌دهد.

- در متغیر مناسبات خانوادگی، نتایج آزمون همگنی نشان‌دهنده معناداری این آزمون است. البته این مطالعات تا حد زیادی ناهمگون‌اند و تلفیق آنها با مدل اثر ثابت مناسب نیست و باید از مدل اثر تصادفی برای ترکیب نتایج استفاده کرد. در واقع، این آزمون نشان می‌دهد که ۱۰ فرضیه مربوط به تأثیر میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای بر مناسبات خانوادگی، از لحاظ ویژگی‌ها و مشخصه‌های مطالعات بسیار متفاوت هستند. نتایج اثرات ترکیبی تصادفی نشان می‌دهد که رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و مناسبات خانوادگی (روابط والدین و فرزندان، روابط زناشویی و اعتماد زناشویی) در ۱۰ فرضیه بررسی شده، معادل ۰/۵۴۱ منفی و معنادار است. همچنین اندازه اثر ترکیبی بین میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای با مناسبات خانوادگی زیاد است. به عبارت دیگر، با افزایش میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، مناسبات و روابط خانوادگی افراد کاهش می‌یابد.

- نتایج آزمون همگنی و اثرات ترکیبی تصادفی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای با نحوه گذران اوقات فراغت در ۸ مطالعه برابر ۰/۴۰۷ مثبت، معنادار و اندازه اثر آن در حد متوسط است. به این معنی که با افزایش میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، نحوه گذران اوقات فراغت افراد، از شکل سنتی به مدرن تغییر می‌کند. بنابراین، افرادی که از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان به صورت مستمر و پیگیر استفاده می‌کنند، شیوه گذران اوقات فراغت آنها از الگوهای ساده و قدیمی زندگی در قالب‌های مذهبی نظیر حضور در مسجد، مراسم دعا، هیئت‌های مذهبی و ... به الگوهای مدرن نظیر گردش در طبیعت، گردش در کنار دریا، پرسه‌زنی در مراکز خرید، رستوران‌گردی، سفر به کشورهای خارجی، حضور در جمع‌های دوستانه و سایر فعالیت‌هایی که با هدف لذت‌جویی انجام می‌شوند، تغییر می‌کند.

- نتایج آزمون همگنی و اثرات ترکیبی تصادفی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای با معیارهای مدرن پوشش و حجاب (شیک و زیبا بودن، کیفیت جنس، مارک بودن، مد روز بودن و ...) در ۱۶ مطالعه برابر ۰/۳۹۷ مثبت، معنادار و اندازه اثر آن متوسط است. بنابراین، هر اندازه میزان تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بیشتر شود،

گرایش افراد به استفاده از پوشش و آرایش مدرن افزایش می‌یابد، چراکه ساختار برنامه‌ها در شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، تمایل به همگون کردن پوشش ایرانیان با پوشش غالب جامعه غرب دارد.

- نتایج آزمون همگنی و اثرات ترکیبی تصادفی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای با سبک زندگی مدرن در ۸ مطالعه برابر ۰/۳۵۰ مثبت، معنادار و اندازه اثر آن در حد متوسط است. بنابراین، استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، توجه به سبک زندگی مدرن را به صورتی که بتواند پاسخگوی نیاز تنوع‌طلبی در افراد باشد، ضروری می‌سازد. - نتایج آزمون همگنی و اثرات ترکیبی تصادفی، اندازه اثر میزان تأثیر استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای با سایر متغیرهای جدول ۴ با توجه به جدول تفسیر اندازه اثر کوهن (جدول ۵) کم ارزیابی می‌شود. این متغیرها شامل مصرف‌گرایی و مدیریت بدن هستند. اثرات ترکیبی تصادفی این متغیرها کمتر از ۳۰ درصد است.

جدول ۴. یافته‌های فرا تحلیل پژوهش به روش ترکیب اندازه اثر (اثرات ترکیب تصادفی) به روش اشمیت و هانتر

درجه آزادی	آزمون همگنی	فاصله اطمینان اثرات تصادفی	فاصله اطمینان اثرات ثابت	اثرات ترکیبی تصادفی	اثرات ترکیبی ثابت	تعداد مطالعه	آماره متغیر وابسته
۹	۱۸۹/۲*	-(۰/۷۲-۰/۲۷)	-(۰/۵۳-۰/۴۶)	-۰/۵۴۱*	-۰/۴۹۸*	۱۰	مناسبات خانوادگی
۷	۱۷۱/۴*	۰/۱۳-۰/۶۲	۰/۳۶-۰/۴۴	۰/۴۰۷*	۰/۴۰۷*	۸	نحوه گذران اوقات فراغت
۱۵	۱۲۸/۸*	۰/۲۵-۰/۵۲	۰/۳۳-۰/۴۰	۰/۳۹۷*	۰/۳۶۸*	۱۶	معیارهای مدرن پوشش
۷	۲۷/۳*	۰/۱۸-۰/۴۹	۰/۳۱-۰/۴۱	۰/۳۵۰*	۰/۳۶۵*	۸	سبک زندگی مدرن
۹	۳۴/۵*	۰/۱۷-۰/۴۰	۰/۲۷-۰/۳۴	۰/۲۹۴*	۰/۳۱۰*	۱۰	مصرف‌گرایی
۷	۵/۷*	۰/۱۲-۰/۲۶	۰/۱۴-۰/۲۴	۰/۱۹۵*	۰/۱۹۵*	۸	مدیریت بدن

\* معناداری در سطح ۰/۰۱

جدول ۵. جدول توزیع طبقات اندازه اثر بر مبنای برآورد آماره‌ها (کوهن، ۱۹۷۷)

d	r	آماره معنی اندازه اثر
کمتر از ۰/۵	کمتر از ۰/۳	اندازه اثر کم
از ۰/۵ تا ۰/۸	از ۰/۳ تا ۰/۵	اندازه اثر متوسط
و بیشتر ۰/۸	و بیشتر ۰/۵	اندازه اثر زیاد

### بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به اهمیت آثار مخرب شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در ایران، تحلیل و واکاوی آن به نحوی فزاینده، یکی از مهم‌ترین حوزه‌های مطالعاتی سال‌های اخیر بوده است و در مطالعات مختلف، این سازه با رویکردهای مختلف جامعه‌شناختی که انبوهی از متغیرهای وابسته را بررسی کرده‌اند، تحلیل شده است. پژوهش حاضر با استفاده از رویکرد ترکیبی، درصدد بررسی مؤلفه‌های سبک زندگی در پژوهش‌های مرور شده در این حوزه است. هدف ما، پرداختن به سطحی از دانش مرتبط با شبکه‌های ماهواره‌ای و توسعه یک ابزار اندازه‌گیری است که با ماهیت چندبعدی آن منطبق باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر، کلیه مطالعات انجام شده با موضوع ماهواره است که در مجلات معتبر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، پایان‌نامه‌های دانشجویان دانشگاه‌های مختلف، طرح‌های پژوهشی و کتاب‌های منتشر شده از سال ۱۳۸۰ تا پایان شش‌ماهه اول سال ۱۳۹۶ چاپ شده‌اند. در نهایت ۶۶ پژوهش با روش مرور نظام‌مند، همسو با اهداف پژوهش، بررسی شدند و سپس با روش فراتحلیل و با استفاده از نرم‌افزار  $CMA_2$ ، مورد تحلیل قرار گرفتند که از این طریق، اندازه اثر هر یک از متغیرها به دست آمد. نتایج مرور نظام‌مند نشان داد که روش همه ۶۶ پژوهش مورد بررسی، توصیفی - تحلیلی بوده است. مشخص شد تاکنون آثار مخرب ماهواره بر روی متغیرهای متعدد بررسی شده است و بیشترین فراوانی، مربوط به متغیر معیارهای مدرن پوشش بوده است.

نتایج فراتحلیل نشان می‌دهد که رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و مناسبات خانوادگی (روابط والدین و فرزندان، روابط زناشویی و اعتماد زناشویی) در ۱۰ فرضیه بررسی شده، منفی و معنادار است. همچنین اندازه اثر ترکیبی بین میزان استفاده از

شبکه‌های ماهواره‌ای با مناسبات خانوادگی زیاد است. طبق نتیجه به دست آمده، استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای به اشکال گوناگون پیوندهای عاطفی را در خانواده مخدوش می‌کند و به آن آسیب می‌رساند. آسیب ارتباطی، بیشتر در دو نوع ارتباط بروز می‌کند که یکی ارتباط بین فرزندان و والدین و دیگری ارتباط بین زن و شوهر است. تجربه نشان می‌دهد که هر اندازه ارتباط میان فرزندان و والدین؛ همچنین ارتباط میان همسران، به دلیل تغییر مخاطب کاهش یابد، پیوند عاطفی و هیجانی نیز به همراه همگونی شناختی میان اعضای خانواده کاهش می‌یابد و این موضوع، انسجام خانواده را به خطر می‌اندازد. هر چقدر میزان استفاده از ماهواره افزایش یابد، از میزان تمایل افراد به هم‌صحبتی با خانواده و در کل، رفتارهای مشترک کاسته می‌شود؛ درک درست و منطقی از یکدیگر، به دلیل نبود اشتراک‌های ذهنی و فکری حاصل نمی‌شود؛ سردی روابط خانوادگی و بی‌تفاوتی نسبت به یکدیگر (بی‌روح بودن زندگی خانوادگی) بروز می‌یابد؛ اعتماد به یکدیگر کاهش پیدا می‌کند و بر احساس شک و بدبینی افزوده می‌شود؛ همچنین احساس مسئولیت نسبت به یکدیگر کاهش می‌یابد و انزوای طلبی حاکم می‌شود؛ همیاری و مشارکت در خانواده رنگ می‌بازد و فردگرایی افزایش می‌یابد؛ احساس مثبت نسبت به یکدیگر، کمرنگ و بر احساس تنهایی افزوده می‌شود؛ زمینه دشمنی و کینه‌توزی نسبت به یکدیگر فراهم می‌شود و خشونت خانوادگی، اختلاف و کشمکش بروز می‌کند؛ ارزش‌های فرهنگی (مذهبی) در خانواده و تحمل نظرها و رفتار یکدیگر کمرنگ می‌شود و تعارض‌ها و اختلاف‌های شدید خانوادگی شدت می‌یابد. در نهایت نیز، زمینه برای ازهم‌گسیختگی خانوادگی در بعد طلاق عاطفی و در نهایت، طلاق قانونی فراهم می‌شود.

- نتایج آزمون همگنی و اثرات ترکیبی تصادفی حاصل از فراتحلیل، در رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و نحوه گذران اوقات فراغت در ۸ مطالعه مثبت، معنادار و در حد متوسط است. به این ترتیب، می‌توان که افزایش میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای، بر نحوه گذراندن اوقات فراغت جوانان و روی آوردن به زندگی مدرن تأثیرگذار است و به هر میزان که افراد ساعات بیشتری در معرض پیام شبکه‌های ماهواره‌ای باشند، این رسانه تأثیر عمیق‌تری بر نگرش‌ها و باورهای آنان درباره نحوه گذراندن اوقات فراغت خواهد گذاشت.

- نتایج آزمون همگنی و اثرات ترکیبی تصادفی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های

ماهواره‌ای با معیارهای مدرن پوشش و حجاب (شیک و زیبا بودن، کیفیت جنس، مارک بودن، مد روز بودن و ...) در ۱۶ مطالعه مثبت، معنادار و در حد متوسط است. بنابراین، هرچقدر میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای بیشتر می‌شود، میزان اهمیت معیارهای مدرن در انتخاب پوشش در آقایان و حجاب در خانم‌ها افزایش پیدا می‌کند و از میزان اهمیت معیارهای سنتی کاسته می‌شود. برای مثال گرایش به حجاب کاهش می‌یابد.

- نتایج آزمون همگنی و اثرات ترکیبی تصادفی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای با سبک زندگی مدرن در ۸ مطالعه مثبت، معنادار و اندازه اثر آن متوسط است. سبک زندگی اشاره به ترجیحات فرهنگی افراد در زندگی روزمره دارد. بنابراین، سبک زندگی غیرواقعی در سریال‌های شبکه‌های ماهواره‌ای یا تبلیغ کالاهای مصرفی و به‌خصوص کالاهای آرایشی و پوششی، موجب تغییر نگرش افراد نسبت به سبک زندگی می‌شود در حالی که در بیشتر موارد نیز شرایط لازم برای برآورده شدن این خواسته‌ها وجود ندارد. امروزه جریان مدرنیته با برجسته ساختن روحیه مصرف‌گرایی یا سبک زندگی مدرن و مصرفی، جریان جدیدی آفریده است و ورود صنعت و فناوری‌هایی چون ماهواره، در ترغیب این روحیه نقش بسزایی داشته است.

- با توجه به نتایج آزمون همگنی و اثرات ترکیبی تصادفی، میزان تأثیر استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای با سایر متغیرها، با توجه به تفسیر اندازه اثر کوهن، کم ارزیابی می‌شود. این متغیرها شامل مصرف‌گرایی و مدیریت بدن هستند. اثرات ترکیبی تصادفی این متغیرها کمتر از ۰/۳۰ است. از این رو، شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، گرایش افراد به مصرف مظاهرانه، توجه به جذابیت چهره، ظاهر و اندام، توجه به شوها، سریال‌ها و فیلم‌های سینمایی و مقایسه خویش با آنان را افزایش می‌دهند.

با توجه به یافته‌های پژوهش، برخی از نواقص پژوهش‌های مرور شده در زمینه شبکه‌های ماهواره‌ای به شرح زیر است:

- تعداد اندکی از پژوهش‌های مرور شده در زمینه شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و ارتباط آن با سبک زندگی با روش کیفی و میدانی صورت گرفته است.

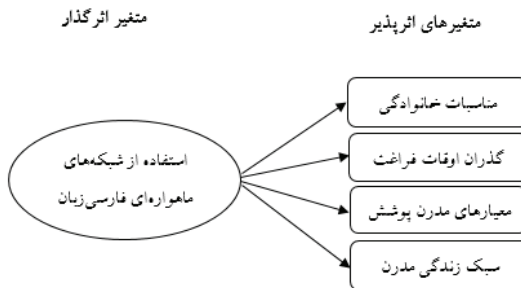
- سطح تحلیل اکثر مطالعات مرور شده در زمینه شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و ارتباط آن با سبک زندگی خرد است و با توجه به ریشه‌های میانی و کلان موضوع لازم است پژوهش‌های بیشتری با واحد تحلیل فراتر از فرد صورت گیرد.



- خلأ نظری و نبود یک مدل جامع و یکپارچه در شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان و ارتباط آن با سبک زندگی به چشم می‌خورد.

- برخی از پژوهش‌های مرتبط با ماهواره، فاقد راهکار و پیشنهاد عملی هستند. در زیر مدل اثر استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان بر سبک زندگی ارائه شده است که با توجه به فراتحلیل حاضر در جامعه ایران ارائه می‌شود. نتایج پژوهش نشان داده است که متغیرهای مناسبات خانوادگی تأثیر خیلی زیادی (در حد بالای ۰/۵) از شبکه‌های ماهواره‌ای می‌پذیرند. این نتایج، همسو با نظریات قبلی این حوزه است. نتایج پژوهش حاضر نیز حاکی از تأثیر منفی، معنادار و در حد بالای استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای بر مناسبات خانوادگی است؛ همچنین نشان از تأثیر مثبت، معنادار و در حد متوسط استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای بر نحوه گذران اوقات فراغت، معیارهای مدرن پوشش و سبک زندگی مدرن دارد که همسو با نتایج پژوهش‌های قبلی است.

نمودار ۱. مدل نظری پیامد استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان بر سبک زندگی



### پیشنهاد‌های رسانه‌ای

• با توجه به اینکه حوزه‌های خانواده، سبک زندگی و فرهنگ، تأثیرات زیادی از شبکه‌های ماهواره‌ای می‌پذیرند، تمرکز بیش‌ازپیش صداوسیما بر برنامه‌های سرگرمی، توجه به نقش خانواده در انتقال الگوهای فرهنگی، آموزش مهارت‌های زندگی، آموزش سواد رسانه‌ای، آموزش تفکر انتقادی در مدارس، شناسایی نیازها و علایق مخاطبان و سایر نهادهای فرهنگی در کنار ساخت برنامه‌های متناسب با آن، مهم‌ترین راهکارها در این زمینه است.

- با توجه به اینکه استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای تأثیر بسزایی در کاهش مناسبات خانوادگی دارد: آموزش و آگاهی‌رسانی به زوجین و خانواده‌ها در کاهش آسیب‌های اجتماعی ناشی از ماهواره مؤثر است. بنابراین، انتقال صحیح ارزش‌ها و هنجارها از طریق خانواده و توجه به نقش خانواده در انتقال الگوهای فرهنگی باید از اولویت‌های مهم نهادهای فرهنگی باشد.
- از آنجا که شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان تأثیر بسزایی بر نحوه گذران اوقات فراغت دارند، رسانه ملی باید به نحو مناسب، پاسخگوی نیازهای مخاطبان در این حوزه باشد. همچنین لازم است یک نیازسنجی جامع و میدانی از سوی پژوهشگران سازمان‌های مربوط مانند وزارت ورزش و جوانان، سازمان صداوسیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شهرداری‌ها در خصوص شناسایی نیازهای جدید فراغتی جوانان، کمبودهای فراغتی جامعه و آسیب‌های موجود در این حوزه در میان اقشار و طبقات محروم انجام گیرد و مطابق آن سند ملی فراغت در کشور تدوین شود.
- پیشنهاد می‌شود رسانه ملی با ساخت برنامه‌های آسیب‌شناسانه و علمی، بسترهای آگاهی مردم و به‌ویژه جوانان را از آسیب‌های احتمالی سبک زندگی و پوشش‌های رایج در شبکه‌های ماهواره‌ای فراهم کند.
- برنامه‌سازان صداوسیما می‌توانند همگام با تغییرات برنامه‌سازی در سطح دنیا، تولید برنامه‌های سبک زندگی بومی را با توجه به ارزش‌های دینی و فرهنگی کشورمان مدنظر قرار دهند.

#### منابع

- بحرانی، شعله؛ سروش، مریم و حسینی، مریم. (۱۳۹۰). مقایسه جنسیتی رابطه رسانه‌ها، هویت و سبک زندگی در بین جوانان شیراز. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۳ (۴۷)، صص ۱۲۰-۱۰۳.
- تیموری، محمود. (۱۳۹۶). *مرور نظام‌مند و فراتحلیل پژوهش‌های انجام‌شده مرتبط با ماهواره*. شورای فرهنگ عمومی استان خراسان رضوی: مرکز مطالعات و پژوهش‌های فرهنگی.
- سلیمی، حسین. (۱۳۸۹). *فرهنگ‌گرایی، جهانی‌شدن و حقوق شهر*. تهران: وزارت امور خارجه.

- شهاب، فوزیه. (۱۳۹۱). گونه‌شناسی شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان. فصلنامه ماهواره و رسانه‌های جدید، ۱ (۱)، صص ۹-۱۴.
- عباسی‌قادی، مجتبی و خلیلی‌کاشانی، مرتضی. (۱۳۹۲). تأثیر اینترنت بر هویت ملی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- علی‌بابایی، یحیی؛ هاشمی، سیدضیاء و تیموری، محمود. (۱۳۹۶). تحلیل و واکاوی روند شکل‌گیری سرمایه فرهنگی معلمان در میدان آموزش و پرورش؛ مورد مطالعه، معلمان شهرستان بیرجند. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۱۰ (۳)، صص ۲۶-۱.
- گرنفل، مایکل. (۱۳۸۹). مفاهیم کلیدی بوردیو (ترجمه محمدمهدی لیبی). تهران: افکار.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۲). تجدد و تشخص؛ جامعه و هویت شخصی در عصر جدید (ترجمه ناصر موفقیان). تهران: نی، چاپ دوم.
- محسنیان‌راد، مهدی. (۱۳۸۴). ایران در چهار کهکشان ارتباطی. تهران: سروش.
- مرکز تحقیقات صداوسیما. (۱۳۹۰). نظرسنجی از مردم تهران و ۳۱ شهر دارای مراکز صداوسیما درباره شبکه‌های ماهواره‌ای.
- مرکز تحقیقات صداوسیما. (۱۳۹۲). نظرسنجی از مردم تهران و ۳۱ شهر دارای مراکز صداوسیما درباره شبکه‌های ماهواره‌ای.
- هومن، حیدر علی. (۱۳۹۲). راهنمای عملی فرا تحلیل در پژوهش علمی. تهران: سمت، چاپ سوم.
- Borenstein, M.; Hedges, L. V.; Higgins, J. P. T. & Rothstein, H. R. (2009). **Introduction to Metaanalysis**, Hoboken, NJ: Wiley.
- Bourdieu, P. (1984). **Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste**. Harvard University Press.
- Cheng, J. W.; Mitomo, H.; Otsuka, T. & Jeon, S. Y. (2016). Cultivation Effects of Mass and Social Media on Perceptions and Behavioural Intentions in post-disaster Recovery—The Case of the 2011 Great East Japan Earthquake. **Telematics and Informatics**, Vol. 33, No. 3, Pp. 753-772.
- Gerbner, G. (1994). **Media Effects: Advances in Theory and Research**. In: Bryant, J. y Zillmann, D. (Eds.), *Growing Up with Television: The Cultivation Perspective*. L. Erlbaum Associates, Hillsdale, N.J, Pp. 17-41.
- Gerbner, G.; Gross, L.; Morgan, M.; Signorielli, N. & Shanahan, J. (2002).

Growing up with Television: Cultivation Processes. *Media Effects: Advances in Theory and Research*, 2, Pp. 43-67.

Giddnes, A. (2009). **Modernity and Dignity: Community and Self-identity in the Modern era**, Translated Movafaqyan N. Tehran, Ney Publication.

Laughey, D. (2007). **Key Themes in Media Theory**. McGraw Hill Publication.

Lipsey, M. W. & Wilson, D. B. (2001). **Practical Meta-analysis**, Thousand Oaks, CA: Sage.

Littell, J. H.; Corcoran, J. & Pillai, V. (2008). **Systematic Reviews and Meta-analysis**, New York: Oxford University Press.

Shrum, J. & Bischak, D. (2001). Mainstreaming, Resonance, and Impersonal Impact. **Human Communication Research**, Vol. 27, No. 2, Pp. 187-215.

Archive of SID