

تاثیر میزان تماشای برنامه‌های ماهواره در سبک زندگی دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ سال ناحیه ۲ منطقه ۶

لیلا نیرومند^۱ / سیدرضا لطیفی^۲

تاریخ پذیرش نهایی: دی ۹۵

تاریخ دریافت مقاله: آذر ۹۵

چکیده

تحقیق حاضر با بررسی تاثیر برنامه‌های ماهواره بر سبک زندگی دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ سال دوره دوم دبیرستان‌های ناحیه ۲ منطقه ۶ تهران از منظر سطوح مختلف دانش‌آموزان مقطع دبیرستان صورت گرفته است. نوع تحقیق کاربردی و از نظر روش توصیفی-پیمایشی و همبستگی می‌باشد. و جامعه آماری این تحقیق ۱۰۷۳ نفر می‌باشند و طبق فرمول کوکران تعداد نمونه‌های این پژوهش ۲۵۰ نفر تعیین و با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای و تصادفی ساده نسبت به انتخاب نمونه مورد مطالعه اقدام گردید. و داده‌های تحقیق با روش همبستگی اسپیرمن مورد تحلیل قرار گرفتند. که در این زمینه از نظریاتی همچون نظریه هربرت بلومر و رایت میلز، نظریه استفاده و خشنودی، نظریه ساخت یابی گیدنز (سبک زندگی)، نظریه برجسته‌سازی که بیشتر در مورد تلویزیون (که دارای مخاطبان فراوان است و تأثیر زیادی بر آنان دارد)، مطرح شده است، نظریه امپریالیسم فرهنگی، نظریه کاشت و نظریه یادگیری اجتماعی و نظریه همانندی رسانه‌ای استفاده شده است. بر این اساس با استفاده از روش پیمایش در قالب پرسشنامه به بررسی تاثیر برنامه ماهواره بر سبک زندگی نوجوانان دختر ۱۵ الی ۱۸ ناحیه ۲ منطقه ۶ تهران پرداخته شد، که بعد از تکمیل پرسشنامه و استخراج داده‌ها نتایج بدست آمده نشان داد، که طبق معادله رگرسیون میزان تاثیرات نسبی متغیرهای مستقل را به متغیر وابسته نشان داده شده است.

واژگان کلیدی: دسترسی، جذابیت، احساس نیاز، روابط اجتماعی، روابط خانوادگی، نحوه گذراندن اوقات فراغت، مدگرایی.

۱-استادیار علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک:

ln_niroomand@yahoo.com

۲- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات اردبیل، اردبیل، ایران

مقدمه

تعداد شبکه‌های ماهواره‌ای فعال در جهان ۱۷ هزار و ۶۶۶ شبکه است که از این تعداد حدود سه هزار شبکه در داخل ایران با دیش‌ها و آنتن‌های معمولی قابل دریافت هستند. از این تعداد شبکه حدود ۷۴ شبکه مخصوص تبلیغات مد لباس و لوازم آرایش است.

ماهواره، یکی از رسانه‌های قدرتمند ارتباط جمعی به شمار می‌آید. این ابزار، به دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد خود، قادر است پیام‌های تصویری را به دورترین نقاط منتقل کند و تعداد بی‌شماری از افراد را در سراسر دنیا مورد خطاب قرار دهد. هم‌چنان که ماهواره می‌تواند در هشیار کردن، اطلاع‌رسانی و درحوزه پژوهش، سیاست و ... نقش مهمی داشته باشد، برنامه‌های تخریبی و ناپه‌نجاری نیز دارد، تا جایی که برخی از جامعه‌شناسان و کارشناسان فرهنگی را برآن داشته تا برای مصونیت جامعه انسانی، بویژه نهاد خانواده چاره‌اندیشی کنند. بدین ترتیب، تاثیر برنامه‌های این ابزار قدرتمند بر افکار عمومی و عملکرد آن را بویژه از نظر تربیتی و جامعه‌پذیری نباید از نظر دور داشت.

هر چند علم و تکنولوژی و پی بردن به فناوری جدید یکی از مهم‌ترین هدف‌های هر ملت می‌باشد ولی باید استفاده صحیح و درست از این تکنولوژی را به عمل آورد. بسیاری از خانواده‌ها با دیدن شبکه‌های غیر اخلاقی و آزاد گذاشتن این شبکه‌ها در معرض دید همه افراد خانواده باعث ایجاد آسیب‌های جبران‌ناپذیری می‌گردند. بسیاری از آسیب‌های مختلف اخلاقی، دختران فراری، بدحجابی و خشونت در مدارس را می‌توان بعنوان بخشی از آسیب‌های ماهواره در جامعه به حساب آورد.

کارشناسان آسیب‌های ماهواره را به دو بخش آسیب‌های روانی، جسمی تقسیم کرده‌اند: آسیب‌های روانی: شامل تقویت حس انتقام‌جویی، تاثیر منفی بر روابط بین افراد و اختلافات خانوادگی می‌باشد. آسیب‌های جسمی: شامل اختلالات هورمونی، کاهش حافظه، سرگیجه و کاهش یادگیری می‌شود. با توجه به آسیب‌های ماهواره، لزوم بررسی این پدیده

در جامعه بیش از پیش آشکار می‌گردد. در همین راستا، انجام پژوهش‌هایی بر قشر جوان بخصوص دانش‌آموزان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در ایران گرچه بر روی جمعیت عمومی کشور بررسی‌هایی صورت گرفته، به عنوان مثال بررسی نگرش مردم مشهد به ماهواره، اما تاکنون تحقیقی مدون در بین دانش‌آموزان دبیرستانی انجام نشده است.

بیان مسئله

موضوع اصلی پژوهش حاضر بررسی تاثیر میزان تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای در سبک زندگی نوجوانان دختر بین ۱۵ تا ۱۸ سال است.

سبک زندگی، شیوه زندگی فرد است و عواملی همچون ویژگی‌های شخصیتی، تغذیه، ورزش، خواب، مقابله با استرس، حمایت اجتماعی، و استفاده از دارو را شامل می‌شود. با ارزیابی سبک زندگی افراد می‌توان میزان موفقیت‌های فردی و اجتماعی آنان را در زندگی مورد ارزیابی و بررسی قرار داد (کوکرهام، ۲۰۰۵). سازمان جهانی بهداشت (۱۹۹۸) سبک زندگی سالم را، تلاش برای دستیابی به حالت رفاه کامل جسمی، روانی، و اجتماعی توصیف کرده است. سبک زندگی سالم رفتارهایی است که سلامت جسمی و روانی انسان را تضمین می‌کنند. به عبارت دیگر، سبک زندگی سالم دربردارنده ابعاد جسمانی و روانی است. بعد جسمانی شامل تغذیه، ورزش، و خواب است، و بعد روانی شامل ارتباطات اجتماعی، مقابله با استرس، روش‌های یادگیری و مطالعه، و معنویت است.

سبک زندگی هر فرد متأثر از دو عامل عمده است: شخصیت فرد، و ویژگی‌های محیط. این ویژگی‌ها به طرق مختلفی بر سبک زندگی افراد اثر می‌گذارند. به عنوان مثال، افراد درونگرا و برونگرا سبک‌های متفاوتی در زندگی دارند. اما عامل مهمی که می‌تواند در سراسر عمر بر سبک زندگی افراد تاثیر بگذارد، ویژگی‌ها و شرایط محیطی است، از جمله: فقر، اوضاع سیاسی اقتصادی جامعه، ویژگی‌ها و شرایط خانوادگی، فقدان پدر، مادر و یا همسر، جنگ، و غیره (پلاسکر، ۲۰۰۷).

دهنده تفاوت بین جوانان برخوردار و غیر برخوردار است. بدین‌سان که رسانه به عنوان منابع نشر و اشاعه نوآوری‌ها و ایده‌های نو، به تعبیر «رونالد اینگهارت» بر تفاوت ارزشی بین نسلی تأثیر گذاشته است. لباس‌های متحدالشکل جوانان، موسیقی پاپ و ... از نمودهای تأثیر رسانه بر تغییر رفتارها و سبک زندگی نسل کنونی و عدم پای‌بندی به سنت‌ها و ارزش‌های فرهنگی خود است (یوسفی، ۱۳۸۳). اما اثر دیگر فراگیر شدن رسانه‌های ماهواره‌ای و مصرف مشترک و مشابه این رسانه‌ها از سوی مخاطبان مختلف به ویژه جوانان این است که می‌تواند به تشابه دیدگاه‌ها، باورها و جهان‌بینی مختلف افراد بینجامد.

همان‌طور که می‌دانیم در سال‌های اخیر در جامعه ایران، علاوه بر شبکه‌های تلویزیونی داخلی، کانال‌های ماهواره‌ای تلویزیونی خارجی نیز در حیات اجتماعی جامعه ایرانی، ضریب نفوذ و گسترش بالایی پیدا کرده است. بر این مبنای پرسش اصلی مطرح در این پژوهش این است که آیا میزان تماشای ماهواره‌ای در سبک زندگی نوجوانان دختر ۱۵ الی ۱۸ سال تأثیر داشته است؟ برای پاسخ به این سوال تلاش خواهد شد تا نوجوانان دختر ۱۵ تا ۱۸ ساله برخوردار و غیربرخوردار از تلویزیون‌های ماهواره‌ای در ناحیه ۲ منطقه ۶ شهر تهران مورد مطالعه قرار گرفته و تغییرات و تحولات صورت گرفته در ارزش‌های اجتماعی آنان مورد بررسی قرار گیرد.

اهداف تحقیق

هدف اصلی

بررسی تأثیر میزان تماشای برنامه‌های ماهواره بر سبک زندگی دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ ساله ناحیه ۲ منطقه ۶

اهداف فرعی

- بررسی تأثیر میزان تماشای ماهواره بر مصرف‌گرایی دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ ساله ناحیه ۲ منطقه ۶
- بررسی تأثیر میزان تماشای ماهواره بر نحوه گذراندن اوقات فراغت دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ ساله ناحیه ۲

با وجود گسترش چشمگیر رسانه‌ها به نظر می‌رسد، ماهواره سهم عمده‌ای در پرکردن اوقات فراغت نوجوانان دارد. تماشای ماهواره یکی از کم هزینه‌ترین راه‌های گذران اوقات فراغت است، ضمن این‌که ماهواره و تلویزیون را در همه ساعات شبانه روز و در خانه می‌توان استفاده کرد. شاید به همین دلیل تلویزیون و ماهواره هم‌چنان یکی از پرطرفدارترین رسانه‌های جمعی است و نقش بسیار پررنگی در زندگی نوجوانان و جوانان در پرکردن اوقات فراغت آنان دارد. از طرف دیگر رسانه‌ها به ویژه رادیو و تلویزیون (ماهواره) به عنوان یکی از عوامل اجتماعی- فرهنگی تأثیرگذار در تحولات اجتماعی، همواره از آن دست عوامل و متغیرهایی بوده‌اند که در مباحث مربوط به بررسی سبک زندگی و ارزش‌ها به عنوان موتور تغییرگذار به دوران جدید و گذر از نظام سنتی یاد می‌شود. (مک کوئیل، ۱۳۸۲: ۱۴۴)

تلویزیون با کمک فناوری ماهواره با گذشتن از مرزهای ملی یک کشور قادر به پخش و انتشار ارزش‌ها و عناصر فرهنگی یک جامعه در میان جوامع دیگر است. خاصیت فرا ملی تلویزیون‌های ماهواره‌ای باعث گشته است که تغییرات و تحولات ارزشی و رفتاری در بیشتر کشورهای جهان با شتاب زیادی همراه شود. برای مثال نتایج تحقیق اینگلهارت (۲۰۰۰) با عنوان «مطالعات ارزش‌های جهانی» به بررسی ارزش‌ها و باورهای مردم تمام قاره‌های جهان پرداخته است (۶۰ کشور که دربرگیرنده ۷۵ درصد جمعیت جهان است)، حاکی از تغییرات بزرگ در ارزش‌ها و سبک زندگی مردم جهان است که این تغییرات ناشی از نقش فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات و رسانه‌های فراملی است.

بدین ترتیب می‌توان اذعان کرد که تغییرات سریع در فناوری اطلاعات و ارتباطات و اهمیت نقش رسانه‌ها در زندگی شخصی و گروهی افراد جامعه، نتایج مختلفی را در بر داشته که یکی از آنها پررنگ شدن پدیده «سبک زندگی و ساحت‌های مختلف جوانان» در زمینه ارزش‌های اجتماعی، فرهنگی، اخلاقی، قانونی، دینی و غیره است. مطالعات انجام گرفته در این زمینه نشان

قالب‌های اجتماعی سنتی و از میان رفتن وابستگی‌های افراد به گروه‌های اجتماعی می‌شود. و ترکیب جامعه را به هم می‌زند و آن را به یک توده تبدیل می‌کند. (معمد نژاد، ۱۳۷۱)

در مقابل از دهه به بعد، پژوهش‌های مربوط به اثرات رسانه‌ها نیز مجبور به پذیرفتن این حقیقت شدند که افکار و گرایش‌ها در رفتار مردم بیش‌تر تحت تأثیر محیط اجتماعی آنهاست تا جاذبه‌های اقناع‌گر رسانه‌های جمعی (مک کوایل، ۱۳۸۲)

بدین ترتیب برای درک بیشتر آثار و سایل ارتباطی، باید وضع افراد استفاده‌کننده از این وسایل را در داخل محیط خانوادگی و گروه حرفه‌ای آنان مورد مطالعه قرار داد و به بررسی آن به عنوان یک توده نامتمایز اکتفا نکرد. از سویی وسایل ارتباطی، تحت تأثیر تغییرات اجتماعی و اقتصادی محیط زندگی انسان، همیشه در حال دگرگونی هستند و به همین جهت به موازات تحولاتی که در شرایط زندگی حاصل می‌شود، ماهیت و قدرت وسایل ارتباطی نیز تحول پیدا می‌کند. دگرگونی در آثار وسایل ارتباطی را می‌توان از یک طرف حاصل تحولات فنی و سازمانی و از سوی دیگر نتیجه تمایلات جدیدی که در استفاده‌کنندگان این وسایل پدید آمده است، دانست.

نظریه استفاده و خشنودی مثل سایر رویکردها برای ارزیابی پیامدهای اساسی فناوری‌هایی نوین ارتباطی کاربرد دارد "هدف اساسی این رویکرد تحقیق در چگونگی انتخاب، دریافت و شیوه عکس‌العمل مخاطبین رسانه‌ها است. براساس این رویکرد، فعال بودن یک مخاطب قبل از هر چیز، بستگی به انگیزه روشن و مصرانۀ او در انتخاب محتوا و برنامه‌های مورد علاقه او دارد. هر چند این انتخاب می‌تواند تحت تأثیر موضوعات دیگری چون بازتاب آگاهانه شخص از تجربیاتی باشد که در مورد رسانه‌ها حاصل نموده و همچنین تحت تأثیر فوایدی باشد که او از رسانه‌ها بدست می‌آورد و برای اهداف دیگری در زندگی مورد استفاده قرار می‌دهد. هر یک از این مسایل توسط رویکرد فوق مورد تحقیق قرار گرفته است. (مهرداد،

منطقه ۶

- بررسی تاثیر میزان تماشای ماهواره بر روحیه تقلید و الگوپذیری دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ ساله ناحیه ۲ منطقه ۶

- بررسی تاثیر میزان تماشای ماهواره بر روابط خانوادگی دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ ساله ناحیه ۲ منطقه ۶

- بررسی تاثیر میزان تماشای ماهواره بر روابط اجتماعی دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ ساله ناحیه ۲ منطقه ۶

- بررسی تاثیر میزان تماشای ماهواره بر مدگرایی دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ ساله ناحیه ۲ منطقه ۶

فرضیه‌های تحقیق

- بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره و سبک زندگی دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ ساله رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

- بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره و مصرف‌گرایی دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ ساله رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

- بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره بر نحوه گذراندن اوقات فراغت دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ ساله رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

- بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره و الگوپذیری دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ ساله رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

- بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره بر روابط خانوادگی دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ ساله رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

- بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره بر روابط اجتماعی دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ ساله رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

- بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره بر مدگرایی دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ ساله رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

چارچوب مفهومی تحقیق

هربرت بلومر و رایت میلز از جمله کسانی هستند که معتقد بودند وجود وسایل ارتباط جمعی به تضعیف

۱۳۸۰)

وشیوه انجام آن، به گونه‌ای نظام‌یافته، از موارد مشابه آن نزد مدیران صنعتی متفاوت است. بورديو سبک زندگی را به معنای همین سلیقه‌ها و عادت‌ها به کار می‌برد. (بورديو، ۱۳۸۱)

طبق نظریه کاشت (جرج گرینر)، می‌توان نتیجه گرفت که افرادی که از تلویزیون استفاده می‌کنند در نهایت به دلیل استفاده مکرر رسانه از برنامه‌های خاصی، جهان‌بینی مشترکی در بین مخاطبان ایجاد می‌کنند. البته باید اذعان نمود که این جهان‌بینی در میان اقشار مختلف جامعه بر حسب منابع مورد استفاده در دسترس آنها متفاوت می‌باشد. در این تئوری (کاشت) میزان تماشای تلویزیون متغیر مستقلى است که در میان تماشاگران پرمصرف به ایجاد هماهنگی در نگرش‌ها و گرایشات می‌انجامد. تلویزیون دیدگاه‌ها را نسبت به جهان و سبک زندگی شکل می‌بخشد. تلویزیون انسان را به یک دنیای وسیع‌تری ارتباط می‌دهد.

بنابراین در تکمیل گفته بالا می‌توان از نظریه ساختارگرایی اثرات رسانه‌ها استفاده نمود، رفتار رسانه‌ای (میزان مصرف، انتخاب نوع برنامه) و ... نیز تحت تأثیر ساختار اجتماعی موجود است. طبق نظر گیدنز نیز ساختارهای اجتماعی و رسانه‌ای در سطح کلان بر افکار و انتخاب‌های افراد در زندگی روزمره (سطح خرد) تأثیر گذار می‌باشند. ساختار رسانه‌ای حاصل کنش‌های افرادی است که تصمیم به سیاست‌گذاری، تولید و 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، در آمد و شغل، منابعی را در دسترس عاملان یا مخاطبان قرار می‌دهند که می‌تواند در انتخاب و الگومند ساختن افراد و انتخاب سبک زندگی‌شان مؤثر باشد.

بورديو در کتاب تمایز، استدلال می‌کند که تمایزهای اجتماعی را می‌توان در مجموعه متنوعی از اعمال اجتماعی مشاهده کرد، از جمله اعمالی که بطور سنتی مربوط به فراغت می‌شوند مثل تعطیلات، ورزش‌ها،

گیدنز و سبک زندگی (نظریه ساختاری)

برداشت گیدنز از مقوله سبک زندگی عبارت است از: تلاش برای شناخت مجموعه منظمی از رفتارها یا الگوهای کنش که افراد آنها را انتخاب کرده و کنش‌شان در زندگی روزمره به واسطه آنها هدایت می‌شود. مهم این است که چنین انتخاب‌هایی در هر سطحی وجود دارند و هیچ فرهنگی انتخاب افراد را کاملاً از آنها نمی‌گیرد. (فاضلی، ۱۳۸۲)

بخشی از کتاب گیدنز " بدن و واقعیت بخشیدن به خویشتن " نام گرفته است. او در این بخش، توجه خاصی به "نمای ظاهری" فرد دارد و در این باره می‌گوید: "در دنیای امروز نمای ظاهری به صورت یکی از عناصر مرکزی طرحی درآمده که افراد از خود نشان می‌دهند. (گیدنز، ۱۳۷۸)

بنابر تعریف او، "نمای ظاهری بدن مشتمل بر همه ویژگی‌های سطحی پیکر ماست، از جمله پوشش و آرایش، که برای خود شخص و افراد دیگر قابل رؤیت بوده و به طور معمول آنها را به عنوان نشانه‌هایی برای تفسیر کنش‌ها در فعالیت‌های روزمره به کار می‌گیرند." اما این انتخاب‌ها و الگوهای رفتاری در انتخاب سبک زندگی را چه عواملی تعیین می‌کنند؟ در نظریه ساختاری گیدنز، عامل انسانی و ساخت اجتماعی با هم در ارتباطند و تکرار رفتارهای افراد، ساختارها را باز تولید می‌کند و به واسطه همین باز تولید توسط کنش انسانی، ساخت برای کنش انسان‌ها محدودیت ایجاد می‌کند. این نظریه ماهیت کنش در بستر زندگی روزمره و در حالی که عناصر ساختی جامعه با کنش‌های روزمره افراد باز تولید می‌شوند را مشخص می‌کند. (گیدنز، ۱۳۸۴)

بورديو و سبک زندگی

یکی از مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی بورديو مفهوم "عادت‌واره" است. عادت‌واره‌ها اصول گسترش‌دهنده رفتارهای متمایز و متمایز کننده‌اند، آنچه کارگر می‌خورد و به خصوص شیوه خوردن او، ورزشی که انجام می‌دهد

تلویزیون سبب استنباط یک نگرش کلی نسبت به خشونت در جهان می‌شود. دنیا در نگاه بینندگان پرمصرف ناخوشایندتر و پلیدتر به نظر می‌رسد. بعدها گرینر در بازنگری این نظریه، دو مفهوم "متداولسازی و تشدید" را به آن افزود تا به این واقعیت اذعان کند که تماشای تلویزیون نتایج متفاوتی برای گروه‌های مختلف اجتماعی دارد. از نظر وی متداولسازی هنگامی روی می‌دهد که مطالعه میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان بیش از حد منجر به تقارن دیدگاه‌ها در گروه‌ها شود. تشدید نیز زمانی اتفاق می‌افتد که اثر کاشت در گروه خاصی از جمعیت بیشتر باشد (ورنر و تانکارد ۱۳۸۴) به طور کلی از نظریه کاشت در راستای هدف این پژوهش چنین بر می‌آید که شبکه‌های ماهواره‌ای رسانه‌ای است که بسیاری از تصورات ما را از دنیای پیرامونمان شکل می‌دهد، تصوراتی که نقش مؤثری در کنش اجتماعی و جامعه‌پذیری و از این رو در مناسبات خانوادگی ما دارند.

نظریه یادگیری اجتماعی

نظریه الگوسازی که بر اساس نظریه یادگیری اجتماعی آلبرت باندورا مطرح می‌شود، بر تقلید مخاطب از الگوهای رفتاری ارائه شده از رسانه‌های تصویری تأکید دارد. مخاطب الگوی رفتاری را مشاهده می‌کند و در صورت هم‌ذات‌پنداری و یا تمایل به هم‌ذات‌پنداری در موقعیت مشابه، رفتار الگو را به خاطر می‌آورد و آن را بازتولید (تقلید) می‌کند. در صورتی که فعالیت بازتولید شده برای او پاداش به همراه می‌آورد، احتمال تکرار این رفتار در موقعیت‌های مشابه افزایش می‌یابد با توجه به ادبیات تحقیق و ماهیت موضوع که به بررسی رابطه بین میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان با مناسبات خانوادگی می‌پردازد، در واقع باید یک نوع نگاه روان‌شناختی اجتماعی با رویکرد رسانه‌ای داشت که واحد تحلیل خود را نه در سطح صرفاً خرد و نه در سطح کلان و گسترده، بلکه در سطح خانواده و تعاملات داخل خانواده و در نتیجه بازتاب آن در جامعه ارائه کند. بدین ترتیب با توجه به

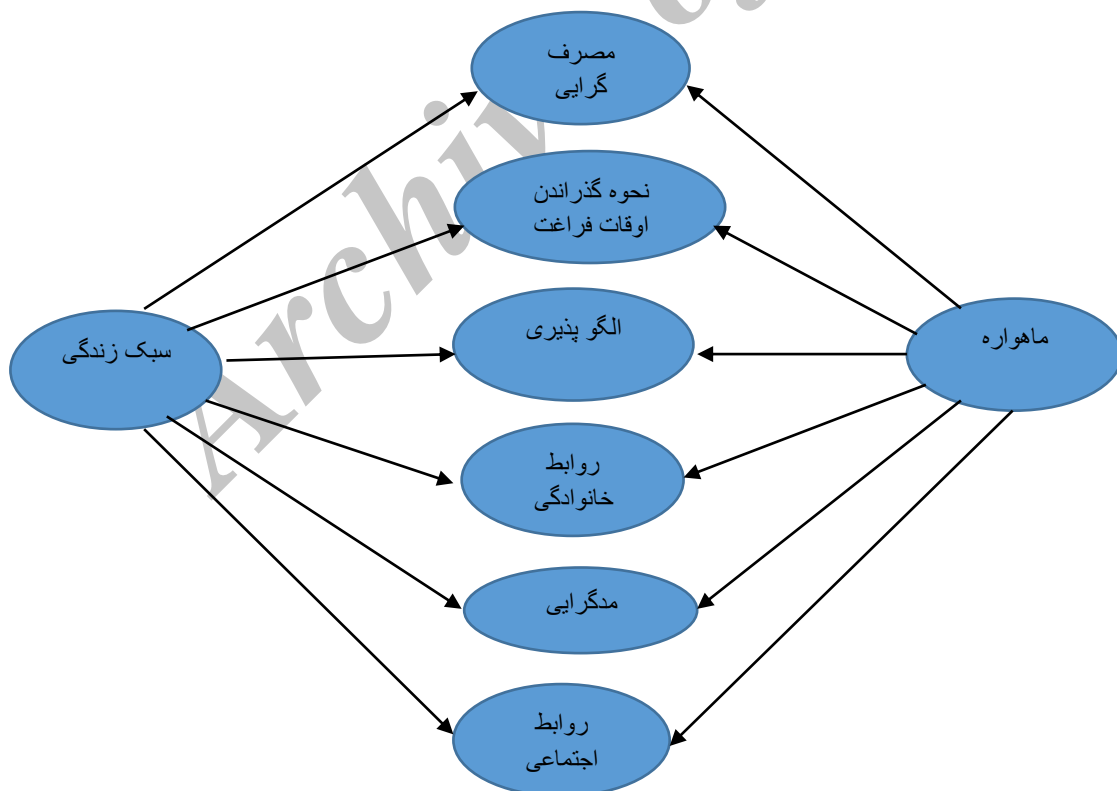
مطالعه، موسیقی، سینما و سایر امور ذوقی. بر طبق چهارچوب تحقیق تأثیر ساختارها و عاملیت تأثیر مهمی بر انتخاب سبک زندگی می‌گذارند. بنابراین سبک زندگی و انواع آن نیز به ساختارهای اجتماعی بستگی دارند، از سوی دیگر، عاملیت که الگوی رفتاری و جریان کنش‌های تنظیم شده افراد است که با توجه به ساختارها می‌تواند بر جهان اجتماعی تأثیرگذار باشد. بنابراین طبق سوال اصلی تحقیق که میزان تماشای رسانه مدرن (ماهواره) در گزینش سبک زندگی چه نقشی دارد، به بررسی ساختار اجتماعی می‌پردازیم. اما در این میان به علت اهمیت انتخاب مخاطبان از برنامه‌های رسانه (ماهواره) عوامل ساختار اجتماعی مانند سن، درآمد، تحصیلات و..... منجر به شکل‌دهی رفتار رسانه‌ای خاص می‌شود، بنابراین رفتار رسانه‌ای به عنوان عاملیت در نظر گرفته شده است. الگوهای رفتار رسانه‌ای متفاوت در انتخاب نوع سبک زندگی مؤثرند.

نظریه کاشت

شاهد اصلی گرینر برای این نظریه، از تحلیل محتوای سیستماتیک تلویزیون آمریکا طی چندین سال متوالی به دست آمده است (مک کوئیل ۱۳۸۲). این نظریه عبارت است از اینکه تلویزیون در میان رسانه‌های مدرن چنان جایگاه محوری در زندگی روزمره پیدا کرده است که منجر به غلبه آن بر گم‌حیط نمادین شده و پیام‌هایش در مورد واقعیت جای تجربه شخصی و سایر وسایل شناخت جهان را گرفته است. گرینر واژه "کاشت" را برای رد عقاید سنتی درباره تأثیرات آنی تلویزیون و تأکید بر تأثیرگذاری طولانی مدت آن به سبب استفاده زیاد به کار برد. گرینر معتقد است که تلویزیون در دراز مدت سبب‌های فرهنگی را در میان اعضای جامعه انتقال می‌دهد. نظریه کاشت به پیامدهای ساده و فراگیر استفاده زیاد از رسانه‌ها اشاره دارد. مطابق این نظریه تلویزیون تأثیر طولانی مدت کوچک، تدریجی و مستقیم اما فزاینده و مهم در مخاطبان خود به جای می‌گذارد. نکته قابل توجه در تحقیقات گرینر عبارت است از این که تماشای

وضعیت موجود می‌داند، معتقد است که تلویزیون تغییرات را به تنهایی به حداقل نمی‌رساند، بلکه این امر با هماهنگی دیگر نهادهای عمده فرهنگی محقق می‌شود (گوتتر، ۱۳۸۴) براساس تئوری کاشت که این پژوهش از آن استفاده می‌کند، رسانه‌های همگانی در شکل‌دهی به عقاید، نگرش‌ها، آداب و رسوم و رفتارهای انسان تأثیری اساسی دارند، به نحوی که در نهایت می‌توانند به بازتعریف این مقولات در نزد مردمان کشور مقصد دست بزنند؛ چرا که از نقطه نظر تئوری کاشت، میزان تماشای یک رسانه همگانی از جمله تلویزیون‌های ماهواره‌ای، تأثیری بسزا در میزان شکل‌گیری نوعی نگرش نوین در نزد مخاطبین آن رسانه دارد. در واقع بر پایه این تئوری به هر میزان که افراد ساعات بیشتری را در معرض پیام‌های رسانه‌ای باشند، این رسانه‌ها تأثیر عمیق‌تری را در نگرش‌ها و باورهای آنان خواهد گذاشت.

دو پارامتر "میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان و مناسبات خانوادگی" نمی‌توان یک نظریه و یا نتیجه یک پژوهش را مبنای چارچوب نظری انتخابی پژوهش حاضر قرار داد و از این رو باید دیدگاه ترکیبی داشت. بنابراین، در میان نظریات مختلف مطرح شده، حق تقدم با نظریه کاشت (پرورش) می‌باشد. نظریه کاشت، نظریه‌ای است که هم با مصرف رسانه‌ای رابطه دارد و هم با اثرات رسانه در مخاطب استفاده کننده از رسانه رابطه دارد. گرینر عقیده دارد که تلویزیون به لحاظ عمق و نفوذ قابل ملاحظه‌اش، نیروی فرهنگی قدرتمندی است. وی تلویزیون را ابزاری در دست نظم‌تثبیت شده صنعتی اجتماعی می‌داند، که به جای تغییر، تهدید یا تضعیف نظام سنتی باورها، ارزش‌ها و رفتارها در خدمت حفظ، تثبیت یا تقویت آنهاست. او که اثر اصلی تلویزیون را جامعه‌پذیری یعنی اشاعه ثبات و پذیرش



مدل تحقیق محقق ساخته بوده و از نظریات بورديو و گیدنز استفاده شده است.

روش تحقیق

روش این تحقیق از نوع زمینه‌یابی و پیمایشی است، که ابتدا مبانی نظری تدوین، مدل تحلیلی استخراج، در ادامه متغیرها و فرضیات پژوهش تدوین شده جامعه آماری و حجم نمونه آماری و شیوه نمونه‌گیری تعیین خواهد شد، جمع‌آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه ساختارمند انجام خواهد شد و سپس تجزیه و تحلیل داده‌ها و تدوین گزارش نهایی نوشته خواهد شد.

تکنیک‌های جمع‌آوری

برای جمع‌آوری داده‌های این تحقیق از تکنیک پرسشنامه استفاده شده است. سوالات پرسشنامه شامل طیف‌های مدرج، بسته و چند گزینه‌ای بوده است برای این منظور پس از تهیه پرسشنامه و بررسی روایی آن پرسشنامه به تعداد ۳۰ مورد تکثیر و آزمون مقدماتی تهیه گردید. سپس پس از اصلاحات، پرسشنامه نهایی آماده شد و بوسیله آن کار جمع‌آوری داده‌ها انجام شده است.

جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش شامل نوجوانان دختر ۱۵ الی ۱۸ ناحیه ۲ شهرداری منطقه ۶ تهران که در دوره دوم دبیرستان مشغول به تحصیل هستند. نمونه آماری شامل انتخاب دبیرستان‌های دخترانه منطقه فوق می‌شود. تعداد حجم نمونه ۲۵۰ نفر از مجموع ۱۰۷۳ نفر می‌باشد که این تعداد برای تحصیل آماری و تعمیم نتایج نسبتاً قابل قبول و مناسب می‌باشد.

نمونه آماری

تعداد حجم نمونه ۲۵۰ نفر از مجموع ۱۰۷۳ نفر جامعه آماری شامل نوجوانان دختر ۱۵ الی ۱۸ ناحیه ۲ شهرداری منطقه ۶ تهران که در دوره دوم دبیرستان مشغول به تحصیل هستند، می‌باشد.

$$n = \frac{1073 \times 1.96^2 \times 0.5(1 - .5)}{1073 \times 0.06^2 + 1.96^2 \times 0.5(1 - .5)} = 250$$

روش نمونه‌گیری

روش نمونه‌گیری این پژوهش خوشه‌ای بود و ابتدا دانش‌آموزان دوره دوم دبیرستان‌های دخترانه منطقه فوق شماره‌گذاری شده و برای انتخاب نمونه ابتدا از بین عدد ۱ تا ۴ یک عدد به صورت تصادفی انتخاب، سپس اعداد بعد با فاصله معین از عدد انتخاب، انتخاب شده و تا اینکه نمونه آماری از بین آنها مشخص شده. پرسشنامه‌ها بین دانش‌آموزان هر سه مقطع مشخص شده توزیع و بعد از تکمیل پرسشنامه از آنها جمع‌آوری گردید.

در این پژوهش با در نظر گرفتن امکانات و ضوابط آماری تعداد ۲۵۰ نفر انتخاب شدند. که این تعداد برای هر نوع تحلیل مناسب به نظر می‌رسد.

نتایج آماری این پژوهش مشتمل بر بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان از یک طرف و بررسی بازی‌های رایانه‌ای و سبک زندگی پاسخ‌گویان از طرف دیگر، به عبارتی در این قسمت از پژوهش نتایج در دو بخش اصلی ارائه می‌گردد.

توصیف داده‌ها

توصیف جمعیت‌شناختی

از لحاظ ترکیب سن ۳۱/۳ درصد ۱۶ ساله، ۳۴/۵ درصد ۱۷ ساله، ۲۹/۴ درصد ۱۸ ساله، ۴/۴ درصد ۱۹ ساله بوده‌اند. از لحاظ ترکیب سال تحصیلی ۳۸/۵ درصد دانش‌آموزان سال دوم دبیرستان، ۳۰/۲ درصد سوم دبیرستان و ۳۱/۰۰ پیش‌دانشگاهی بوده‌اند. از لحاظ نحوه تماشای ماهواره ۱/۲ درصد عنوان کرده‌اند که در منزل ماهواره ندارند، ۱۸/۳ درصد قید کرده‌اند چندبار به صورت اتفاقی ماهواره نگاه کرده‌اند، ۳۱/۳ درصد عنوان کرده‌اند گهگاهی ماهواره تماشا می‌کنند و ۱۸/۳ درصد عنوان کرده‌اند تماشای ماهواره جزو سرگرمی‌هایشان می‌باشد. و ۳۰/۶ درصد به این سوال جواب نداده‌اند.

از لحاظ ترکیب تماشای نوع برنامه‌های ماهواره ۱۳/۱ درصد برنامه خبری ۳۰/۶ درصد برنامه علمی، ۵۹/۹ درصد برنامه طنز، ۷۰/۲ درصد برنامه فیلم و سریال،

در ذیل معادله رگرسیون میزان تاثیرات نسبی متغیرهای مستقل را به متغیر وابسته نشان داده شده است.

$$Y = \beta_1 Z_1 + \beta_2 Z_2 + \beta_3 Z_3 \dots + e_i$$

میزان دسترسی (۰/۳۷۰) + میزان جذابیت (۰/۲۵۷) +
میزان احساس نیاز (۰/۲۳۲) + میزان تماشای (۰/۲۳۱) =
سبک زندگی دختران نوجوان ناحیه ۲ منطقه ۶ تهران
تابعی از متغیرهای مستقل معادله به عبارتی میزان
دسترسی به ماهواره، جذابیت ماهواره، میزان احساس نیاز
به ماهواره و میزان تماشای آن می‌باشد. (جدول ۷)

پیشنهادات

از بهترین راه مقابله با آسیب‌های ماهواره و ابزار رسانه‌ای، تقویت فرهنگ خودی، بومی، ملی و دفاع از ارزش‌های ملی، ارتقای سطح آگاهی خانواده، برنامه‌ریزی مناسب برای اوقات فراغت جوانان، ترویج الگوهای رفتاری مناسب در خانواده و اجتماع است. خانواده باید با آگاهی بخشی و فرهنگ‌سازی به موقع و صحبت پیرامون آثار مثبت و منفی این ابزار رسانه‌ای سعی کند فرهنگ و اعتقادات مذهبی را آموزش دهند. از سوی دیگر خانواده باید با افزایش سطح دینداری در بین فرزندان و اعضای خانواده و نیز افزایش سطح درک و فهم فرزندان، آثار منفی و مخرب این ابزارها را کاهش دهد با ترویج کتاب‌خوانی، قصه‌گویی، نقاشی، تهیه کاردستی میان اعضای خانواده باعث می‌شود کودکان کمتر سراغ این ابزارها رفته و بهتر است رسانه‌های خودی هنجارها، ارزش‌ها و میراث فرهنگی جامعه تحت عنوان فیلم، داستان، مقاله و گزارش مستند را به نسل جوان معرفی کنند. جالب است در نوجوانان و جوانان بدانند که در کشورهای غربی نیز برنامه‌های خاص ماهواره‌ها به پس از نیمه شب یعنی زمانی که بیشتر مردم در حال استراحت و آمادگی برای فعالیت‌های روز بعد هستند پخش می‌شود تا از هدر روی توان نیروهای انسانی جلوگیری شود، در حالی که این تحفه غربی در کشورهای جهان سوم بدون هیچ محدودیت زمانی و گاهی حتی در زمانی که نیروی فعالی مانند جوان و نوجوان باید به تلاش‌های علمی برای ساختن آینده‌ای روشن اقدام کند، پخش می‌شود و

۱۶/۳ درصد برنامه‌های سیاسی و ۲۵/۴ درصد سایر برنامه‌های ماهواره را تماشا می‌کنند.

جدول ۱ شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیر وابسته و مستقل تحقیق را ارائه کرده است. نتایج این جدول نشان می‌دهد در روابط خانوادگی، روابط اجتماعی، مصرف‌گرایی و الگوپذیری از و ... از میانگین نسبتاً بالاتری برخوردار هستند. (جدول ۱)

تحلیل داده‌ها

فرضیه اول: بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره و روابط خانوادگی دختران نوجوان ناحیه ۲ منطقه ۶ رابطه معنادار وجود دارد. (جدول ۲)

فرضیه دوم: بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره و مصرف‌گرایی دختران نوجوان ناحیه ۲ منطقه ۶ رابطه معنادار وجود دارد. (جدول ۳)

فرضیه سوم: بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره و روابط اجتماعی دختران نوجوان ناحیه ۲ منطقه ۶ رابطه معنادار وجود دارد. (جدول ۴)

فرضیه چهارم: بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره و میزان مدگرایی دختران نوجوان ناحیه ۲ منطقه ۶ رابطه معنادار وجود دارد. (جدول ۵)

فرضیه پنجم: بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره و الگوپذیری دختران نوجوان ناحیه ۲ منطقه ۶ رابطه معنادار وجود دارد. (جدول ۶)

فرضیه ششم: بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره بر نحوه گذراندن اوقات فراغت دختران نوجوان ناحیه ۲ منطقه ۶ رابطه معنادار وجود دارد. (جدول ۶)

تحلیل رگرسیون چند متغیره

جدول ۷ تاثیر هم‌زمان متغیرهای مستقل را روی متغیرهای وابسته (تغییر سبک زندگی) را نشان می‌دهد که بیشترین تاثیر به ترتیب در مرتبه اول میزان دسترسی ($\beta = 0/370$) مرتبه دوم میزان جذابیت ($\beta = 0/257$) مرتبه سوم میزان احساس نیاز ($\beta = 0/232$) و (مرتبه چهارم میزان تماشای ($\beta = 0/231$) داشته‌اند.

۷- برداشتن محدودیت‌های غیرضروری در زمینه‌های گوناگون، تا آن‌جا که به رواج ضد ارزش‌ها نیانجامد.

۸- تهیه فیلم‌هایی با موضوع‌های متناسب با تعلیم و تربیت اسلامی

۹- از نظر کارشناسان، در عصر جهش ارتباطات، ما نمی‌توانیم جلوی ارسال امواج ماهواره و رسوخ آموزه‌ها و هنجارهای غیرخودی را در درون کانون خانواده‌هایمان سد کنیم اما می‌توانیم درپرتو ارائه مبانی هنجاری خود در رسانه‌های خاص به مقابله با شیخون فرهنگی بیگانه بپردازیم به عنوان مثال می‌توانیم با ایجاد شبکه‌هایی مخصوص نمایش لباس و مد و ارائه الگوهای ایرانی - اسلامی و با نظارت اهل فن، بخش عمده‌ای از تاثیر منفی (صرف نظر از آثار و برنامه‌های مثبت این فناوری) برخی از شبکه‌های ماهواره‌ای را تعدیل کنیم.

۱۰- تلاش برای رشد فرهنگ ایرانی و تقویت هویت ملی در جامعه با ساختن فیلم‌ها، نمایشنامه‌ها و... در جهت شناسایی و افتخار به قهرمانان ملی (ستارخان، دلیران تنگستان و...) و شخصیت‌های سیاسی و مذهبی کشور، افتخار به تاریخ گذشته‌ی خود، ادبیات غنی، هنر، میراث فرهنگی و....

مخاطبان خود را به آینده‌ای خیالی و وهمی سوق می‌دهد. آشنایی با قوانین دینی در این باره، زیر پا گذاشتن قوانین رسمی با تماشای ماهواره، توجه به فریب کاری رسانه‌ای دشمنان از طریق ایجاد جذابیت‌های جنسی و مشغول نگه داشتن دل و جان مخاطبان با برنامه‌های کاذب از دیگر مسائلی است که بازگویی آن تأثیر خوبی بر بینش نوجوان خواهد داشت.

که خلاصه مطالب فوق به تیتروار ارائه می‌گردد:

۱- تقویت فرهنگ خودی و نشان دادن ارزش‌های بالای آن به سطوح پایین جامعه، دفاع از ارزش‌های ملی، ارتقاء سطح آگاهی افراد، ترویج زندگی معنوی و تقوا، ترویج الگوهای رفتاری صحیح در خانواده و جامعه.

۲- حرکت مقابله‌ای صدا و سیما برای ساختن و بازنمایی مجدد ارزش‌های جامعه و صیانت از حریم خانواده به منظور مقابله با اثرات منفی فیلم‌های مناسب ماهواره‌ای.

۳- حرکت آگاهانه و صحیح مدیران فرهنگی جامعه برای کاهش اثرات منفی برنامه‌های ماهواره.

۴- وظیفه اصلی مسئولان فرهنگی، ایمن‌سازی افراد به ویژه نوجوانان و جوانان در برابر هجوم بیگانگان و افزایش قدرت مقاومت آنان است. ایمن‌سازی نیز با برنامه‌ریزی‌های اساسی برای گسترش شناخت معارف الهی و باورهای اعتقادی و مذهبی در جامعه میسر است که می‌تواند با گذشت زمان، افراد جامعه را به خودآگاهی و خودباوری برساند. به عبارت دیگر باید جوانان عزیز را به گونه‌ای تربیت کرد که آگاهانه و با اختیار کامل از گناه دوری کنند تا بتوانند از ماهواره به عنوان برنامه تکمیلی بهره‌مند شوند.

۵- تبیین صحیح پیامدهای منفی ماهواره برای جوانان و والدین آن‌ها با بهره‌مندی از مطبوعات، رسانه‌ها و انجمن اولیا و مربیان مدرسه.

۶- بی‌شک محدود آفرینی در استفاده از برنامه‌های ماهواره بدون جایگزین کردن برنامه‌های سازنده و مورد علاقه جوانان در رسانه‌های ملی به نتیجه نخواهد رسید. بنابراین گسترش شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و توسعه برنامه‌های گوناگون، باید جزو برنامه‌های اساسی دولت مردان، به ویژه مسئولان صدا و سیما قرار گیرد.

جدول ۱ - شاخص پراکندگی نقش برنامه ماهواره بر سبک زندگی نوجوانان ناحیه ۲ منطقه ۶

ردیف	گویه	تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	میانه	نما	انحراف معیار	حجم
۱	میزان جذابیت	۲	۲	۱۰	۵/۲۸	۵	۳	۲/۲۷	۲۴۵
۲	میزان دسترسی	۳	۳	۱۵	۸/۳۹	۹	۶	۳/۴۶	۲۵۱
۳	احساس نیاز	۲	۲	۹	۵/۳۵	۵	۷	۲/۳۴	۲۵۱
۴	میزان تماشا	۲	۲	۹	۵/۲۹	۵	۳	۲/۲۵	۲۴۵
۵	روابط خانوادگی	۴	۵	۲۰	۱۲/۲۸	۱۲	۱۱	۳/۷۹	۲۴۸
۶	مصرف‌گرایی	۳	۳	۱۵	۱۰/۰۳	۱۰	۷	۳/۲۱	۲۴۵
۷	روابط اجتماعی	۵	۶	۲۴	۱۶/۶۸	۱۷	۱۹	۴/۱۳	۲۴۴
۸	مدگرایی	۳	۳	۱۴	۸/۶۸	۱۰	۱۲	۳/۵۸	۲۵۱
۹	الگوپذیری	۴	۴	۱۹	۱۱/۱۷	۱۲	۶	۴/۶۵	۲۳۱
۱۰	نحوه گذران اوقات فراغت	۲	۲	۱۰	۵/۳۵	۶	۳	۲/۵۴	۲۴۸

جدول ۲ - تاثیر برنامه های ماهواره بر میزان روابط خانوادگی دختران نوجوان

تاثیر برنامه‌های ماهواره بر میزان روابط خانوادگی دختران نوجوان	همبستگی	سطح معناداری	حجم
	۰/۷۸	۰/۰۰۰	۲۳۹

جدول ۳ - تاثیر برنامه های ماهواره بر میزان مصرف گرایی دختران نوجوان

تاثیر برنامه‌های ماهواره بر میزان مصرف‌گرایی دختران نوجوان	همبستگی	سطح معناداری	حجم
	۰/۵۸	۰/۰۰۰	۲۳۹

جدول ۴ - تاثیر برنامه های ماهواره بر میزان روابط اجتماعی دختران نوجوان

تاثیر برنامه‌های ماهواره بر میزان روابط اجتماعی دختران نوجوان	همبستگی	سطح معناداری	حجم
	۰/۳۴	۰/۰۰۰	۲۳۹

جدول ۵ - تاثیر برنامه های ماهواره بر میزان مدگرایی دختران نوجوان

تاثیر برنامه‌های ماهواره بر میزان مدگرایی دختران نوجوان	همبستگی	سطح معناداری	حجم
	۰/۷۶	۰/۰۰۰	۲۳۹

جدول ۶ - تاثیر برنامه های ماهواره بر میزان تقلید و الگوپذیری دختران نوجوان

تاثیر برنامه‌های ماهواره بر الگوپذیری دختران نوجوان	همبستگی	سطح معناداری	حجم
	۰/۸۹	۰/۰۰۰	۲۳۹

جدول ۷ - تاثیر برنامه های ماهواره بر نحوه گذراندن اوقات فراغت دختران نوجوان

تاثیر میزان تماشای برنامه‌های ماهواره بر نحوه گذراندن اوقات فراغت دختران نوجوان	همبستگی	سطح معناداری	حجم
	۰/۸۳	۰/۰۰۰	۲۳۶

جدول ۸ - مشارکت نسبی متغیرهای مستقل تحقیق بر میزان تغییر سبک زندگی نوجوانان دختر ۱۵ الی ۱۸

متغیرهای مستقل	B	β	T	معناداری
میزان جذابیت	۱/۰۷۳	۰/۲۵۷	۴۴/۳۴	۰/۰۰۰
میزان دسترسی	۱/۰۱۶	۰/۳۷۰	۸۷/۹۶	۰/۰۰۰
میزان احساس نیاز	۰/۹۴۱	۰/۳۳۲	۴۳/۸۹	۰/۰۰۰
میزان تماشا	۰/۹۷۶	۰/۲۳۱	۵۶/۷۳	۰/۰۰۰

فهرست منابع

- بوردیو، پی. یر. نظریه کنش؛ دلائل عملی و انتخاب عقلانی، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: نقش و نگار، ۱۳۸۰، ص ۳۹
- فاضلی، محمد. (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، قم: انتشارات صبح صادق.
- گیدنز، آنتونی. (1384) چشم‌اندازهای جهانی. ترجمه محمدرضا جلالی پور. تهران طرح نو.
- گوئتر، بری. ۱۳۸۴. روشهای تحقیق رسانه‌ای، ترجمه مینو نیکو، تهران، اداره کل پژوهش‌های سیما.
- مک کوایل، دنیس. نظریه ارتباطات جمعی، پرویز اجالالی، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌های، ۱۳۸۵، چاپ دوم، ص ۳۹۹.
- معتمد نژاد، کاظم. (۱۳۷۲). وسایل ارتباط جمعی. تهران: دانشکده علامه طباطبایی.
- مهرداد، هرمز. (۱۳۷۹). نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی. تهران: فاران.
- ورنر، سورین و جیمز تانکارد. ۱۳۸۴. نظریه‌های ارتباطات، ترجمه‌ی علیرضا دهقان، تهران، دانشگاه تهران
- یوسفی، نریمان. (۱۳۸۳)، بررسی نقش تلویزیون در روابط نسلی (با تاکید بر ارزش‌های فرهنگی)، گزارش طرح پژوهشی، تهران: گروه فرهنگ و رسانه مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.

Archive of SID