

## بررسی تاثیر ماهواره بر هویت فرهنگی جوانان (مورد مطالعه: مدیران انجمن روابط عمومی ایران)

محمدرضا حقیقی، دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق  
(نویسنده و عهده‌دار مکاتبات) m.haghighi53@yahoo.com

### چکیده

در این مقاله در راستای تبیین تاثیر ماهواره بر هویت فرهنگی جوانان، نخست مفهوم هویت و فرایند شکل‌گیری آن تشریح و سپس به مفهوم هویت فرهنگی اشاره نموده و دیدگاه جامعه‌شناسان معاصر در این رابطه شرح داده شده است. در ادامه ضمن توصیف ماهواره و انواع آن، نقش ماهواره در شکل‌گیری هویت فرهنگی جوانان تشریح و در خاتمه با توجه به نظرسنجی به عمل آمده از اعضای انجمن مدیران روابط عمومی ایران در خصوص موضوع، این نتیجه عاید گردیده که ماهواره تحولات شگرفی را موجب شده و از طریق شکستن محدودیت‌های جغرافیایی، هرگونه محدودیت رسانه‌های جهانی و اینترنت را شکسته و موجبات مشارکت مدنی هر انسان در دورافتاده‌ترین نقاط جهان را فراهم نموده است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که بین مشاهده ماهواره و هویت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد ولی این نتیجه نباید گریز از مشاهده ماهواره را به دنبال داشته باشد؛ چرا که امروزه مشاهده ماهواره به یک ابزار کاملاً رایج در جهان تبدیل شده است.

**واژه‌های کلیدی:** فرهنگ، رسانه‌های جهانی، ماهواره، هویت فرهنگی جوانان، زبان، آداب و رسوم، دین

## مقدمه

جهان امروز، تحت تاثیر توسعه رسانه‌های ارتباطی در عرصه جهانی، عصر ارتباطات و اطلاعات نام نهاده و تاثیر این مفهوم را در علوم انسانی با تعبیری همچون عصر دانایی، انفجار اطلاعات، انقلاب اطلاعات و جامعه اطلاعاتی بیان می‌کنند. گسترش و نفوذ رو به توسعه رسانه‌ها و فناوریهای نوین بر نهادهای اصلی جامعه یعنی فرهنگ، سیاست، خوبشاوندی، روابط اجتماعی افراد و آموزش تاثیر گوناگونی گذارده است.

امروزه وسایل ارتباط جمعی در تمامی کشورها نقش حساس و مهمی را در زمینه‌های مختلف از جمله سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایفا می‌کنند. اهمیت رسانه‌های گروهی تا حدی است که دانشمندان در تقسیم‌بندی مراحل تاریخی تمدن بشر، آنرا به‌عنوان یک شاخص حائز اهمیت لحاظ کرده‌اند. اولین تافلر تمدن بشری را به سه مرحله تقسیم و آنرا شامل مرحله کشاورزی، مرحله صنعتی و مرحله فراصنعتی یا عصر ارتباطات و اطلاعات می‌داند. در عصر فراصنعتی، قدرت در دست کسانی است که شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی را در اختیار خود دارند (تافلر، ۱۳۷۷: ۵۷).

گسترش روابط اجتماعی ۲ و اقتصادی ۳ در سراسر جهان در دوران کنونی. جنبه‌های متعددی از زندگی مردم از سازمان‌ها و شبکه‌های اجتماعی گرفته تا سایر نهادها که هزاران مایل دورتر زندگی می‌کنند، را تحت تأثیر قرار داده است. یکی از جنبه‌های اصلی مطالعه جهانی شدن، ظهور یک نظام جهانی است. یعنی از برخی جهات ما می‌باید جهان را به‌صورت یک نظام اجتماعی واحد در نظر بگیریم. (گیدنز، ۱۳۷۹: ۷۸۷)

یکی از مسائل اساسی در دوران کنونی، مساله هویت ملی یا جمعی است، که رشد و توسعه رسانه‌ها بویژه ماهواره، چالش‌ها و فرصت‌هایی را برای آن پدید آورده است. بررسی تاثیرات و پیامدهای مثبت یا منفی این نوع رسانه‌ها بر ارزش‌ها، باورها، هویت فرهنگی و ملی و نیز شناسایی پیامدهای این پدیده‌های فرامدرن و درک ابعاد مبهم و ناشناخته آن از اهمیت چشمگیری برخوردار است. در دوران کنونی، رسانه‌ها و از جمله ماهواره همواره از آن دست عوامل و متغیرهایی بوده‌اند که در بیشتر جوامع، در مباحث و مطالعات مربوط به هویت چه در سطح فردی و چه ملی، حاضر بوده‌اند.

رسانه‌های الکترونیکی جدید در اثر تغییراتی که در برداشت‌های بشر امروزی بوجود می‌آورند "هویت‌ها" را در وضعیت کاملا تازه ای قرار می‌دهند که متفاوت و حتی مغایر با هویت‌های عصر اول رسانه‌ها یا دوران مدرن است. عبارت دقیق تر، عصر دوم رسانه‌ها و رسانه‌های الکترونیکی جدید، از صورت بندی‌های ذهنی جدیدی حمایت می‌کنند که سازنده هویت بی ثبات و تغییر ناپذیر انسان جدید است.

به نظر آنتونی گیدنز دنیای امروز دنیایی فرار است که نه تنها آهنگ تحولات اجتماعی در آن سریع تر از هر جامعه ماقبل نوین است، بلکه میدان عمل و ژرفای تاثیرات آن بر کارکردها و شیوه‌های رفتاری جوامع پیشین نیز بی سابقه است. به نظر وی این پویایی خارق‌العاده زندگی اجتماعی را می‌توان با سه عنصر اصلی پاسخ داد: جدائی زمان و فضا، که به امکان جا انداختن روابط اجتماعی محلی یا موضعی در گستره‌های پهناوری از زمان - فضا تا حد ایجاد نظام‌های یکپارچه جهانی منجر شده است. ساختارهای تکه برداری که عبارت است از نشانه‌های نمادین و نظام‌های کارشناسی. این ساختارها کنش متقابل را از ویژگی‌های محلی و موضعی جدا می‌کند. بازتابندگی نهادین که کاربرد منظم اطلاعات و دانش‌های مربوط به شرایط زندگی اجتماعی، به منزله عنصری ساختاری در سازماندهی و تغییر و تبدیل‌های همان اوضاع است (گیدنز، ۱۳۷۸، صص ۴۵ - ۳۱).

نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد "وضعیت بحران زدگی" بیش از سایر وضعیت‌ها در جامعه وجود دارد، همچنین بحران هویت و هویت یافتگی یکی از عوامل مهم در سلامت روانی جوانان محسوب می‌شود و اغتشاش در هویت جوانان

<sup>2</sup> - Social relations

<sup>3</sup> - Economic

موجب اعتماد، دلمردگی، اضطراب، افسردگی، بی تفاوتی و... می‌گردد و تهدیدی جدی برای فرهنگ و اخلاق برای "حال" و "آینده" کشورمان است. جایگاه فضای مجازی اینترنت که باعث شکل‌گیری یک نظام ارتباطی جدید مبتنی بر زبان همگای "دیجیتالی" شده و بنیاد مادی جامعه را چنان دگرگون کرده که هیچ‌گونه انزواگزینی و کناره‌گیری را بر نمی‌تابد و حتی دورافتاده‌ترین و سنتی‌ترین جوامع نیز از بستن مرزهای خود به روی جریان‌ها و شبکه‌های جهانی ناتوان هستند، در این راستا جوانان می‌توانند مرکز ثقل تغییرات جهانی شدن امروز قرار گیرند.

بنابراین در این پژوهش "هویت فرهنگی" به عنوان پدیده‌ای جهان شمول برای همه عناصر اجتماعی، اقوام و ملل در نظر گرفته شده و تحت تأثیر فضای ماهواره ای، مورد واکاوی قرار می‌گیرد. این متغیر در قالب عواملی چون: میزان علاقه و پایبندی به سنن و رسوم ملی، گرایش‌ها و اعتقادات مذهبی و... دسته‌بندی شده است که عمده این عوامل را می‌توان در ظرف مصرف (چه مادی و چه معنوی) جای داد و آن را با توجه به فرآیند جهانی شدن و فناوری ارتباطات و اطلاعات و تأثیر خاص آن مورد کنکاش قرار داد.

با توجه به مطالب یادشده در این مقاله، رابطه ماهواره با هویت فرهنگی جوانان مورد بررسی قرار گرفته و جوانب و ابعاد آن با توجه به شاخص‌های تعیین شده بررسی می‌شود.

### هویت:

معمای هویت در سطح فردی و اجتماعی مهم‌ترین دغدغه انسان امروزی است و یکی از اساسی‌ترین و بدیع‌ترین مباحث عصر مدرن<sup>۴</sup> و پسامدرن<sup>۵</sup> شمرده می‌شود که واجد معانی متعددی می‌باشد و تبیین آن مستلزم تبیین بین‌رشته‌ای است. هویت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مباحث علمی توجه صاحب‌نظران عرصه روانشناسی، روانشناسی اجتماعی، جامعه‌شناسی، مطالعات فرهنگی، علوم تربیتی، علوم سیاسی و فلسفه را حداقل به خود معطوف داشته است. این مهم ناشی از آن است که انسان‌ها دارای هویت‌های گوناگونی هستند که لزوماً این هویت‌ها در مقابل یکدیگر قرار نمی‌گیرند. زیرا افراد از هویت‌های گوناگون به عنوان بسته‌های اطلاعاتی استفاده می‌کنند و در موقعیت‌های مناسب از آن‌ها سود می‌جویند.

هویت یعنی کیفیت یکسان بودن در ذات، ترکیب و ماهیت و نیز یکسان بودن در هر زمان و هر شرایط. به‌هر حال هویت داشتن، یا یگانه بودن بودن دارای دو جنبه متفاوت می‌باشد همانند دیگران بودن در طبقه خود؛ و همانند خود بودن در گذر زمان است (گل محمدی، ۱۳۸۰: ۱۶).

جنکینز<sup>۶</sup> نیز هویت را متضمن مفاهیمی چون شباهت و تفاوت می‌داند. وی در تعریف هویت به تبیین ریشه لاتینی Identity که از Idem به معنای مشابه و یکسان است، به دو معنی تشابه و تمایز اشاره دارد. مفهوم هویت به‌طور همزمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت محتمل را برقرار می‌سازد از یک طرف شباهت و از طرف دیگر تفاوت مطرح می‌کند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۵).

### انواع ماهواره‌ها

از ساخت و پرتاب نخستین ماهواره به فضا، نزدیک به پنج دهه می‌گذرد. در این مدت، ماهواره‌ها جای خود را در زندگی بشر گشوده‌اند. اینک هزاران ماهواره در مدار زمین در حال چرخش اند که دارای انواعی مختلف هستند و هر یک برای اهداف و مقاصد ویژه طراحی و ساخته شده‌اند (مک براید، ۱۳۶۱: ۲۳۳). به‌طور کلی ماهواره‌ها از نظر کاربرد، به دو دسته نظامی و غیر نظامی تقسیم می‌شوند.

<sup>4</sup> -Modern

<sup>5</sup> -Postmodern

<sup>6</sup> -Jenkins

**الف - ماهواره های غیر نظامی :**

ماهواره های مخابراتی، یکی از انواع ماهواره های غیر نظامی اند که دارای کاربردی بیشترند. ماهواره های تقویت کننده امواج رادیویی و تلویزیونی نیز یکی دیگر از شناخته شده ترین ماهواره های غیر نظامی هستند که برای تقویت امواج رادیو و تلویزیون به فضا پرتاب می شوند. استفاده از این نوع ماهواره ها سبب افزایش قدرت شبکه های رادیو تلویزیون و گسترش شعاع عمل فرستنده ها و حوزه انتشار برنامه های رسانه های گروهی است.

**ب - ماهواره های نظامی :**

امروزه در میان آسمان ده ها نوع ماهواره نظامی به کسب اخبار و اطلاعات مشغولند؛ ماهواره هایی بسیار پیچیده و برخوردار از دانش پیشرفته که توسط قدرت های جهانی و دارندگان فنآوری و صنعت، ساخته شده اند. این ماهواره ها هر یک برای گونه ای ویژه از جاسوسی طراحی گشته اند و بنابراین به تناسب کاربردها، متنوع می باشند (حسینی، ۱۳۶۷: ۱۲۳). به طور کلی یازده نوع ماهواره نظامی در جهان می توان یافت که ماهواره های جاسوسی عکاسی، جاسوسی نظارت دریایی، جاسوسی هشداردهنده، استراق سمع الکتریکی، اطلاعاتی، رهگیری و جاسوسی مخابراتی، ناوبری، هواشناسی نظامی، علمی نظامی - مخابرات نظامی و جز آن را شامل می شوند. در سال ۱۹۷۲ م. کارشناسان آمریکایی ماهواره هایی موسوم به (لندست ۷) طراحی نمودند که برای کشف از راه دور به کار می رفتند و می توانستند تشعشعات زمین را اندازه گیری و ضبط و با دقت وضوح ۳۰ متر تصویربرداری کنند و این تصاویر را به پایگاه های زمینی مخابره نمایند. سازمان جاسوسی آمریکا - سیا - از این ماهواره ها به گونه ای گسترده برای جاسوسی از اوضاع کشاورزی شوروی سابق استفاده می نمود. تحقیقات نشان داده است استفاده افراطی از ماهواره موجب بروز آسیب های جدی بر افراد گردیده است. به عنوان مثال به برخی از این تحقیقات اشاره می کنیم:

**- ماهواره ها، جهانی شدن فرهنگ و بحران هویت، صدیقه ببران، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۳۰ و**

**۳۱، سال ۱۳۸۱**

نویسنده این مقاله معتقد است، فرایند جهانی سازی، مفهوم و پدیده تازه ای است که متکی بر فشردگی فزاینده زمان و فضا و افزایش آگاهی حاصل از انقلاب اطلاعات بوده و بر رویه های سیاسی - اقتصادی و به ویژه فرهنگ جوامع تأثیر به سزایی دارد. این فرایند از یک سو با موفقیت های قابل توجهی مانند گسترش فناوری ها (به ویژه فناوری های نوین ارتباطی) و پدیده های جدید و تسهیل کننده در دورترین نقاط جهان روبه رو است و از سوی دیگر با اشکالات و ایرادهای بزرگی مانند افزایش شکاف طبقاتی در عرصه های ملی، پیدایش پدیده فقر مدرن، سلطه ثروتمندان، گسستگی، آشفستگی و بی نظمی هنجاری، ارزشی، هویتی و یکسان سازی و یکپارچه کردن فرهنگ ها.

از این رو می توان گفت کلیه کشورها در رویارویی با این پدیده که شالوده و سازه های اجتماعی جوامع یعنی هویت آنها را متأثر می سازد، با فرصت ها و چالش هایی جدی مواجهند. در جهان امروز، با توجه به ویژگی های جهانی شدن و عصر اطلاعات که ماهیت ارتباطات را متحول ساخته است، از یک سو، اطلاع رسانی و ارتباطات منبع اصلی قدرت به حساب می آید و از سوی دیگر، هویت سازی و هویت مندی تابعی از ساختار قدرت تلقی می شود. بدیهی است در این میان، آن دسته از جوامع که از یک طرف در تقویت زیرساخت های ارتباطی و رقابت مؤثر در میدان ارتباطات و اطلاع رسانی با شیوه های نوین و از طرف دیگر، در امر هویت مندی و هویت سازی ناتوانند، دچار آسیب های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جبران ناپذیری خواهند شد.

**- هویت فردی و فرهنگی در عصر ماهواره و ارتباطات جهانی، محمد رضا رضایی بایندر، فصلنامه پژوهش و**

**سنجش، شماره ۳۰ و ۳۱، سال ۱۳۸۱**

نویسنده این مقاله معتقد است، در نظام های سنتی، شکل گیری هویت بر مبنای اطلاعات و درون شدهایی است که فرد از خانواده، مدرسه، گروه همسالان و دیگر عوامل مهم دریافت می کند. بدین دلیل در طول قرون و اعصار گذشته،

هویت فرهنگی و اجتماعی افراد باعث تشخیص آنها شده و با بازنمایی ویژگی‌های فرهنگی همگن در یک چهارچوب و مرزبندی معین به شکل‌گیری جوامع متمایز انجامیده است. همگرایی مرزهای جغرافیایی و فرهنگی، به تنوع فرهنگ‌ها و تمدن‌های بشری کمک شایانی کرده و تبادلات فرهنگی رشد و بالندگی جوامع مختلف را تضمین کرده است. اما امروزه در جهان معاصر، رشد روزافزون فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات (ICT) از جهات گوناگون موجب شده است هویت فردی و فرهنگی جوامع تحت تأثیر قرار گیرد. ورود اطلاعات و درون‌شدهای فرا فرهنگی و فراملی به نظام هویتی افراد، با ایجاد تعارض در این نظام مشکلاتی را فرا راه جوامع مختلف به ویژه جوامع سنتی و در حال توسعه قرار داده است. بهره‌جویی قدرت‌ها و کشورهای سلطه‌جو از این ابزار برای تأمین اهداف و مقاصد خود، ابعاد این مسئله را گسترده‌تر کرده و نگرانی‌های عمده‌ای را در سطح جوامع مختلف برانگیخته است. آشنایی با ساز و کار تأثیر این فناوری‌ها و به ویژه ماهواره بر نظام‌های هویتی می‌تواند نقش مؤثری در پیشگیری از آثار و پیامدهای آنها داشته باشد.

### ماهواره‌ها و بی‌خویشتن‌شدگی مخاطبان، غلامرضا آذری، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۳۰ و ۳۱، سال ۱۳۸۱

نویسنده این مقاله معتقد است، یکی از زمینه‌های اساسی مورد توجه صاحب‌نظران و اندیشمندان حوزه «روان‌شناسی ارتباطات جمعی» مبحث پیچیده «مخاطب‌شناسی» رسانه‌ها است. در این بین، سهم «ماهواره‌ها» و شناخت‌شناسی مخاطبان متعدد آن کمتر مورد توجه قرار گرفته است. سعی و تلاش ابداع‌گران اولیه ماهواره‌ای بر آن بود که از مفهوم ذهنی خود فراتر رفته و اضطراب انسان ارتباطی عصر اطلاعاتی امروز را کاهش دهند. اما این حرکت ارتباطی کامل نشد و ما همواره پدید آمدن انواع آسیب‌های روانی را در مخاطبان ماهواره‌ای شاهد بوده‌ایم. بخشی از این آسیب‌های روانی، جنبه فرهنگی - اجتماعی دارند و بخشی دیگر، شخصی - محیطی. هدف اصلی مقاله حاضر، آشکارسازی یکی از ابعاد مهم مخاطبان ماهواره‌ای از دیدگاه آسیب‌شناختی روانی است. در این نوشتار «بی‌خویشتن‌شدگی»<sup>۸</sup> مخاطبان ماهواره‌ای به عنوان «متغیر وابسته» در نظر گرفته شده اند؛ زیرا نویسنده معتقد است برنامه‌های ماهواره‌ای «متغیرهای مستقل» هستند. برای بررسی دقیق، نخست پس از طرح مسئله، تعاریف و توصیف‌هایی از این مفهوم ارائه می‌شود؛ سپس با توجه به نظریه‌های روان‌شناختی، ابعاد موضوع شفاف شده و در نهایت با اتکا به پژوهش‌های عملی کلاسیک در این خصوص سعی گردیده به پرسش‌های مسئله پاسخ داده شود. در پایان مقاله، نویسنده با توجه به رویکردهای نظری مسائل آسیب‌شناختی مخاطبان ماهواره‌ای به این نتیجه می‌رسد که «اختلال رسمی تفکر»<sup>۹</sup> و انواع آن عامل اصلی «بی‌خویشتن‌شدگی» مخاطبان ماهواره‌ای است.

با مرور مقالات و تحقیقات پیشین در خصوص استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای و تأثیرات آنها بر مخاطبان، در مجموع می‌توان چنین نتیجه گرفت که اکثر آنها ضمن اینکه معتقدند این ابزارها می‌توانند دارای کارکرد مثبت باشند، نیز می‌توانند اثرات منفی و سوئی بر جامعه و مخاطبین داشته باشند. این اثرات در حوزه برنامه‌های ماهواره‌ای عبارتند از: تضعیف و تحلیل فرهنگ‌های بومی.

ایجاد بحران هویت و بی‌خویشتن‌شدگی در جامعه.

تشدید یا تقویت فرایندهای اجتماعی مانند کشمکش، توافق، همگونی و رقابت به عنوان ارزش‌های اجتماعی، در دو حوزه ملی و فراملی.

<sup>۸</sup> - Depersonalization

<sup>۹</sup> - Formal Thought Disorder

## ماهواره‌ها و بحران هویت

در صورتیکه توسعه فناوری‌های نوین ارتباطی مانند شبکه‌های ماهواره‌ای را بخشی از فرایند گریزناپذیر جهانی شدن بدانیم، باید اذعان نمود که این فرایند موجب نوعی بحران هویت و فرهنگ در جوامع مختلف مخصوصاً در جوامع ضعیف تر خواهد شد.

واقعیت این است که وقوع انقلاب اطلاعات و پیدایش فناوری‌های جدید ارتباطی مانند ماهواره‌ها و اینترنت منجر به ارائه تعریف جدیدی از سیاست و ساختارهای قدرت در جامعه می‌شود. در همین راستا قدرت نیز در دست کسانی تمرکز می‌یابد که امکان تولید، کنترل و انتشار مؤثرتر و کارآمدتر اطلاعات را داشته باشند. بنابر باور بسیاری از صاحب‌نظران، این صاحبان قدرت هستند که با تنظیم اطلاعات، دانش و تصمیم‌های سیاسی در سطح ملی و بین‌المللی و از طریق رسانه‌ها در زمینه‌های مختلف تصمیم‌گیری می‌کنند. از دید آنان، رسانه‌ها ابزاری هستند که بوسیله آنها طبقه حاکم جهان نه تنها موفق به توجیه سلطه خویش می‌شود بلکه موافقت جدی افراد تحت حکومت را نیز به دست می‌آورد.

از سوی دیگر تحول مهم عرصه ارتباطات بین‌الملل یعنی تمرکز و ادغام رسانه‌های جمعی و ظهور غول‌های رسانه‌ای مجهز به شبکه‌های ماهواره‌ای بزرگ را نیز که در طول دو دهه گذشته به وقوع پیوسته، نمی‌توان در روند جهانی شدن نادیده انگاشت. چرا که این تمرکز بر شیوه ترکیب‌بندی و انتشار اخبار و محصولات فرهنگی تأثیر به‌سزایی گذاشته و به تجاری شدن صرف این محصولات منجر شده است.

در تأیید این نظر، بسیاری از نظریه‌پردازان نوین نیز بر این باورند که در فرایند جهانی شدن، یکی از مهم‌ترین جلوه‌های نقش رسانه‌های جدید اعم از شبکه‌های ماهواره‌ای و رایانه‌ای اهتمام آنها به رشد تک فرهنگی جهانی است؛ فرهنگی که از سوی رسانه‌های جهانی غرب تبلیغ می‌شود، فرهنگی که به مردم دیکته می‌کند چه بپوشند، چه بخورند و چه زندگی کنند، چه بدانند و چگونه فکر کنند.

جابه‌جایی اطلاعات که ناشی از نابرابری‌های فناورانه (به ویژه فناوری ماهواره‌ای) بین جوامع پیشرفته و در حال توسعه است، موجب گسترش موج سرمایه‌داری و تسلط و تأثیرگذاری فرهنگ غالب غربی و در نهایت به حاشیه رانده شدن کشورهای ضعیف خواهد شد. از نظر بسیاری از نظریه‌پردازان، هدف غرب از به کارگیری سیستم‌های ماهواره‌ای، ایجاد بستری مناسب برای یکسان‌سازی فرهنگی و جهانی‌سازی اقتصاد لیبرالیستی است. (دهشیری، ۱۳۷۹)

با توجه به نفوذ رسانه‌های نوین در جوامع و تغییرات فرهنگی در آنها، سؤال این است که هویت افراد چگونه تغییر خواهند کرد؟ از نظر بسیاری از دانشمندان و صاحب‌نظران علوم اجتماعی، شکل‌گیری هویت افراد تحت تأثیر منابع متعددی است که عمده‌ترین آنها عبارتند از: خانواده، رسانه‌های گروهی، مدرسه و گروه همسالان. از این میان، رسانه‌های گروهی با توجه به گستره نفوذ و فراگیری آنها اهمیت ویژه‌ای یافته‌اند. گسترش تلویزیون‌های ماهواره‌ای موجب شده است شکل‌گیری نظام شخصیتی و هویت افراد تحت تأثیر عوامل متعدد و گاه متعارض قرار گیرد. در نظام‌های سنتی، فرد ارزشها و هنجارهایی را درونی می‌کند که متناسب با ویژگی‌های فرهنگی خود است. از این رو، شکل‌گیری هویت فرد متناسب با فرهنگ خودی صورت می‌گیرد و مجموعه ارزش‌ها، هنجارها، آداب و رسوم، عقاید و دیگر عناصر فرهنگی در نظام هویتی و شخصیتی فرد درونی می‌شود. اما در جهان معاصر، گسترش رسانه‌های گروهی موجب شده است که در حوزه‌های گوناگون، اطلاعات متفاوتی در دسترس افراد قرار گیرد. برای مثال، بسیاری از تلویزیون‌های ماهواره‌ای با تکیه بر سیاست‌های سلطه‌جویانه و به منظور تأمین سرمایه‌گذاران غربی به رواج مصرف زدگی، ارزش‌های غیر اخلاقی و بی‌بند و باری می‌پردازند و با تکیه بر روش‌های جذاب و کارآمد تبلیغ، نگرش‌های افراد را شکل داده و ویژگی‌های فرهنگی خود را جایگزین ویژگی‌های فرهنگ اصلی می‌کنند. این رسانه‌ها با عرضه اطلاعات تازه، تضاد ارزشی مخاطبان خود را افزایش می‌دهند. هنگامی که تضادهای ارزشی مربوط به مسائل مختلف از طریق رسانه‌های گروهی مطرح می‌شوند، مخاطبان نیز تمایل می‌یابند موقعیت ارزشی خود را معین و مشخص کنند. این

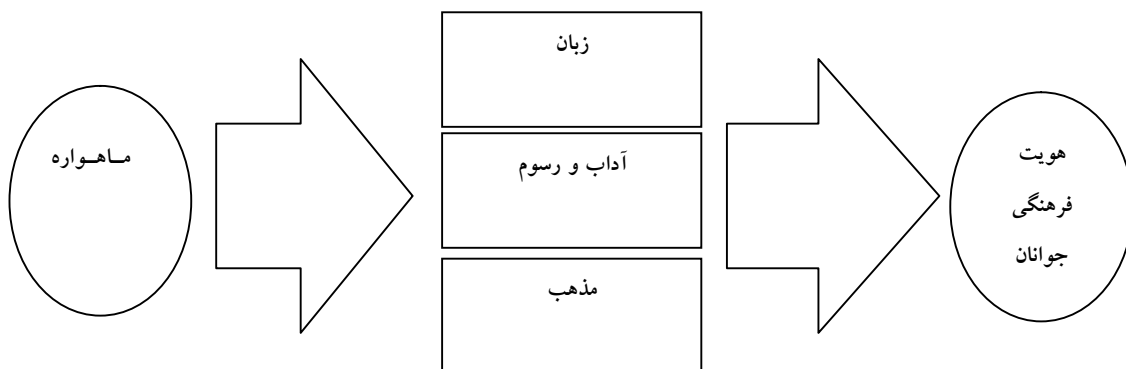
فرایند ممکن است تا حدی رنج‌آور باشد زیرا فرد برای انتخاب میان اهداف و روش‌های ناسازگار کسب ارزش‌ها، تحت فشار قرار می‌گیرد اما ترجیحات ارزشی افراد صراحت می‌یابند و زمینه برای تغییر نظام ارزشی و هویت افراد فراهم می‌آید. لازمه چنین امری، ارزیابی ارزش‌ها و دیگر عناصر هویتی و انتخاب بین آنهاست. این ارزیابی موجب می‌شود عناصر ضعیف‌تر کنار گذاشته شده و عناصر دیگری مهم شمرده شوند. بنابراین فرد به تفسیر تازه‌ای از عناصر هویت خود می‌رسد و در نهایت، هویت تغییر می‌یابد.

### چارچوب نظری و مدل مفهومی:

زنجیره رسانه‌های جهانی و متحدان آنها در جهان سرمایه‌داری، اکثر انسان‌ها را به مصرف‌کنندگان غیرفعال تبدیل می‌کنند که از هویت فرهنگی خود خالی شده‌اند و توانایی رقم زدن سرنوشت خویش را ندارند. بهره‌مندی کشورهای توسعه یافته غربی از روستاها، روستاهای اطلاعاتی و ابزارهای فناوری ارتباطاتی چون ماهواره‌ها، موجبات برتری آنها را در عرصه تحمیل زیرساخت‌های ارتباطی (شامل اندیشه و فرهنگ) به فرهنگ‌های دیگر فراهم آورده است. با گسترش سریع دسترسی به ماهواره در اغلب جنبه‌های زندگی روزمره، نیاز به درک اثرات اجتماعی این پدیده و پی آمدهای ناشی از آن شده است. ظهور تکنولوژی ماهواره به خودی خود یک حرکت مثبت به سمت پیشرفت در پاسخ به نیازهای اجتماعی انسانها بوده است، لیکن به نظر می‌رسد که این پدیده همانند سایر تکنولوژیهای نوین خالی از اثرات سوء اجتماعی نباشد

دوران معاصر دوران دل‌مشغولی انسان معاصر جدید در باب معمایی «هویت» است. دانش و قدرت، توشه انسان در راه شناخت کیستی و چیستی «خود» در برابر «دیگری» است. (تاجیک، ۱۳۷۹) هویت، موجودیتی پویا دارد، درون هویت یک ساز و کاری وجود دارد که انباشتی یا انباشت دهنده است. یعنی لزوماً وقتی می‌بینید که هویتی شکل می‌گیرد و تحت فشار بیرونی از بین می‌رود و نمی‌تواند تداوم پیدا کند، به این معنا نیست که این از بین رفتن یعنی از بین رفتن کامل و هویت بعدی که به وجود می‌آید باید از صفر شروع کند.

محمد رضا تاجیک معتقد است که هویت فرهنگی یعنی اینکه یک ملت در ذهنیت‌اش و ناخودآگاهش به کدام سمت، کدام زبان، کدام آداب و رسوم و کدام مذهب گرایش دارد. مشترکات این مجموعه، فرهنگ آن ملت می‌شود.



نمودار شماره ۱ مدل مفهومی تحقیق - (محقق ساخته برگرفته از نظریه محمد رضا تاجیک)

### اهداف تحقیق

#### هدف اصلی:

شناخت و آگاهی نسبت به تأثیرات ماهواره بر هویت فرهنگی جوانان

**اهداف فرعی:**

- ۱- شناخت و آگاهی نسبت به تأثیرات ماهواره بر زبان جوانان
- ۲- شناخت و آگاهی نسبت به تأثیرات ماهواره بر آداب و رسوم جوانان
- ۳- شناخت و آگاهی نسبت به تأثیرات ماهواره بر مذهب جوانان

**سؤالات تحقیق:****سؤال اصلی:**

ماهواره چه تأثیری بر هویت فرهنگی جوانان دارند؟

**سؤالات فرعی:**

- ۱- ماهواره چه تأثیری بر زبان جوانان دارند؟
- ۲- ماهواره چه تأثیری بر آداب و رسوم جوانان دارند؟
- ۳- ماهواره چه تأثیری بر مذهب جوانان دارند؟

**فرضیه‌های تحقیق:****فرضیه اصلی:**

بین مشاهده ماهواره و تغییر در هویت فرهنگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

**فرضیه‌های فرعی:**

- ۱- بین مشاهده ماهواره و تغییر در زبان جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.
- ۲- بین مشاهده ماهواره و تغییر در آداب و رسوم جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.
- ۳- بین مشاهده ماهواره و تغییر در مذهب جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

**روش تحقیق**

اصولاً با توجه به ماهیت تحقیق و متناسب با موضوع مورد بررسی، روش‌های مختلفی برای تحقیق و پژوهش وجود دارد که استفاده از هر یک به ماهیت و زمینه تحقیق، فعالیت‌های لازم برای نتیجه‌گیری و میزان مسئولیت محقق در مقابل نتایج و اهداف تحقیق بستگی دارد. با توجه به مسائل مطروحه و مطالعه اسناد و مدارک و همچنین مطالعات تحلیلی در خصوص ادبیات تحقیق، پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه‌های اجرا، همبستگی می‌باشد.

**روش گردآوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات**

روش گردآوری اطلاعات در این تحقیق، روش میدانی و کتابخانه‌ای می‌باشد. محقق در گام نخست اعتبار<sup>۱۰</sup> داده‌های جمع‌آوری شده را محک زد تا مشخص نماید اطلاعات استخراج شده از پرسشنامه تا چه میزان با واقعیت‌های اجتماعی تطبیق دارند. برای این منظور ضریب آلفای کرونباخ را محاسبه نمود. نتیجه حاکمیت آزمون کرونباخ برای محک اعتبار پرسشنامه‌ای که به صورت طیف لیکرت طراحی شده مناسب است و سپس با بهره‌گیری از تکنیک‌های آماری که با توجه به نوع متغیر (کیفی) و مقیاس اندازه‌گیری (رتبه‌ای) داده‌ها سازگاری دارد، اطلاعات جمع‌آوری شده، دسته‌بندی و تجزیه و تحلیل گردید. محقق در گام بعدی با استفاده از آمار توصیفی، اطلاعات جمع‌آوری شده را با تهیه جدول توزیع

<sup>10</sup> - reliability



فراوانی ارایه و به کمک نمودار نتایج آنرا نشان داد و با استفاده از آمار استنباطی، با انجام آزمون T دونمونه‌ای بر روی متغیرها تفاوت اولویت در دو بخش را مورد ارزیابی قرار داد.

### جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه:

در این تحقیق با توجه به سؤال اصلی، جامعه آماری، جامعه آماری، اعضای انجمن مدیران روابط عمومی ایران که تعداد آنها حدوداً ۷۰۰ نفر می‌باشند، جمع آوری اطلاعات با انجام نمونه‌گیری هدفمند صورت پذیرفته و تعداد ۲۰۰ پرسشنامه از جامعه آماری گردآوری شده است. بنابراین در این تحقیق از نمونه‌گیری در دسترس استفاده شده است

## آماراستنباطی

### آزمون فرضیه فرعی اول:

بین مشاهده ماهواره و تغییر در زبان جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

H0: بین مشاهده ماهواره و تغییر در زبان جوانان رابطه معنی داری وجود ندارد.

H1: بین مشاهده ماهواره و تغییر در زبان جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

گزینه	مورد مشاهده	مورد انتظار	میزان انحراف	نتیجه کای-اسکوئر a1
بدون پاسخ	*	*	*	مقدار کای-اسکوئر (chi-square)
کاملاً مخالفم	*	*	*	
مخالفم	۱۰	۵۰	-۴۰	آزادی (d)
بی نظرم	۵۷	۵۰	۷	
موافقم	۱۰۵	۵۰	۵۵	میزان احتمال خطا (asyp.sing)
کاملاً موافقم	۲۸	۵۰	-۲۲	
جمع	۲۰۰	*	*	

جدول شماره (۱)

باتوجه به فراوانی مورد مشاهده در جدول شماره (۱) کای-اسکوئر از دیدگاه جامعه مورد مطالعه بین مشاهده ماهواره و تغییر در زبان جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. برای حصول اطمینان از وجود چنین رابطه‌ای آزمون وجود استقلال بین دو گروه (ضعیف و قوی) یعنی کای-اسکوئر را اجرا می‌کنیم. چون درصد خطای محاسبه شده کمتر از 0.05 می‌باشد در نتیجه فرض H0 رد شده پس می‌توان گفت با 0.95 درصد اطمینان از دیدگاه جمعیت نمونه بین مشاهده ماهواره و تغییر در زبان جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

### آزمون فرضیه فرعی دوم:

بین مشاهده ماهواره و تغییر در آداب و رسوم جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

H0: بین مشاهده ماهواره و تغییر در آداب و رسوم جوانان رابطه معنی داری وجود ندارد.

H1: بین مشاهده ماهواره و تغییر در آداب و رسوم جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

گزینه	مورد مشاهده	مورد انتظار	میزان انحراف	نتیجه کای-اسکوئر a1
بدون پاسخ	*	*	*	مقدار کای-اسکوئر (chi-square)
کاملاً مخالفم	*	*	*	
مخالفم	۱۴	۵۰	-۳۶	آزادی (d)
بی نظرم	۱۵	۵۰	-۳۵	
موافقم	۸۲	۵۰	۳۲	میزان احتمال خطا (asyp.sing)
کاملاً موافقم	۸۹	۵۰	۳۹	
جمع	۲۰۰	*	*	

جدول شماره (۲)

باتوجه به فراوانی مورد مشاهده در جدول شماره (۲) کای-اسکوئرز دید گاه جامعه مورد مطالعه بین مشاهده ماهواره و تغییر در آداب و رسوم جوانان رابطه معنی داری وجود دارد برای حصول اطمینان از وجود چنین رابطه ای آزمون وجود استقلال بین دو گروه (ضعیف و قوی) یعنی کای-اسکوئرز اجرا می‌کنیم.

چون درصد خطای محاسبه شده کمتر از 0.05 می‌باشد در نتیجه فرض  $H_0$  رد شده پس می‌توان گفت با 0.95 درصد اطمینان از دیدگاه جمعیت نمونه بین مشاهده ماهواره و تغییر در آداب و رسوم جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

### آزمون فرضیه فرعی سوم:

بین مشاهده ماهواره و تغییر در مذهب جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

$H_0$ : بین مشاهده ماهواره و تغییر در مذهب جوانان رابطه معنی داری وجود ندارد.

$H_1$ : بین مشاهده ماهواره و تغییر در مذهب جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

گزینه	مورد مشاهده	مورد انتظار	میزان انحراف	نتیجه کای-اسکوئر al
بدون پاسخ	*	*	*	مقدار کای-اسکوئر (chi-square)
کاملاً مخالفم	*	*	*	
مخالفم	۲۵	۵۰	-۲۵	آزادی (d)
بی نظرم	۸۲	۵۰	۳۲	
موافقم	۷۸	۵۰	۲۸	میزان احتمال خطا (asyp.sing)
کاملاً موافقم	۱۵	۵۰	-۳۵	
جمع	۲۰۰	*	*	

جدول شماره (۳)

باتوجه به فراوانی مورد مشاهده در جدول شماره (۳) کای-اسکوئرز دید گاه جامعه مورد مطالعه بین مشاهده ماهواره و تغییر در مذهب جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. برای حصول اطمینان از وجود چنین رابطه ای آزمون وجود استقلال بین دو گروه (ضعیف و قوی) یعنی کای-اسکوئرز اجرا می‌کنیم. چون درصد خطای محاسبه شده کمتر از 0.05 می‌باشد در نتیجه فرض  $H_0$  رد شده پس می‌توان گفت با 0.95 درصد اطمینان از دیدگاه جامعه بین مشاهده ماهواره و تغییر در مذهب جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

### آزمون فرضیه اصلی تحقیق:

بین مشاهده ماهواره و تغییر در هویت فرهنگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

$H_0$ : بین مشاهده ماهواره و تغییر در هویت فرهنگی جوانان رابطه معنی داری وجود ندارد.

$H_1$ : بین مشاهده ماهواره و تغییر در هویت فرهنگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

گزینه	مورد مشاهده	مورد انتظار	میزان انحراف	نتیجه کای-اسکوئر al
بدون پاسخ	*	*	*	مقدار کای-اسکوئر (chi-square)
کاملاً مخالفم	*	*	*	
مخالفم	۱۴	۵۰	-۳۶	آزادی (d)
بی نظرم	۵۱	۵۰	۱	
موافقم	۱۱۶	۵۰	۶۶	میزان احتمال خطا (asyp.sing)
کاملاً موافقم	۱۹	۵۰	-۳۱	
جمع	۲۰۰	*	*	

جدول شماره (۴)

باتوجه به فراوانی مورد مشاهده در جدول شماره (۴) کای-اسکوئرز دیدگاه جامعه مورد مطالعه بین مشاهده ماهواره و تغییر در هویت فرهنگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد برای حصول اطمینان از وجود چنین رابطه ای آزمون وجود استقلال بین دو گروه (ضعیف وقوی) یعنی کای-اسکوئرها اجرا می کنیم چون درصد خطای محاسبه شده کمتر از 0.05 می باشد نتیجه فرض  $H_0$  رد شده پس می توان گفت با 0.95 درصد اطمینان از دیدگاه جمعیت نمونه بین مشاهده ماهواره و تغییر در هویت فرهنگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

### نتیجه گیری

نتایج این پژوهش حاکی از آن است که بین مشاهده ماهواره و هویت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد ولی این نتیجه نباید گریز از مشاهده ماهواره را به دنبال داشته باشد؛ چرا که امروزه مشاهده ماهواره به یک ابزار کاملاً رایج در رسانه ها، تجارت، اقتصاد، سیاست و مجامع روشنفکران تبدیل شده است. استفاده گسترده از این رسانه در رشته های مختلف علوم اجتماعی، تعاریف و تعبیر متفاوتی بدست می دهد. ولی نکته اساسی این است که این مفهوم به صورت یک واقعیت اجتناب ناپذیر درآمده است و گریز از پیامدهای آن ناممکن می باشد.

از این رو شناخت ابعاد گوناگون آن به ویژه در جامعه ما از ضرورتی حیاتی برخوردار است. استفاده از این رسانه نیز مانند بسیاری از تحولات دیگر تاریخی هم پیامدهای مثبت و هم منفی دارد. از این رو باید برای بهره گیری از دستاوردهای مثبت آن آماده شد و آن را شناخت و ارزیابی کرد.

همانطور که در متن مقاله آمده، پدیده ماهواره و برنامه هایی که از این طریق پخش می شوند صرف نظر از مزایای آنها، آسیبهای اساسی و جدی بر یک جامعه و فرهنگ آن می گذارد، و بنا به دیدگاه اندیشمندان مکتب انتقادی (فرانکفورت) و معاصر نتیجه این تکنولوژیها همانا محصور کردن انسان و اندیشه اوست. بطوریکه انسان برده تکنولوژی می شود و به نوعی آزادی او سلب می گردد. و این تکنولوژی است که بر انسان حکومت می کند و فرهنگ او را می سازد. ارتباطات اجتماعی مختل شده و فردگرایی و عزلت نشینی رواج می یابد. نیازهای بشر بصورت کاذب در می یابند و انسان روز به روز مصرف گراتر می گردد. و اگر بخواهیم به آسیبهای دیگر این پدیده اشاره کنیم باید گفت که:

بنیان خانواده ها سست شده و روابط عاطفی و صمیمی که قبلاً در آنها حاکم بود کمرنگتر می شوند و تعاملات اجتماعی در آنها به تدریج کم می شود. برنامه های ماهواره با عرضه اطلاعات تازه، تضاد ارزشی مخاطبان خود را افزایش می دهند؛ در نتیجه آنها به تدریج دچار بحران هویت می شوند.

حال باید دید که با آسیبهای این پدیده چگونه باید برخورد کنیم. قطعاً پذیرش کامل و یا کنار گذاشتن کامل آن مد نظر نبوده و نمی تواند فایده ای داشته باشد، چرا که ممکن است به جای حل مسئله صرفاً صورت مسئله را پاک کرده باشیم. به نظر می رسد که اتخاذ روشی مبتنی بر شناخت، انتخاب آگاهانه و بازیگری فعال و خلاق در مقابل این پدیده پاسخ مناسبی برای این پرسش باشد. یعنی وارد عرصه و قلمرو اطلاعات و اطلاع رسانی شده و با برنامه ریزی و سرمایه گذاری دقیق و صحیح به این رقابت بپردازیم. لذا:

به نظر می رسد بهترین طریق بازیگری فعال برای کشورمان به خصوص در این عصر اطلاعات این است که ضمن بهره مندی از مدیریت تحول و تکیه بر خودباوری فرهنگی با استفاده از فناوری های نوین اطلاعاتی به ویژه ماهواره ها و صنعت دیجیتال و رایانه ای، به تقویت مبادلات فرهنگی، همکاری های تمدنی و افزایش نقش هویت های ملی بپردازد و از این رهگذر، مخاطرات این پدیده فرهنگی را به حداقل برساند.

برای استفاده مفید از ماهواره، تقویت نیازهای برتر مخاطبان اهمیت بسیار دارد، چرا که هر چه نیاز و تقاضای مخاطبان واقعی تر و متعالی تر شود بهره برداری نامطلوب کاهش می یابد. لذا ضروری است رسانه های بومی در عین توجه به ارزش های فرهنگی، نیازهای واقعی و ضروری مخاطبان را با جاذبه و کیفیت بالا عرضه و تأمین کنند. برای برنامه ریزی و برنامه سازی قابل عرضه در این شرایط دشوار، استفاده از علوم مختلف و دیدگاه های صاحب نظران ضرورت دارد تا از این

طریق بتوان با تکیه بر فرهنگ و هنر اصیل و فاخر ایرانی و معارف ناب دینی، توجه به مسائل جامعه‌شناسی و روان‌شناسی مخاطبان و استفاده از علوم ارتباطات، در صحنه رقابت حضور یافت. در این راه برای روی گردان ساختن توجه مخاطبان از برنامه‌های ماهواره به برنامه‌های داخلی، افزایش آگاهی و شناخت مخاطبان و تقویت باورهای دینی و نیازهای متعالی و انسانی آنها اهمیت زیادی دارد. از این رو بهره‌گیری از پژوهش‌ها و دیدگاه‌های کارشناسان و صاحب‌نظران در این خصوص ضرورت پیدا می‌کند؛ چرا که برنامه‌ریزی رسانه‌ای برای این منظور کار پیچیده‌ای است که به آسانی عملی نمی‌شود. البته در این بین، نقش نهادهای رسمی تعلیم و تربیت، نهادهای فرهنگی، دینی و تبلیغی کشور برای پشتیبانی رسانه و فرهنگ‌سازی در این زمینه را نیز باید در نظر داشت.

منابع:

- الوین تافلر و دیگران، ۱۳۷۶ به سوی تمدن جدید، ترجمه محمدرضا جعفری، تهران: نشر سیمرغ چاپ سوم
- تاجیک، محمدرضا. «روشنفکری ایرانی و معمای هویت ملی»، ۱۳۷۹ فصلنامه مطالعات ملی، پاییز سال دوم، شماره ۵۵.
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۷۹): جهانی شدن و هویت ملی، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۵، سال دوم.
- حسینی، سید حسن (۱۳۶۷): دنیای شگفت انگیز ارتباطات ماهواره ای، تهران، سروش.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۹): جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، نشر نی، چاپ ششم.
- گل محمدی، احمد. جهانی شدن فرهنگ و هویت، ۱۳۸۱ تهران: نشر نی.
- مک براید. ش (۱۳۶۱): یک جهان و چند صدا، ترجمه ایرج پاد، تهران، سروش.

- Giddens, A. 1991. Modernity and self Identity. Cambridge: Polity Press .
- Giddens. 1994. Living in a post-Traditional society. In Back, Giddens and Lash, Reflexive Modernization .