



Original Research

Investigating Rural Girls' Interest in Satellite Series and Developing Strategies to Reduce Their Harmful Effects

Maryam Ghasemi ^{*1}  Samaneh MirAlijani ² 

^{1,*}Assistant Professor, Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Literature and Humanities, Dr. Ali Shariati, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.

(Corresponding Author)

magh30@um.ac.ir

². Master of Sociology, Geography and Rural Planning, Tehran University, Tehran, Iran

Background & Purpose

The most significant aspect of globalization, according to Giddens, is the globalization of communication, which is the root of the globalized space's unification (Ameli, 2004). One of the tools that aided in the globalization of culture is satellite television. These satellites are capable of delivering live programs to hundreds of television channels throughout the world at the same time. Due to the poor performance of national media networks in Iran, many individuals welcome satellite shows to satisfy their desire for variety in taste (Mollai & Amir, 2020). The variety of these television shows at various times of the day has attracted a significant female viewership (Mehrparvar, 2017). For a variety of reasons, rural girls are largely absent from school. They spend much of their free time at home and on home media such as television, satellite, and home tv shows, influenced by globalization. They do not have as much to do with agriculture and animal husbandry as they did in the past, and they spend much of their free time at home watching media such as television, satellite, and home T.V. shows (Aghajan Begloo et al., 2013). According to what has been indicated, the research's primary question is: What is the consumption pattern of satellite channel programs among girls in the Miami rural district?

Numerous studies and researches have been conducted to date on the effects of media and satellite programs, including Maleki (2021), Mollai and Amir (2000), Mohammadi (2017), Mehrparvar (2017), Ilzaki (2015), The majority of research has focused on the urban community,

while the country's rural community, as a transitioning society, is undergoing significant changes and alterations. Although several studies used women as the unit of analysis, girls, particularly rural girls, have gotten less attention.

Method

It is a descriptive-analytical study in terms of methodology and applied in terms of purpose. The population consisted of villages with the highest number of satellite receivers in Mashhad's Miami rural district. The unit of analysis is rural girls who have a satellite device at home. Using Cochran's formula, 160 rural girls were voluntarily selected to complete the research instrument. The data collection instrument was a researcher-made questionnaire on the Likert scale. The validity of the instrument was evaluated by a panel of experts, and the content of the questionnaire was verified in the pre-test stage. Cronbach's alpha coefficient for rural girls' acceptance of satellite T.V. series, reasons for rural girls' acceptance of satellite T.V. series, and strategies to reduce the negative effects of satellite T.V. series were 0.94, 0.91, 0.81, respectively, which indicates the optimal reliability of the research instrument.

Results

22.5 percent of females say they don't watch domestic television. They watch satellite programs and series for an average of 6.3 hours every day. Music and dance were the main priority (with an average of 3.38), and dubbed serials were the second priority (with an average of 3.25) for rural females when it came to watching satellite programs. The rural girls' level of acceptance of satellite series (3.33 on the Likert scale) is higher than the average ($p \leq 0.05$). From the perspective of rural girls, GEM TV is the best satellite channel, followed by PMC ($p = 0.00$). Exploratory factor analysis showed that three factors account for 66% of the variance in rural girls' acceptance of the following satellite series. The first factor, the "attractiveness of satellite serials," with 49.03, is five times more important than the next.

Table 1. The most important reasons for the rural girls' acceptance of satellite TV series (n = 160)

Reasons for the rural girls' acceptance of satellite TV series	Correlation	Factors
The actors' beauty and make-up patterns	.82	The first factor: the attractiveness of satellite series
Presenting modern and luxurious life	.82	
The actors' dressing styles	.72	
The attractiveness of the story	.70	
Interest in serial actors	.67	
Wide variety of satellite series	.65	
Censorship of domestic serials	.78	



Unappealing story of domestic serials	.69	The second factor: the weakness of domestic serials
Incompatibility of domestic serials with the demands of age, as well as the desires and passion of youth.	.65	
The tragic nature of the story of domestic serials	.62	
Low variety of domestic series	.58	
Getting away from the problems of living in the village and making moments in life enjoyable	.91	Third factor: living conditions in the village
Restrictions on girls in the village and the possibility of education via satellite	.76	
Lack of recreational opportunities for rural females	.75	

Discussion and Conclusion

Girls, who experience various deprivations in rural locations, represent a significant audience for satellite channels. The findings indicated that rural girls primarily watch entertainment programs such as music and dance, dubbed series, and cooking. Additionally, the best channels for girls were PMC and GEM TV. The acceptance degree of rural girls for satellite series is 3.3, which is greater than the theoretical mean. The primary reasons rural girls embrace satellite serials are 1) their attractiveness. 2) the weakness of domestic serials; and 3) the village's living conditions. Contrary to Amiri et al. (2012), the current study does not take a negative view toward technological advancements. Consistent with Maleki (2021), this study believes that governments should recognize the right of citizens to pick what they need to see and hear. The domestic media's seeming indifference to the audience's preferences increases the popularity of foreign media, and the government's controls and monitoring in this regard are ineffective. As a result, media planners and programmers have a responsibility to expand the diversity and attractiveness of domestic media programs while attempting to better understand the media needs of rural girls.

Ethical considerations

Compliance with research ethics: This study was carried out following the ethics code for human research, such as getting informed consent and maintaining confidentiality, as well as adhering to the principle of confidentiality and anonymity of the individuals.

Funding: The present study was not sponsored by any institution.

Authors' contribution: The first author wrote the article, evaluated and interpreted the findings, while the second author gathered data

and entered it into the software, as well as corresponding with the journal

Conflict of interest: This research is not in conflict with personal or organizational interests.

Acknowledgments: We appreciate the rural girls from Miami who assisted researchers by completing the questionnaire.

References

- Aghajan Begloo, S., Bazrafkan, H., Rouhani, A. (2013). A Study of the Relationship between Visual Media and Life Pattern Selection, *Journal of Women and Society*, 4 (13),141-164. [[link](#)] (text in persian)
- Ameli, S.R. (2004). Globalizations: Concepts and Theories, *Organon Philosophical, Literary and Cultural Quarterly*, 24, 1-58. [[link](#)](text in persian)
- Il-Zaki, A. (2016). The Impact of Satellite Programs on Lifestyle and Human Rights, *Quarterly Journal of Women's Rights Protection*, 2 (5), 163-181. [[link](#)] (text in persian)
- Maleki, M. (2021), Components of Satellite Broadcasting in International and Islamic Law, *Quarterly Journal of Comparative Research in Islamic and Western Law*, 6(1), 202-175. [[link](#)] (text in persian)
- Mehrparvar, S. (2017). Ethnography of the female audience of Omar Gol Laleh satellite series, *Media Studies*, 12(39), 83-101. [[link](#)] (text in persian)
- Mohammadi, F.(2017). Analysis of women's reading of Persian language satellite series studied by women in Sanandaj, *Culture Strategy*,10(39),47-72. [[link](#)] (text in persian)
- Mollai, M., Amir, A. (2020). Readings of female audiences about gender and gender relations in the Istanbul bridal satellites, *Journal of Sociology of Culture and Art*, 2(2),1-32. [[link](#)] (text in persian)



بررسی میزان استقبال دختران روستایی از سریال‌های ماهواره‌ای و راهکارهای کاهش اثرات منفی آن

مریم قاسمی*^۱ سمانه میرعلیجانی^۲

چکیده

امروزه جهانی شدن تأثیر شگرف و غیرقابل انکاری بر تمامی جنبه‌های زندگی گذاشته، به طوری که انتشار سریع ایده‌ها از طریق فناوری‌های نوین رسانه‌ای بر گوناگونی اجزای فرهنگی و تنوع و تکثر آن افزوده و اثرات قابل توجهی در فضاهاى مختلف جغرافیایی گذاشته‌است. پژوهش حاضر به بررسی میزان استقبال دختران روستایی از سریال‌های ماهواره‌ای و راهکارهای کاهش اثرات منفی آن می‌پردازد. روش پژوهش توصیفی-تحلیلی و نوع پژوهش کاربردی است. جامعه آماری روستاهای دارای بیشترین دستگاه گیرنده ماهواره در دهستان میامی شهرستان مشهد و واحد تحلیل دختران روستایی بوده‌است. در این مطالعه ۱۶۰ دختر روستایی به صورت داوطلبانه در تکمیل پرسشنامه همکاری داشتند. تجزیه و تحلیل داده‌های میدانی به کمک نرم افزار SPSS انجام شد. نتایج نشان داد الگوی غالب استفاده از تلویزیون‌های ماهواره‌ای، برنامه‌هایی با محتوای سرگرم‌کننده بوده و بیشترین میزان استقبال دختران روستایی به ترتیب: موسیقی و رقص، سریال‌های دوبله شده فارسی، آشپزی و فیلم‌های سینمایی است. همچنین از دیدگاه دختران بهترین شبکه‌های ماهواره‌ای PMC و GEM TV بوده‌است. مهمترین راهکارهای کاهش اثرات منفی سریال‌های ماهواره‌ای از دیدگاه دختران روستایی به ترتیب: بهبود و تنوع برنامه‌های شبکه‌های تلویزیون داخلی با میانگین ۳/۹، برنامه‌ریزی جهت پرکردن اوقات فراغت دختران جوان با میانگین ۳/۸ است.

اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۰۵

نوع مقاله: پژوهشی اصیل

واژگان کلیدی

سریال‌های ماهواره‌ای، جهانی شدن فرهنگ، رسانه، دختران روستایی، دهستان میامی

ارجاع به مقاله:

قاسمی، مریم و میرعلی‌جانی، سمانه. (۱۴۰۱). بررسی میزان استقبال دختران روستایی از سریال‌های ماهواره‌ای و راهکارهای کاهش اثرات منفی آن. مطالعات زن و خانواده، ۱۰ (۳)، ۷۷-۱۰۲. DOI: 10.22051/jwfs.2022.29563.2328

^۱ استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دکتر علی شریعتی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. (نویسنده مسئول)

magh30@um.ac.ir

^۲ کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه جغرافیا، دانشکده جغرافیا و علوم زمین، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

مقدمه

به باور طرفداران «جهانی‌شدن»، تاریخی نوین از حیات اجتماعی بشر در حال تکوین و صورت‌بندی است که با خصیصه‌های منحصر به فردش گویای دگرگشت و تحولی عظیم است. جهانی‌شدن یکپارچگی جهانی در ابعاد فرهنگی، سیاسی و اقتصادی است. جهانی‌شدن فرهنگی به نسبت عمق تأثیرات و خصلت نامرئی و جریان‌کننده که دارد گاه بیشتر از دیگر ابعاد جهانی‌شدن مورد توجه است (عبدالهی، ۱۳۸۷). برخی اندیشمندان مانند آنتونی گیدنز^۱ معتقدند که امروزه شدت و سرعت فرآیند جهانی‌شدن، دنیا را به مکان شگفت‌انگیزی تبدیل کرده است که در آن، هم فرآیندهای هم‌گرایی و هم روندهای واگرایی در حال تحقق هستند و گسترش ارتباطات متقابل فرهنگی منجر به تعامل و تبادل فرهنگی پایداری می‌شود که هم باعث «تجانس فرهنگی» و هم باعث «آشفتگی فرهنگی» است. بستر جهانی‌شدن در بعد فرهنگی «ارتباطات» است، به طوری که از نظر گیدنز مهمترین ساحت جهانی‌شدن، جهانی‌شدن ارتباطات است که منشأ یکی‌شدن فضای جهانی شده، است و ارتباطات بین فردی، فرد با گروه و گروه با گروه را دگرگون کرده است (عاملی، ۱۳۸۳). لذا انقلاب انفورماتیکی و الکترونیکی و به دنبال آن، توسعه رسانه‌های اطلاعاتی و پیشرفت فن‌آوری ارتباطات، موجب تسهیل در پیوند فرهنگ‌های ملل مختلف شده است. انقلاب تکنولوژیک که حول محور تکنولوژی‌های اطلاعات متمرکز است، با سرعتی شتابان در کار شکل‌دهی دوباره بنیان مادی جامعه است و چشم‌انداز اجتماعی زندگی انسان را دگرگون ساخته است (کاستلز^۲، ۱۳۸۰). اهمیت اطلاعات و ارتباطات تاحدی است که دانشمندان در تقسیم‌بندی مراحل تاریخی تمدن بشر، آن را لحاظ کرده‌اند. به طوری که آلون تافلر^۳ تمدن بشری را به سه مرحله کشاورزی، صنعتی و فراصنعتی (یا عصر ارتباطات و اطلاعات) تقسیم می‌کند. در عصر فراصنعتی، قدرت در دست کسانی است که شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی را در اختیار دارند. لذا امروزه اطلاعات بیشتر به معنای قدرت بیشتر است (بحرانی و همکاران: ۱۳۹۰).

پس از دهه هشتاد میلادی، در جهان استفاده از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی نظیر ماهواره، اینترنت، تلویزیون‌های ماهواره‌ای و کابلی و ... فراگیر شد. یکی از این ابزارها که جهانی‌شدن فرهنگ را تسهیل نمود، ماهواره‌های تلویزیونی هستند، این ماهواره‌ها قادرند به طور هم‌زمان، برنامه‌های مستقیم صدها کانال تلویزیونی را برای مردم دنیا پخش نمایند. 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 (نیرومند و لطیفی، ۱۳۹۵). از این تعداد ۳۸۰ شبکه اختصاص به موسیقی دارد که ۲۴ ساعته موسیقی و کلیپ‌های تلویزیونی پخش می‌کنند و از میان شبکه‌های قابل دریافت در ایران، ۷۴ شبکه به تبلیغات مد لباس و لوازم آرایش، ۲۷۳ شبکه به تبلیغ ادیان و فرق ساختگی و تاریخی، ۴۱۹ شبکه به ورزش، ۲۵۲ شبکه به کودکان و نوجوانان، ۹۲ شبکه به مقولات اقتصادی اختصاص دارد

1. Anthony Giddens

2. Castells

3. Alvin Toffler



و همچنین تعداد شبکه‌هایی که به مسائل غیراخلاقی و کاملاً غیراخلاقی می‌پردازند به ترتیب ۲۳۵ و ۸۱ شبکه ماهواره‌ای است (بختیاری و فرخی، ۱۳۹۱).

با پیشرفت سریع کیفیت و ارزان شدن گیرنده‌های خصوصی که هر روز با ابعاد کوچک‌تر به بازار عرضه می‌شود، طبیعی است که تعداد پیام‌گیران ماهواره در حال افزایش است و شبکه‌های مختلف تلویزیونی جهان مانند کانال‌های ملی به آسانی در گیرنده‌های منازل مشاهده می‌شوند (باصری و حاجیانی، ۱۳۸۹). از این رو در دهه گذشته، میزان استقبال از برنامه‌های ماهواره‌ای افزایش به شدت یافته است. بسیاری از مردم، با توجه به محدود بودن شبکه‌های رسانه ملی هم از نظر تعداد و هم از نظر نوع برنامه‌ها که بخشی به دلیل قوانین کشور و بخش دیگر به دلیل رویکردهای سلیقه‌ای مدیران مرتبط است و همچنین گسترش فعالیت شبکه‌های فارسی زبان ماهواره‌ای، بیشتر از شبکه‌های ماهواره‌ای استقبال کرده و به تنوع ذائقه و سلیقه خود، با تکیه به تنوع شبکه‌های موجود و نوع برنامه‌ها، پاسخ می‌دهند و برنامه‌های داخلی را آنچنان که باید و شاید، جذاب و مطابق سلیقه و نظر خود نمی‌دانند (ملائی و امیر، ۱۳۹۹: ۱). برخی کارشناسان معتقدند امروزه مردم بیشتر تمایل به دیدن برنامه‌هایی دارند که آن‌ها را در رسانه‌های داخل کشور نمی‌یابند (ساک، ۱۳۹۸: ۸۶). شبکه‌های ماهواره‌ای عموماً به ارائه برنامه‌هایی می‌پردازد که محتوایی به وسعت تمامی ابعاد زندگی اجتماعی انسان‌های امروزی دارند (دارابی و همکاران: ۱۳۹۵). تا جایی که گستردگی ماهواره در جوامع و حضور آن حتی در حریم خلوت و خصوصی مردم، این ابزار را به پذیرفته‌ترین پیام‌آور و پذیرفته‌ترین فرمانروای اجتماعی و فرهنگی تبدیل کرده است. از این رو، برنامه‌های ماهواره‌ای در انتقال دانش، مهارت، نگرش، باور و ارزش‌ها نقش مهمی دارند که به شکل‌گیری و تغییر شناخت، عقاید، ارزش‌ها و رفتار جوامع منجر می‌شود (اسدی، ۱۳۹۳).

بی‌شک تغییر در هر جامعه‌ای اجتناب‌ناپذیر است و جامعه روستایی نیز از این خصوصیت مستثنی نیست. ساختار سنتی روستاها همواره تحت تأثیر رسانه‌ها مانند تلویزیون، ماهواره، گسترش ارتباطات مانند تلفن همراه و اینترنت و توسعه گردشگری دچار تغییرات زیادی شده است (آقاجان‌بگلو و همکاران، ۱۳۹۲). به طوری که بسیاری از خانواده‌های روستایی سعی می‌کنند از طریق اینترنت و شبکه‌های ماهواره‌ای ارتباطات خود را با دنیای بیرون روستا بسط دهند (گلچین و همکاران، ۱۳۹۱). زنان، به دلیل حضور بیشتر در منزل عموماً مخاطبان اصلی شبکه‌های ماهواره‌ای هستند. تنوع و تعداد زیاد برنامه‌های این شبکه‌ها در ساعات مختلف روز توانسته مخاطبان زیادی را در بین زنان به خود جذب کند. محصولات رسانه‌ای این شبکه‌ها (جنایی، درام، تاریخی، خیالی، علمی تخیلی و کمدی، کارتن، ورزشی، خبری و...) با توجه به تقاضا و علایق مختلف مخاطبان برای گروه‌های مختلف سنی و جنسی تهیه می‌شود (مهرپرور، ۱۳۹۶). دختران روستایی به دلایل گوناگون مانند فقدان دبیرستان، فاصله زیاد شهر و روستا و مخالفت‌های خانوادگی عمدتاً از تحصیل جا مانده‌اند. این دختران تحت تأثیر پدیده جهانی شدن دیگر مانند گذشته در بخش کشاورزی و دامپروری کار زیادی برای انجام دادن نداشته و بخش زیادی از اوقات فراغت خود را در خانه سپری می‌کنند و از رسانه‌هایی مانند تلویزیون و البته

ماهواره استفاده می‌کنند (آقاجان بگلو و همکاران، ۱۳۹۲). به دلیل فراگیری استفاده از گیرنده ماهواره و گوناگونی و تعدا زیاد برنامه‌های ماهواره‌ای، به نظر می‌رسد، ماهواره سهم عمده‌ای در پرکردن اوقات فراغت دختران روستایی دارد. چرا که تماشای برنامه‌های ماهواره یکی از کم هزینه‌ترین راه‌های گذران اوقات فراغت آن‌ها است (نیرومند و لطیفی: ۱۳۹۵). بی‌تردید برنامه‌های پخش شده از شبکه‌های ماهواره‌ای بر مخاطب تأثیر دارد. این موضوع همواره در ذهن مفسران، انگیزشگر این پرسش بوده است که با توجه به روند در حال گسترش فرهنگ جهانی، فرجام این روند در برای جوامع بشری سرمنشأ تهدید خواهد بود یا فرصت؟ دو دیدگاه جهت پاسخ به پرسش فوق وجود دارد که ذیلاً به آن‌ها اشاره می‌شود:

۱- دیدگاه آسیب شناسانه: مدعی تشدید ناامنی، محو هویت‌های ملی و محلی و سلطه فرهنگ غربی و آمریکایی بر فرهنگ جهانی در ابعاد مختلف از طریق فرآیند جهانی‌شدن است (میرمحمدی، ۱۳۸۱). در ایران نیز گروهی بر این باورند که استکبار جهانی با دراختیار گرفتن بخش عمده از رسانه‌های جهانی، به ویژه ماهواره‌ها، سعی در هویت‌زادایی، سست کردن ارزش‌های اسلامی و ملی، ایجاد خودباختگی و فریفتگی به غرب هستند (عبدالرحمانی، ۱۳۹۵: ۱۷۷).

۲- دیدگاه دوم: جهانی‌شدن را مثبت و آن را عامل همگرایی و نزدیکی واحدهای سیاسی به یکدیگر، رشد دموکراسی و آزادی‌های مدنی، توسعه سیاسی - اقتصادی و گسترش ارتباطات می‌داند (میرمحمدی، ۱۳۸۱)

بدیهی است که تناسب هر دو دیدگاه با واقعیت، محل تردید است و عده‌ای با درک این موضوع و وقوف بر افراط‌گرایی آن‌ها موضعی به مراتب منطقی‌تر برگزیده‌اند و معتقدند گسترش فرهنگ جهانی می‌تواند حامل فرصت و یا تهدید باشد. لذا با درک درست از آن و اعمال راهکارهایی مؤثر می‌توان با کاهش تهدیدها، فرصت‌های ناشی از آن را افزایش داد (عبدالهی، ۱۳۸۷). از این‌رو، استفاده از ماهواره و دیگر رسانه‌های گروهی شمشیر دولبه است که می‌تواند پیامدهای مثبت یا منفی را به دنبال داشته باشد. برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای در نواحی روستایی به‌عنوان یکی از رسانه‌ها و ابزارهای اصلی انتقال و گسترش ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی در تغییر رفتار فردی و اجتماعی (متقی و محمودی مولائی - کرمانی، ۱۳۹۵)، می‌تواند بر شیوه سلوک و سلیقه‌های عمومی و هنجارها اثرگذار باشد (خوشنویس، ۱۳۸۸)، اما میزان تأثیرپذیری کاربران در استفاده از برنامه‌های با توجه به متن اجتماع و شرایط فرهنگی که فرد در آن زندگی می‌کند متفاوت خواهد بود (حسین‌زاده و شجراوی، ۱۳۹۲).

از آنجا که توجه به مخاطبان زن برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای کمتر مورد تأکید بوده است، در این مطالعه زنان و دختران جوان به عنوان واحد تحلیل مورد توجه قرارگرفت. منطقه مورد مطالعه دهستان میامی بخش رضویه در شهرستان مشهد است، این دهستان در سرشماری ۱۳۹۵ معادل ۲۸۸۹۰ نفر و ۸۰۲۴ خانوار داشته است (سالنامه آماری استان خراسان رضوی، ۱۳۹۵). این دهستان به واسطه وجود مرقد یکی از نوادگان امام چهارم شیعیان (امامزاده یحیی علیه السلام) مورد توجه است و گردشگران شهر مشهد (عمدتاً اعراب حاشیه خلیج فارس) پس از زیارت مرقد حضرت رضا (علیه السلام)، به روستای



میامی در این دهستان سفر می‌کنند. متوسط فاصله روستاهای این دهستان با شهر مشهد ۵۲ کیلومتر است.

از نظر سطح توسعه، روستاهای دهستان میامی از سطح پایینی برخوردار بوده و در زمینه‌های مختلف با ضعف امکانات و خدمات مواجه است. با توجه به ضعف خدمات آموزشی و تفریحی- فراغتی در نواحی روستایی این دهستان، دختران روستایی بخش زیادی از اوقات فراغت خود را با رسانه‌های خانگی مانند تلویزیون، ماهواره و شبکه‌های پخش خانگی سپری کند (آقاچان بگلو و همکاران، ۱۳۹۲)، ضروری است تا الگوی مصرف محتوای شبکه‌های ماهواره در این قشر بررسی، میزان و دلایل استقبال آن‌ها واکاوی و راهبردهای مؤثر جهت کاهش اثرات منفی آن ارائه گردد. از نظر سنی دختران روستایی مورد بررسی بین ۱۲ (بعد از خاتمه تحصیلات ابتدایی) تا ۳۵ سال در نظر گرفته شد. از نظر موقعیتی بومی و ساکن روستا بودن برای ورود به نمونه پژوهش مدنظر قرار گرفت. بر این اساس، به نظر رسید پاسخ به پرسش‌های زیر می‌تواند در شناخت ابعاد موضوع اثرگذار باشد: پرسش اصلی پژوهش بدین صورت مطرح گردید که: الگوی مصرف برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای دختران، در روستاهای دهستان میامی چگونه است؟ و پرسش‌های فرعی به شرح ذیل ارائه شد:

الف- میزان استقبال دختران روستاهای دهستان میامی از سریال‌های ماهواره‌ای به چه میزان

است؟

ب- دلایل استقبال دختران روستاهای دهستان میامی از سریال‌های ماهواره‌ای چیست؟

ج- چه راهکارهایی جهت کاهش اثرات منفی سریال‌های ماهواره‌ای پیشنهاد می‌شود؟

مبانی نظری

ماهواره از مصادیق فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات است که می‌تواند سیگنال‌های دریافتی از نقاط مختلف را به هر نقطه موردنظر دیگر بفرستد (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳). با فرآیند جهانی شدن، شبکه‌های ارتباطی و ماهواره ضمن یکسان‌سازی فرهنگ جهانی تأثیرات گسترده‌ای بر ساکنان فضاهای مختلف جغرافیایی می‌گذارد. در این ارتباط امانوئل کاستلز^۱ در کتاب «عصر اطلاعات، ظهور جامعه شبکه‌ای» از حضور پررنگ رسانه‌ها در محیط ذهنی افراد و تجارب عینی آن‌ها تعبیری دارد و می‌گوید: «رسانه‌ها به علت اینکه تاروپود نمادین زندگی ما هستند، همچون تجارب واقعی که بر رویاهای ما تأثیر دارند، بر آگاهی‌ها و رفتار ما تأثیر می‌گذارند و مواد خامی را فراهم می‌سازند که ذهن ما با استفاده از آن کار می‌کند (باصری و حاجیانی، ۱۳۸۹). به‌کارگیری رسانه‌ها، بحث در مورد اثرات و پیامدهای گوناگون آن‌ها را به دنبال دارد. نظریه‌پردازی و مفهوم‌بندی این تأثیرات در خلال دوره پیدایش رسانه‌ها و وسایل ارتباطی در سه مرحله قابل طبقه‌بندی است که عبارتند از:

- تأثیرات قاطع (حد فاصل دو جنگ جهانی): در این دوره تصور می‌شد وسایل ارتباط جمعی دارای اثرات نیرومند و تعیین‌کننده‌ای هستند. نظریه سوزن تزریقی و گلوله جادویی در مطالعه اولیه در این مقوله قرار می‌گیرد.

^۱. Manuel Castells

- تأثیرات محدود (پس از جنگ تا دهه ۱۹۷۰): در این دوره، پژوهشگران در اثر نبود شواهد کافی نسبت به تأثیرات رسانه دچار تردید شدند.
- از دهه ۱۹۷۰ به بعد: در این دوره، رویکرد عمومی پژوهشگران به نوعی به رسانه‌های نیرومند بازگشته است. در این میان برخی از رویکردها بیشتر به اثرات رسانه بر عوامل اجتماعی تأکید داشته‌اند، مانند نظریه‌های کاشت، رسانه‌های سرایت دهنده و نظریه برجسته‌سازی (محمده‌پور، ۱۳۸۹).

برای شناخت بهتر تأثیر رسانه‌ها بخصوص شبکه‌های ماهواره‌ای، باید نظریات مربوط به آن را مورد توجه قرار داد. در این پژوهش از نظریه‌های «کاشت» و «یادگیری اجتماعی» در تبیین اثرات منفی استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای، و از نظریه «استفاده و خشونتی» در تبیین الگوی مصرف برنامه‌های ماهواره‌ای و میزان استقبال دختران روستایی از برنامه‌های ماهواره‌ای استفاده شده که در ادامه این نظریات توضیح داده می‌شود.

الف- نظریه کاشت: جورج گربرن^۱ و تعداد دیگری از پژوهشگران مدرسه ارتباطات دانشگاه پنسیلوانیا در سال ۱۹۶۹ با استفاده از پژوهشی که طولانی‌ترین و گسترده‌ترین برنامه پژوهش پیرامون اثرات تلویزیون است، نظریه «کاشت باورها» را ارائه دادند. طبق این نظریه تلویزیون در میان رسانه‌های مدرن چنان جایگاه محوری در زندگی روزمره پیدا کرده است که منجر به غلبه آن بر «محیط نمادین» شده و پیام‌هایش در مورد واقعیت جای تجربه شخصی و سایر وسایل شناخت جهان را گرفته است. گربرن معتقد است که تلویزیون در درازمدت سمبل‌های فرهنگی را در میان اعضای جامعه انتقال می‌دهد (گلچین و همکاران، ۱۳۹۱). 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 پژوهش‌های گربرن این است که دنیا در نگاه بینندگان پر مصرف ناخوشایندتر و پلیدتر به نظر می‌رسد. بعدها گربرن 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 (نیرومند و لطیفی، ۱۳۹۴). براساس دیدگاه کاشت 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 دست‌بزنند؛ چرا که از نظر دیدگاه کاشت، میزان تماشای یک رسانه همگانی از جمله تلویزیون‌های ماهواره‌ای، تأثیری بسزادر میزان شکل‌گیری نوعی نگرش نوین در نزد مخاطبین آن رسانه دارد (گلچین و همکاران، ۱۳۹۱).

ب- نظریه یادگیری اجتماعی: نظریه الگوسازی که بر اساس نظریه یادگیری اجتماعی آلبرت باندورا^۲ 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. بنابه این نظریه انسان‌ها بیشتر آنچه را که برای راهنمایی و عمل در زندگی نیاز دارند، صرفاً از تجربه و مشاهده مستقیم یاد نمی‌-

¹. George Gerbner

². Albert Bandura



گیرند، بلکه عمده آن‌ها به طور غیرمستقیم و به‌ویژه از طریق رسانه‌های جمعی آموخته می‌شود. ادعای اصلی باندورا این است که بیشتر رفتارهای آدمی به صورت مشاهده رفتار دیگران و از طریق الگوبرداری یادگرفته می‌شود. نظریه یادگیری اجتماعی معتقد است که فرد از طریق مطالعه و مشاهده نمونه‌های رسانه‌ای، رفتارهای مناسب را فرا می‌گیرد، می‌فهمد کدام دسته از رفتارها پاداش می‌گیرند و کدام یک کیفر می‌بینند. از این طریق مخاطبان می‌کوشند در زندگی واقعی پاداش بگیرند و بنابراین، به تقلید و الگوبرداری از نمونه‌های رسانه‌ای گرایش پیدامی‌کنند. چهار فرایند اصلی یادگیری اجتماعی باندورا: توجه، حفظ و یادآوری، تولید (عملی) و انگیزش هستند. نقطه شروع یادگیری یک رویداد مشاهده مستقیم یا غیرمستقیم است. با در نظر گرفتن رویدادی که بتوان آن را مشاهده کرد (و در نتیجه الگوبرداری کرد)، نخستین قدم در یادگیری اجتماعی، توجه به آن رویداد است. بدیهی است تا زمانی که ما به رویدادی توجه نداشته باشیم و نتوانیم بخش‌های مهم آن را درک کنیم، نمی‌توانیم از آن رویداد چیزی بیاموزیم (فتحی و جعفری، ۱۳۹۶).

ج- نظریه استفاده و خشنودی: این دیدگاه نحوه استفاده و خشنودی نظر مصرف‌کننده رسانه‌ها را مورد توجه قرار می‌دهد و به بررسی این امر می‌پردازد که مردم چگونه از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و چه نوع رضایتی را جست‌وجو و از رسانه‌ها دریافت می‌نمایند. پژوهشگران نحوه استفاده و رضایتمندی، فرض را بر این قرار می‌دهند که مخاطبان از دلایل خود در مصرف محتوای رسانه‌ها آگاهند و می‌توانند آن‌ها را به زبان آورند. نظریه استفاده و خشنودی به نوع، محتوا و چگونگی استفاده و خشنودی مخاطبان از رسانه‌ها توجه دارد و به جای پاسخگویی به این سوال که «رسانه‌های جمعی با مردم چه می‌کنند؟» به این پرسش اساسی می‌پردازد که «مردم با رسانه‌های جمعی چه می‌کنند؟». بنابراین، بر مبنای این نظریه به جای این تصور که رسانه‌ها مستقیم بر دریافت کنندگان پیام نفوذ دارند، به رسانه‌ها به‌عنوان منابع بالقوه نفوذ در کمک به سایر منابع نگریسته شده و این باور وجود دارد که مردم نه رسانه‌ها، در چنین فرآیند ارتباطی دارای نفوذ و قدرت زیادی هستند. بنابراین، پیش از تحلیل تأثیرات رسانه‌ها ابتدا باید نیازها و انگیزه‌های استفاده مخاطب از رسانه‌ها بررسی گردد و سپس الگوهای مصرف مخاطبان شناخته و تبیین شود. به‌طور کلی نظریه استفاده و خشنودی مرتبط است با: ۱) خاستگاه اجتماعی و روانی (۲) نیازها، که به‌وجود آورنده (۳) انتظاراتی از (۴) رسانه‌های جمعی یا سایر منابع است و منجر می‌شود به (۵) الگوهای متفاوت رویارویی با رسانه‌ها (یا اشتغال به سایر فعالیت‌ها) که نتیجه خواهد شد به (۶) ارضاء نیازها و (۷) سایر پیامدهایی که شاید اغلب ناخواسته باشد (امیری و همکاران، ۱۳۹۰).

مرور ادبیات پژوهش

بررسی پیشینه پژوهش نشان داد تاکنون مطالعات و پژوهش‌های قابل ملاحظه‌ای در خصوص رسانه‌ها و از آن جمله ماهواره و اثرات آن صورت گرفته است که در زیر به بیان برخی از این مطالعات می‌پردازیم: ملکی (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی مولفه‌های پنخس برنامه‌های ماهواره‌ای در حقوق بین‌الملل و اسلام پرداخته است. از نظر وی قطع شبکه‌های ماهواره‌ای یا تحریم رسانه‌ای باعث شده مخاطبین از

دسترسی اخبار و اطلاعات و همچنین دیدگاه‌های سیاسی، فرهنگی و غیره محروم شوند. افزون بر این، تحریم یک‌جانبه و قطع پخش شبکه‌های ماهواره‌ای با اصول و قواعد حقوقی سازگار نیست.

ملائی و امیر (۱۳۹۹) به بررسی خوانش مخاطبان زن از جنسیت و روابط جنسیتی در مجموعه ماهواره‌ای عروس استانبول پرداختند. تقابل خوانش کلیشه‌ای و ساختارشکنانه از جنسیت و روابط جنسیتی، مضمون هسته حاصل از یافته‌ها بود. مضامین اصلی مصرف‌گرایی زنانه، سرمایه جنسی زنانه، بازنمایی نقش‌های سنتی و کلیشه‌ای تشکیل‌دهنده مضمون بازنمایی زنانگی کلیشه‌ای بوده‌اند. مضامین اصلی دموکراتیزه شدن روابط زن و مرد و جرح و تعدیل هنجارهای زنانگی نیز تشکیل‌دهنده مضمون بازنمایی زنانگی ساختارشکنانه بود.

محمدی (۱۳۹۶) به تحلیل خوانش زنان از سریال‌های ماهواره‌ای فارسی زبان پرداخته‌است. زنان، این سریال را به چهار شیوه رمزگشایی می‌کنند که عبارت‌اند از: جایگاه مسلط هژمونیک، تقابل جو، جرح و تعدیل شده و فراهژمونیک.

مهرپور (۱۳۹۶) به بررسی مردم‌نگاری مخاطبان زن سریال ماهواره‌ای عمر گل لاله پرداخته‌است. زنان بیننده این سریال با دلایل و انگیزه‌های گوناگونی پای تماشای مجموعه نشستند از جمله: کسب آرامش، فرار از روزمرگی، سرگرم‌شدن، آشنایی با فرهنگ سایر کشورها. از دیدگاه زنان تماشاگر مشارکت در دنیای تخیلی داستان، منشا لذت است و به مدد جادوی رویا، تخیل موجود در سریال به سهولت به دنیای روزمره تماشاگران ورود می‌یابد.

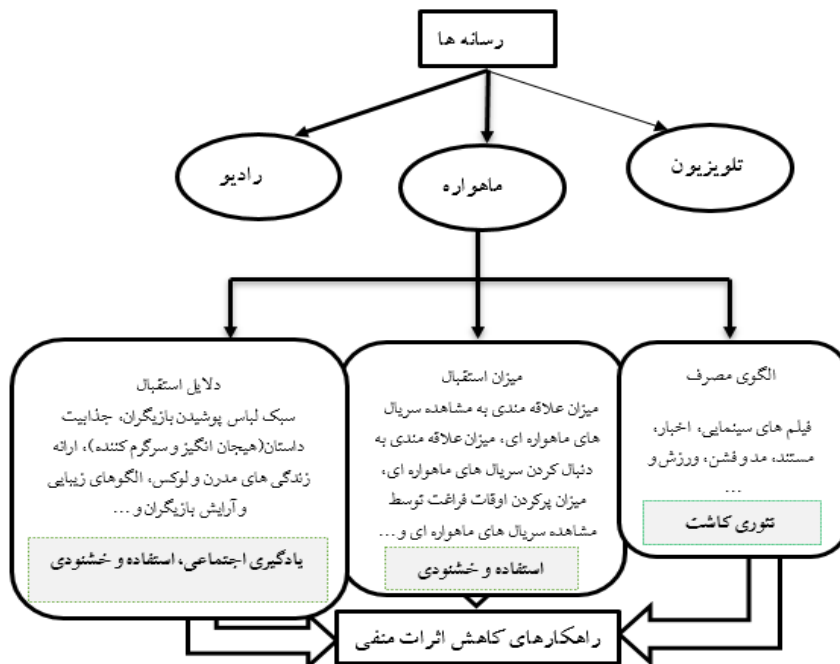
رحمانی (۱۳۹۵) به بررسی نقش کانال ماهواره‌ای فارسی زبان در افزایش گرایش دانشجویان دختر به مدهای آرایش و زیبایی پرداخته‌است. بین تماشای برنامه‌های تبلیغاتی پیام‌های بازگانی کانال ماهواره‌ای فارسی و گرایش دانشجویان دختر به آرایش و زیبایی با شغل آزمودنی رابطه معنی‌دار وجود دارد. در مجموع کانال‌های ماهواره‌ای فارسی زبان در میان عوامل گوناگون اجتماعی و ارتباطی، پدیده‌ای اثرگذار بر دختران دانشجو در گرایش به انواع مدها، و زیبایی‌هاست.

ایل‌زکی (۱۳۹۵)، در بررسی تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای بر سبک‌زندگی و حقوق بشر، اشاره می‌کند که برنامه‌های ماهواره‌ای در کنار آثار مثبت و منفی موجب بروز معضلات روحی و جسمی بی‌شماری گردیده‌است. با توجه به عدم تفاهم دولت‌ها در مورد اصول حقوقی حاکم بر پخش برنامه‌های ماهواره‌ای و به چالش کشیده شدن امنیت فرهنگی کشورها آیا اسناد حقوق بشری می‌تواند اهداف مدنظر اسناد حقوق بشری را در رابطه با تأمین حیثیت و کرامات انسانی حاصل نماید. او بیان می‌کند که اسناد حقوق بشری فقط در مرحله نگارش مانده و در مرحله عمل نتوانسته‌موجب تأمین امنیت بشر شود.

حیدری و همکاران (۲۰۱۴) به بررسی هویت دینی دانش‌آموزان دختر و پسر دبیرستان‌های شهرستان مرودشت و ارتباط آن با نوع مصرف رسانه (تلویزیون و ماهواره) پرداخته‌است. دختران از نظر سه بعد هویت دینی، یعنی احساسات، اعتقاد و عمل، نسبت به پسران مذهبی‌ترند. همچنین، دختران بیشتر تلویزیون و پسران بیشتر برنامه‌های ماهواره را تماشا می‌کردند.



بررسی پیشینه تحقیق نشان می‌دهد اغلب مطالعات صورت در ارتباط با تأثیرات برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای بر مفاهیمی چون سبک زندگی، هویت دینی، نگرش، هویت فرهنگی، سبک پوشش، روابط نامشروع، هویت جنسی، ارزش‌های دینی، تحولات خانواده، شکاف نسلی و... بوده است. همچنین در اغلب پژوهش‌ها جامعه هدف جامعه شهری بوده است در حالی که جامعه روستایی کشور نیز به عنوان جامعه در حال گذار، دستخوش تغییرات و دگرگونی گسترده‌ای است ولی در تحلیل‌های جامعه‌شناختی چندان مورد توجه قرار نگرفته است. اگرچه واحد تحلیل در برخی مطالعات انجام‌یافته زنان بوده‌اند اما دختران خصوصاً دختران روستایی در کمتر مطالعه‌ای مورد توجه قرار گرفته است.



شکل ۱- مدل پژوهش

روش پژوهش

روش تحقیق توصیفی- تحلیلی و نوع آن کاربردی است. جامعه آماری روستاهای دارای بیشترین تعداد گیرنده برنامه‌های ماهواره در دهستان میامی شهرستان مشهد است. لازم به ذکر است که این روستاها بر اساس مطالعات میدانی و مصاحبه با بخشدار و پاسگاه انتخاب شدند. واحد تحلیل دختران روستایی هستند که در منزل دارای دستگاه ماهواره می‌باشند. با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۶۰ دختر روستایی داوطلبانه در پژوهش همکاری داشتند. روستاهای نمونه و حجم خانوار در هر روستا و تعداد دختران مورد بررسی در هر روستا به شرح جدول ۱ است.

جدول ۱. روستاهای نمونه و حجم خانوار و تعداد دختران در روستاهای دهستان

نام روستا	فاصله تا مشهد km	جمعیت	خانوار	سال ورود ماهواره به روستا	تعداد خانوار دارای ماهواره	دختران نمونه دارای ماهواره
خادم آباد	۹	۷۸۶	۲۱۵	۱۳۸۸	۱۰	۱۰
قازقان	۱۵	۲۱۹۰	۶۴۰	۱۳۸۰	۵۰	۲۴
احمدآباد	۱۸	۱۲۵۰	۳۳۰	۱۳۸۰	۹۰	۲۴
چنارک	۴۵	۱۷۴۲	۴۳۶	۱۳۹۰	۱۵	۱۸
اردولوک	۴۵	۴۰۰	۱۲۰	۱۳۸۵	۵	۱۰
سالارآباد	۷	۲۸۸۲	۶۹۸	۱۳۸۰	۵۰	۳۰
میامی	۴۳	۲۶۰۰	۶۹۰	۱۳۸۸	۵۵	۲۰
چلقی	۲۳	۱۱۰۰	۳۰۰	۱۳۸۵	۳۵	۲۴
جمع	-	۱۲۹۵۰	۳۴۲۹	-	۱۰	۱۶۰

ابزار گردآوری اطلاعات و شیوه اجرای پژوهش

ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته بود که پس از مطالعات گسترده کتابخانه‌ای و بررسی مبانی نظری و مصاحبه با چند دختر روستایی، شاخص‌های هر سازه استخراج گردید. روایی ابزار پژوهش به کمک پانل متخصصین تأیید و صحت محتوایی پرسشنامه توسط ۳۵ نفر از دختران روستایی در مرحله Pre test ارزیابی شد. همچنین ضریب آلفای کرونباخ میزان استقبال دختران روستایی از سریال‌های ماهواره‌ای ۰/۹۴، دلایل استقبال دختران روستایی از سریال‌های ماهواره‌ای ۰/۹۱، راهکارهای کاهش اثرات منفی سریال‌های ماهواره‌ای ۰/۸۱ به دست آمد که نشان می‌دهد پایایی درونی پرسش‌های مطلوب است (جدول ۲).

تعریف عملیاتی سازه‌های پژوهش

جدول ۲. تعریف عملیاتی سازه‌های پژوهش

شاخص	سازه
فیلم‌های سینمایی، اخبار، مستند، مدوفشن، ورزش، آشپزی، موسیقی ورقص، مهارت‌های زندگی (مشاوره، آشپزی و...)، کارتن (انیمیشن)، سریال‌های دوبله نشده	الگوی مصرف برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای
میزان علاقه‌مندی به مشاهده سریال‌های ماهواره‌ای، میزان علاقه‌مندی به دنبال کردن سریال‌های ماهواره‌ای، میزان پرکردن اوقات فراغت توسط مشاهده سریال‌های ماهواره‌ای	میزان استقبال دختران روستایی از سریال‌های ماهواره‌ای
سبک لباس پوشیدن بازیگران، جذابیت داستان (هیجان‌انگیز و سرگرم‌کننده)، ارائه زندگی‌های مدرن و لوکس، الگوهای زیبایی و آرایش بازیگران، علاقه به هنرپیشه سریالها، تنوع بالای سریال‌های ماهواره‌ای، عدم سانسور، جذاب نبودن داستان سریال‌های داخلی، تنوع پائین سریال‌های داخلی، عدم انطباق سریال‌های داخلی با اقتضائات سنی و نیازها و روحیه جوانان، غیرواقعی بودن برخی صحنه‌های سریال‌های	دلایل استقبال دختران روستایی از سریال‌های ماهواره‌ای



داخلی (سانسور)، غمگین بودن داستان سریال‌های داخلی، عدم وجود امکانات برای دختران روستایی به منظور پرکردن اوقات فراغت (تفریح و سرگرمی)، محدودیت دختران در روستا و امکان آموزش از طریق ماهواره (آشپزی، رقص و...)، دور شدن از مشکلات زندگی در روستا و لذت بخش تر کردن لحظاتی در زندگی (فرار از واقعیات زندگی روزمره)

بهبود و تنوع برنامه‌های شبکه‌های تلویزیون داخلی، تقویت باورهای دینی در دختران جوان، برخورد قضایی با افراد دارای ماهواره، جمع آوری ماهواره توسط نیروی انتظامی، ارتقای سطح بینش سیاسی، مذهبی و اعتقادی خانواده‌ها، برنامه‌ریزی جهت پرکردن وقت دختران جوان روستایی از طریق گسترش نهادهای فرهنگی و... در نواحی روستایی، تقویت دسترسی به تمامی شبکه‌های رسانه ملی، آموزش سواد رسانه‌ای و افزایش آگاهی مردم به ویژه جوانان و کودکان نسبت به رسانه، سرمایه‌گذاری در بخش غنی سازی و سالم‌سازی فرهنگ، احیای سنت‌های اصیل و ارزشمند گذشته و آشنا ساختن جوانان با مفاخر پیشین و تشویق و ترغیب جوانان، حذف انحصار رسانه‌ای و به صحنه کشیدن بخش خصوصی به منظور راه اندازی شبکه‌های خصوصی (صدور مجوز فعالیت شبکه‌های خصوصی برای ایجاد رقابت و افزایش مخاطب)

راهکارهای کاهش اثرات منفی سریال‌های ماهواره‌ای

یافته‌ها

۸۵ درصد دختران مورد بررسی بیکار، ۱۲/۵ درصد دانش‌آموز و تنها ۱/۳ درصد شاغل بوده‌اند. از نظر سطح تحصیلات ۴۳/۸ درصد ابتدایی/ابتدایی ناقص بوده‌اند. ۴۰ درصد سیکل/سیکل ناقص بوده‌اند و ۱۶ درصد دیپلم/دیپلم ناقص داشته و تنها ۰/۱۸ درصد دارای مدرک لیسانس بوده‌اند. از نظر سنی ۳۹ درصد کمتر از ۲۰ سال داشته‌اند.

میزان استفاده از انواع رسانه

بر اساس نظریه کاشت، میزان تماشای یک رسانه همگانی تأثیری بسزا در میزان شکل‌گیری نوعی نگرش نوین در نزد مخاطبین آن رسانه دارد. بر پایه این نظریه به هر میزان که افراد ساعات بیشتری را در معرض پیام‌های رسانه‌ای باشند، رسانه‌ها تأثیر عمیق‌تری در نگرش‌ها و باورهای آنان خواهد گذاشت (گلچین و همکاران، ۱۳۹۱). از این رو در این بخش میزان استفاده دختران روستایی از انواع رسانه یعنی تلویزیون، رادیو، نشریات و روزنامه و اینترنت طی یک شش‌ماه روز مورد بررسی قرار گرفته‌است. مطابق جدول ۴، به‌طور میانگین دختران ۳/۴ ساعت را در روز به تماشای سریال‌های ماهواره‌ای می‌پردازند. ۵۰ درصد دختران سه ساعت و ۵۰ درصد دختران کمتر از سه ساعت به تماشای سریال‌های ماهواره‌ای می‌پردازند، اما ۱۳/۸ درصد در روز سریال‌های داخلی را تماشا نمی‌کنند. به‌طور میانگین دختران دارای ماهواره در روز ۲/۶ ساعت به تماشای سریال‌های تلویزیون داخلی می‌پردازند. ۵۰ درصد دختران در روز کمتر از دو ساعت و ۵۰ درصد دختران در روز بیشتر از دو ساعت را به تماشای برنامه‌های مختلف تلویزیون داخلی اختصاص می‌دهند. ۷/۵ درصد از دختران دارای ماهواره در روز هیچ برنامه ماهواره‌ای تماشا نمی‌کنند و از برنامه‌های شبکه‌های داخلی استفاده می‌کنند. به‌طور میانگین دختران در روز ۲/۹۱



الگوی مصرف برنامه‌های ماهواره‌ای دختران روستایی

ماهواره به عنوان یک رسانه جمعی بسیار گسترده، این اختیار را به بیننده می‌دهد که در هر زمان از شبانه‌روز انتخاب‌های فراوانی از میان شبکه‌های مورد دلخواه خود داشته‌باشد و مجبور به دیدن یک/چند شبکه خاص نباشد (امیری و همکاران، ۱۳۹۰). مطابق جدول زیر ۴۸/۸ درصد از پاسخگویان تماشای سریال‌های دوبله شده، ۴۸/۸ درصد تماشای فیلم‌های سینمایی، ۲۰ درصد تماشای اخبار، ۲۳/۸ درصد تماشای مستند، ۳۷/۵ درصد تماشای مد و فشن، ۲۶/۳ درصد تماشای برنامه‌های ورزشی، ۴۳ درصد تماشای آشپزی، ۵۷/۵ درصد تماشای موسیقی و رقص، ۳۲/۶ درصد تماشای مهارت‌های زندگی (مشاوره، آشپزی و...)، ۲۸/۸ درصد تماشای کارتن (انیمیشن) و ۳۱/۳ درصد از پاسخگویان سریال‌های دوبله نشده را در حد زیاد و بسیار زیاد تماشا می‌کنند. تماشای سریال‌های دوبله شده و فیلم‌های سینمایی جهت پرکردن اوقات فراغت دختران بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌است.

در پاسخ به این پرسش که الگوی مصرف برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای دختران چگونه است از آزمون تی‌تک‌نمونه‌ای استفاده شد. در این آزمون برابری میانگین جامعه با میانه نظری (۳) آزمون شد. با توجه به سطح معنی‌داری در مورد تماشای اخبار، مستند، ورزش، موسیقی و رقص، کارتن و سریال‌های دوبله نشده تفاوت میانگین معنادار است. موسیقی و رقص با ۳/۳۸ رتبه یک، سریال‌های دوبله شده با میانگین ۳/۲۵ رتبه دو، آشپزی رتبه سه و فیلم‌های سینمایی، مهارت‌های زندگی، مد و فشن، ورزش، مستند، کارتن، اخبار و سریال‌های دوبله نشده به ترتیب در رتبه‌های بعد قرار می‌گیرند.

جدول ۴. الگوی مصرف برنامه‌های ماهواره‌ای در بین دختران روستایی

برنامه‌های ماهواره‌ای	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	میانگین	T آزمون	Sig.
سریال‌های دوبله شده فارسی	۲۲/۵	۲۶/۳	۲۰	۱۶/۳	۱۵	۳/۲۵	۱/۶۳	۰/۱۱
فیلم‌های سینمایی	۱۶/۳	۳۲/۵	۱۲/۵	۲۷/۵	۱۱/۳	۳/۱۵	۱/۰۳	۰/۳۱
اخبار	۷/۵	۱۶/۳	۲۰	۳۵	۲۱/۳	۲/۵۱	-۳/۷	۰/۰۰
مستند	۱۰	۲۷/۵	۱۸/۸	۲۵	۱۸/۸	۲/۵۴	-۳/۴	۰/۰۰
مد و فشن	۳/۸	۲۲/۵	۲۷/۵	۲۸/۸	۱۷/۵	۲/۸۵	-۱/۰۴	۰/۳۰
ورزش	۱۵	۲۸	۲۳/۸	۲۲/۵	۱۰	۲/۶۶	-۲/۶۹	۰/۰۱
آشپزی	۱۷/۵	۴۰	۱۵	۱۷/۵	۱۰	۳/۱۶	۱/۱۹	۰/۲۴
موسیقی و رقص	۹	۱۷	۳۱	۱۵	۸	۳/۳۸	۲/۶۹	۰/۰۱
مهارت‌های زندگی (مشاوره، آشپزی و...)	۱۱/۳	۲۱/۳	۳۸/۸	۱۸/۸	۱۰	۳/۰۵	۰/۴۶	۰/۶۹
کارتن (انیمیشن)	۱۰	۱۸/۸	۱۳	۳۰	۲۷/۵	۲/۵۴	-۳/۰۹	۰/۰۰
سریال‌های دوبله نشده	۱۳/۸	۱۷/۵	۱۳/۸	۱۱/۳	۴۳/۵	۲/۴۶	-۳/۱۵	۰/۰۰

میزان استقبال دختران روستایی از سریال‌های ماهواره

مطابق جدول ۵ حدود ۶۰/۱ درصد از دختران روستایی میزان علاقه‌مندی به مشاهده سریال‌های ماهواره‌ای، ۵۷/۶ درصد دنبال‌کردن سریال‌های ماهواره‌ای و ۵۱/۳ درصد پرکردن اوقات فراغت با سریال‌های ماهواره‌ای را به میزان زیاد و بسیار زیاد عنوان نموده‌اند. میانگین علاقه‌مندی به سریال‌های ماهواره‌ای با ۳/۴۸ و دنبال‌کردن سریال‌های ماهواره‌ای با ۳/۳۹ به‌طورمعناداری بیشتر از میانه نظری ارزیابی شده‌است. ملاحظه می‌شود که میانگین میزان استقبال دختران روستایی از سریال‌های ماهواره‌ای با ۳/۳۳ بالاتر از میانگین است.

جدول ۵. میزان استقبال از سریال‌های ماهواره‌ای

میزان استقبال دختران روستایی	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	آزمون t	
						میانگین	p
علاقه‌مندی به مشاهده سریال‌های ماهواره‌ای	۲۸/۸	۳۱/۳	۱۱/۳	۱۳/۸	۱۵	۳/۴۸	۳/۰۱
دنبال‌کردن سریال‌های ماهواره‌ای	۲۳/۸	۳۳/۸	۱۲/۵	۱۲/۵	۱۷/۵	۳/۳۹	۲/۴۶
پرکردن اوقات فراغت با سریال‌های ماهواره‌ای	۱۶/۳	۳۵	۱۳/۸	۱۶/۳	۱۸/۸	۳/۱۴	۰/۸۹
میزان استقبال دختران از سریال‌های ماهواره‌ای						۳/۳	۲/۲۶

از دیدگاه دختران روستایی بهترین شبکه ماهواره‌ای بر اساس آزمون مربع‌خای GEM TV با فراوانی مشاهده شده ۵۶ و سپس PMC با فراوانی ۱۶ نفر است (Sig=0.00). (جدول ۶).

جدول ۶. بهترین شبکه ماهواره‌ای از دیدگاه دختران روستایی

Residual	Expected N	Observed N	شبکه‌ها
-۰/۶	۸/۶	۱۶	PMC
۱۹/۴	۸/۶	۵۶	GEM TV
-۵/۶	۸/۶	۶	GEM RIVER
-۶/۶	۸/۶	۴	FARSI I
-۶/۶	۸/۶	۴	VESAL
	۵۷/۵۸۱		Chi-Square
	۴		Df
	۰/۰۰۰		.Asymp. Sig

a. 0 cells (0.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 8.6.



دلایل استقبال دختران روستایی از سریال‌های ماهواره‌ای

بر اساس نظریه استفاده و خشنودی افراد کم و بیش به صورت فعال، به دنبال محتوایی هستند که بیشترین خشنودی را فراهم کند. درجه این خشنودی بستگی به نیازها و علایق فرد دارد. افراد هر قدر بیشتر احساس کنند که محتوای رسانه، نیاز آنان را برآورده می‌کند، احتمال اینکه آن محتوا را انتخاب کنند، بیشتر است (امیری و همکاران، ۱۳۹۰). ۵۲/۵ درصد دختران سبک لباس پوشیدن بازیگران، ۷۰/۱ درصد جذابیت داستان (هیجان‌انگیز و سرگرم کننده)، ۵۱/۳ درصد ارائه زندگی‌های مدرن و لوکس، ۵۳/۸ درصد الگوی زیبایی و آرایش بازیگران، ۵۷/۸ درصد علاقه به هنرپیشه سریال‌ها، ۵۲/۶ درصد تنوع بالای سریال‌های ماهواره‌ای، ۵۷/۶ درصد جذاب نبودن سریال‌های داخلی، ۵۱/۶ درصد عدم وجود امکانات برای دختران روستایی به منظور پرکردن اوقات فراغت (تفریح و سرگرمی)، ۵۳/۸ درصد محدودیت دختران در روستا و امکان آموزش از طریق ماهواره (آشپزی، رقص و...) را در حد زیاد و بسیار زیاد ارزیابی نموده‌اند. جذابیت داستان در سریال‌های ماهواره‌ای با میانگین ۳/۶۶ و جذاب نبودن داستان سریال‌های داخلی با میانگین ۳/۴۰ در استقبال دختران روستایی از سریال‌های ماهواره‌ای نقش موثری دارد. بدیهی است، تولید سریال‌هایی با محتوای قوی و داستان‌های جذاب می‌تواند استقبال دختران روستایی را از سریال‌های ماهواره‌ای کاهش دهد.

به منظور استخراج مهمترین دلایل استقبال دختران روستایی از سریال‌های ماهواره‌ای از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. آماره $KMO=0.87$ و $Kaiser-Meyer=0.000$ بیانگر موفقیت مدل است. در تحلیل عاملی بجز متغیر «عدم سانسور در سریال‌های ماهواره‌ای» ضریب اشتراک سایر متغیرها بیشتر از ۰/۰۵ است، لذا پس از حذف این متغیر ۱۴ متغیر وارد مدل شد. مطابق جدول سه عامل ۶۶ درصد واریانس مجموعه ۱۴ متغیر را تبیین می‌کنند که درصد مورد قبول و بالایی به‌شمار می‌آید (جدول ۷).

«الگوهای زیبایی و آرایش بازیگران» با ضریب همبستگی ۰/۸۲۴ ارائه زندگی‌های مدرن و لوکس با ۰/۸۱۷، سبک لباس پوشیدن بازیگران با ۰/۷۱۶، جذابیت داستان (هیجان‌انگیز و سرگرم کننده) با ۰/۷۰۳، علاقه به هنرپیشه سریال‌ها با ۰/۶۶۷ و تنوع بالای سریال‌های ماهواره‌ای با ۰/۶۴۷ مجموعاً اولین عامل را تشکیل می‌دهند که ۴۹ درصد واریانس را تبیین می‌کند و تحت عنوان «جذابیت‌های سریال‌های ماهواره» نام‌گذاری گردید. این عامل با ۴۹/۰۳ درصد بیش از پنج برابر عامل بعدی اهمیت دارد و به عنوان مهم‌ترین عامل معرفی می‌شود.

در عامل دوم، غیرواقعی بودن برخی صحنه‌های سریال‌های داخلی (سانسور) با ضریب ۰/۷۸۳، جذاب نبودن داستان سریال‌های داخلی با ۰/۶۸۷، عدم انطباق سریال‌های داخلی با اقتضائات سنی و نیازها و روحیه جوانان با ۰/۶۵۳، غمگین بودن داستان سریال‌های داخلی با ۰/۶۱۹ و تنوع پائین سریال‌های داخلی با ۰/۵۸۴ به‌عنوان «ضعف سریال‌های داخلی» نام‌گذاری شدند که ۹/۴۱ درصد واریانس را تبیین می‌کنند. در عامل سوم دورشدن از مشکلات زندگی در روستا و لذت بخش تر کردن لحظاتی در زندگی با ۰/۹۰۶، محدودیت دختران در روستا و امکان آموزش از طریق ماهواره با ۰/۷۵۵

و عدم وجود امکانات برای دختران روستایی به منظور پرکردن اوقات فراغت (تفریح و سرگرمی) با ۰/۷۵۱ مجموعاً با عنوان «شرایط زندگی در روستا» نام‌گذاری گردید که ۷/۹۹ درصد واریانس را تبیین می‌کند.

جدول ۷. مهم‌ترین دلایل استقبال دختران روستایی از سریال‌های ماهواره‌ای

عوامل	همبستگی	دلایل استقبال دختران روستایی از سریال‌های ماهواره‌ای
	۰/۸۲	الگوهای زیبایی و آرایش بازیگران
عامل اول: جذابیت‌های	۰/۸۲	ارائه زندگی‌های مدرن و لوکس
سریال‌های ماهواره	۰/۷۲	سبک لباس پوشیدن بازیگران
مقدار ویژه ۶/۸	۰/۷۰	جذابیت داستان (هیجان انگیز و سرگرم کننده)
درصد واریانس: ۴۹/۰۴	۰/۶۷	علاقه به هنرپیشه سریالها
	۰/۶۵	تنوع بالای سریالهای ماهواره‌ای
	۰/۷۸	غیرواقعی بودن برخی صحنه‌های سریال‌های داخلی (سانسور)
عامل دوم: ضعف سریال‌های	۰/۶۹	جذاب نبودن داستان سریال‌های داخلی
داخلی	۰/۶۵	عدم انطباق سریال‌های داخلی با اقتضائات سنی و نیازها و روحیه
مقدار ویژه ۱/۳		جوانان
درصد واریانس: ۹/۴۲	۰/۶۲	غمگین بودن داستان سریال‌های داخلی
	۰/۵۸	تنوع پائین سریال‌های داخلی
	۰/۹۱	دورشدن از مشکلات زندگی در روستا و لذت بخش تر کردن لحظاتی
عامل سوم: شرایط زندگی در		در زندگی (فرار از واقعیات زندگی روزمره)
روستا	۰/۷۶	محدودیت دختران در روستا و امکان آموزش از طریق ماهواره
مقدار ویژه ۱/۱۲		(آشپزی، رقص و ...)
درصد واریانس: ۷/۹۹	۰/۷۵	عدم وجود امکانات برای دختران روستایی به منظور پرکردن اوقات
		فراغت (تفریح و سرگرمی)

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

راهکارهای کاهش اثرات منفی سریال‌های ماهواره‌ای

مطابق جدول از دیدگاه دختران روستایی بجز «برخورد قضایی با افراد دارای ماهواره» و «جمع‌آوری ماهواره توسط نیروی انتظامی»، تفاوت میانگین در سایر راهکارها به کمک آزمون تی تک نمونه‌ای معنی‌دار است (Sig ≤ 0.05). مهم‌ترین راهکارها شامل: «بهبود و تنوع برنامه‌های شبکه‌های تلویزیون داخلی» با میانگین ۳/۸۸، «برنامه‌ریزی جهت پرکردن وقت دختران جوان روستایی از طریق گسترش نهادهای فرهنگی و ... در نواحی روستایی» ۳/۸۳، «تقویت باورهای دینی در دختران جوان» ۳/۷۴، «تقویت دسترسی به تمامی شبکه‌های رسانه ملی» ۳/۷۱، «آموزش سواد رسانه‌ای و افزایش آگاهی مردم به ویژه جوانان و کودکان نسبت به رسانه» ۳/۶۸، «حذف انحصار رسانه‌ای و به صحنه کشیدن بخش خصوصی به منظور راه‌اندازی شبکه‌های خصوصی» ۳/۶۶،



«احیای سنت‌های اصیل و ارزشمند گذشته و آشناساختن جوانان با مفاخر پیشین و تشویق و ترغیب جوانان» ۳/۶۳، «ارتقای سطح بینش سیاسی، مذهبی و اعتقادی خانواده‌ها» ۳/۶۰، «سرمایه‌گذاری در بخش غنی‌سازی و سالم‌سازی فرهنگ» ۳/۴۸، است.

جدول ۸. راهکارهای کاهش اثرات منفی سریال‌های ماهواره‌ای از دیدگاه دو گروه

دیدگاه دختران			راهکارهای کاهش اثرات منفی سریال‌های ماهواره‌ای
سطح معناداری	آماره	میانگین	
۰/۰۰	۷/۰۷	۳/۸۸	داخلی تلویزیون‌های شبکه‌های برنامه‌تنوع و بهبود
۰/۰۰	۶/۴۲	۳/۷۴	جوان دختران در دینی باورهای تقویت
۰/۳۸	۰/۸۸	۳/۱۰	ماهواره دارای افراد با قضایی برخورد
۰/۵۵	۰/۶۰	۳/۰۸	انتظامی نیروی توسط ماهواره آوری جمع
۰/۰۰	۵/۱۱	۳/۶۰	خانواده‌ها اعتقادی و سیاسی، مذهبی بینش سطح ارتقای
۰/۰۰	۷/۴۵	۳/۸۳	گسترش از طریق روستایی جوان دختران وقت پرکردن جهت ریزی برنامه و... در روستاها فرهنگی نهادهای
۰/۰۰	۶/۴۸	۳/۷۱	ملی رسانه‌های شبکه‌های تمامی به دسترسی تقویت
۰/۰۰	۶/۸۴	۳/۶۸	کودکان و جوانان ویژه به مردم آگاهی افزایش و ای رسانه سواد آموزش رسانه به نسبت
۰/۰۰	۴/۱۷	۳/۴۸	فرهنگ سالم‌سازی و غنی‌سازی بخش در گذاری سرمایه
۰/۰۰	۵/۲۲	۳/۶۳	مفاخر با جوانان ساختن آشنا و گذشته ارزشمند و اصیل سنت‌های احیای جوانان ترغیب و تشویق و پیشین
۰/۰۰	۳/۷۶	۳/۶۶	راه منظور به خصوصی بخش صحنه کشیدن به و رسانه‌ای انحصار حذف خصوصی‌های شبکه اندازی

بحث و نتیجه‌گیری

جهانی‌شدن فرهنگی به نسبت عمق تأثیرات و خصلت نامرئی و جریان‌کننده، گاه بیشتر از دیگر ابعاد جهانی‌شدن به موضوع اندیشه و تأمل نظریه‌پردازان معاصر بدل گشته و پیچیدگی زیاد در میزان اثربخشی آن، بسیاری از این نظریه‌پردازان را شدیداً دل‌مشغول و نگران تبعات ویرانگر این جنبه از جهانی‌شدن کرده‌است. در این ارتباط سه دیدگاه درباره جهانی‌شدن فرهنگ مطرح می‌گردد: ۱- عده‌ای معتقدند که گسترش روزافزون رسانه‌های گروهی و انقلاب الکترونیک و... در ترویج «هم‌گرایی و تجانس فرهنگی» نقش به‌سزایی بر عهده داشته و جهان را متحد می‌کنند. ۲- در مقابل این دیدگاه عده‌ای، استقرار یک فرهنگ جهانی و تجانس فرهنگی را یک نظر ساده‌لوحانه و بیش از حد خوش‌بینانه توصیف می‌کنند و عصر حاضر را عصر بی‌نظمی بزرگ جهانی می‌پندارند و نیز دهکده جهانی مک‌لوهان را بسیار آرمانی و ساده‌لوحانه قلمداد می‌کنند. از دیدگاه این اندیشمندان، مثال‌های ملموس این نوع نگرانی‌ها را می‌توان در نادیده‌گرفتن هویت‌های قومی، نژادی، جغرافیایی، ملی و ارزش‌های بسیاری از فرهنگ‌ها مشاهده کرد. ۳- اندیشمندان گروه سوم بر این باورند که در فرآیند جهانی‌شدن فرهنگ، یک سامانه بین‌المللی غالب با استفاده از رسانه‌های مختلف، ایده جهانی‌شدن را بازتولید می‌نماید که از آن، به

عنوان «امپریالیسم رسانه‌ها» یاد می‌شود لذا ما شاهد برتری یک فرهنگ و سیطره آن بر دیگر فرهنگ‌ها و افول فرهنگ‌های بومی و نابودی هویت‌های ملی و محلی هستیم.

بدیهی است که اتکا به یک دیدگاه محل تردید است. عده‌ای با درک این موضوع و وقوف بر افراط-گرایی آن‌ها موضعی به مراتب منطقی‌تر برگزیده‌اند و ضمن امعان نظر به امر جهانی، سویه محلی فرهنگ را نیز مطمئن نظر قرار داده‌اند. از این جمله می‌توان به الوین تافلر اشاره کرد که در کتاب معروف خود «موج سوم» نگرشی دوسویه به بوم-جهان را برمی‌تابد و قرین باور به تکوین انقلابی بی‌سابقه در قلمرو ارتباطات، تلویحاً خبر از شکل‌گیری هویت‌های میانی، کدر و پیوندی می‌دهد که ضمن پایبندی به هویت-محلی عضویت در شبکه‌های اعتماد جهانی (هویت اطلاعاتی) را نیز پذیرا هستند (عبداللهی، ۱۳۸۷).

اکنون آنچه مسلم است نمی‌توان مانع دسترسی خانواده‌ها به برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای که هواداران جوان و خاص خود را دارد، شد. "ماهواره‌های تلویزیونی امکان استفاده از صدها شبکه مختلف را فراهم آورده و قدرت انتخاب افراد را در محتوای شنیداری و دیداری رسانه‌ای افزایش داده است. بهره-مندی از گیرنده‌های ماهواره در نواحی روستایی که سابقاً کمتر در معرض امواج فرایند جهانی شدن بوده‌اند، فراگیر شده و در دو دهه اخیر منشأ تغییرات گسترده شده است. یکی از عمده‌ترین مخاطبان شبکه‌های ماهواره‌ای در نواحی روستایی دختران هستند که با محرومیت‌های متعدد در نواحی روستایی مواجه بوده و امروزه بخش زیادی از اوقات فراغت خود را با مشاهده برنامه‌های ماهواره‌ای پرمی‌کنند. فراهم نبودن امکانات تفریحی لازم نظیر سالن‌های ورزشی، کلاس‌های مناسب آموزشی و ... موجب گردیده دختران مصرف‌کنندگان اصلی سریال‌های ماهواره‌ای در نواحی روستایی باشند. نتایج نشان داد الگوی مصرف برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای دختران روستایی عمدتاً برنامه‌های سرگرمی شامل ۱- موسیقی و رقص ۲- سریال‌های دوبله ۳- آشپزی و به ترتیب فیلم‌های سینمایی، مهارت-های زندگی، مد و فشن، ورزش، مستند، کارتن، اخبار و سریال‌های دوبله نشده در رتبه‌های بعد قرار می‌گیرند. همچنین بهترین شبکه از دیدگاه دختران به ترتیب PMC و GEM TV بوده است. میزان استقبال روستایی از سریال‌های ماهواره‌ای با میانگین ۳/۳ بیشتر از میانه نظری است. مهمترین دلایل استقبال دختران روستایی از سریال‌های ماهواره شامل: ۱- جذابیت سریال‌های ماهواره‌ای ۲- ضعف سریال‌های داخلی و ۳- شرایط زندگی در روستا است.

در دو دهه اخیر (۱۳۸۰ به بعد) بهره‌برداری از خدمات ماهواره‌های تلویزیونی در صحنه ارتباطات نواحی روستایی مرسوم و معمول شده است. پژوهش حاضر برخلاف مطالعه امیری و همکاران (۱۳۹۱)، نگرش بدبینانه‌ای به تحولات تکنولوژیکی ندارد. این مطالعه هم‌سو با ملکی (۱۴۰۰) بر این باور است که تحریم یک‌جانبه و قطع پنخس شبکه‌های ماهواره‌ای با اصول و قواعد حقوقی سازگار نیست، به همین دلیل امروزه اغلب دولت‌ها حق انتخاب مردم را در مورد آنچه نیاز دارند، ببینند و بشنوند محفوظ می‌دارند. بدیهی است نوآوری‌های جدید ارتباطی می‌تواند بهره‌وران را در برابر گزینه‌های متنوعی از محتوای رسانه‌ای مطابق سلیقه افراد قرار دهد و بی‌توجهی رسانه‌های داخلی به رجحان‌های مخاطبان باعث



افزایش اقبال به رسانه‌های خارجی می‌شود و نظارت و کنترل دستگاه‌های حکومتی در این زمینه نتیجه-بخش نیست.

ملاحظات اخلاقی

رعایت اخلاق پژوهش: مسائل اخلاقی از جمله توضیح هدف پژوهش برای، در پرکردن پرسشنامه، دادن زمان کافی به هر شرکت‌کننده برای تکمیل پرسش‌نامه، توضیحات اضافه در مورد سؤال‌های مقیاس‌ها در صورت نیاز، اجازه انصراف از تکمیل پرسش‌نامه، اطمینان به شرکت‌کنندگان از محرمانه این مطالعه با رعایت کدهای اخلاقی انجام پژوهش‌های انسانی مانند کسب رضایت آگاهانه و آزادانه، رعایت محرمانگی و رعایت اصل رازداری و حفظ اسرار آزمودنی‌ها انجام شده است.

حمایت مالی: مطالعه حاضر حاصل تحت حمایت مالی هیچ موسسه‌ای انجام نشده است.
سهام نویسندگان: نویسنده اول نگارش مقاله، تحلیل و تفسیر نتایج و نویسنده دوم گردآوری اطلاعات و ورود داده‌ها در نرم افزار، مکاتبه با مجله را انجام داده است.

تضاد منافع: منافی تجاری در راستای پژوهش وجود ندارد و نویسندگان در قبال ارائه اثر خود وجهی دریافت ننموده‌اند.

تشکر و قدردانی: از دختران روستایی دهستان میامی که محققان را در تکمیل پرسشنامه یاری رساندند قدردانی می‌شود.

منابع

- ادهمی، جمال. (۱۳۹۷). عوامل مؤثر بر بیگانگی اجتماعی و فرهنگی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، مسائل اجتماعی ایران، ۹ (۱)، ۲۷-۵. DOI: 20.1001.1.24766933.1397.9.1.1.6 [لینک]
- اسدی، عباس. (۱۳۹۳). گرایش دانشجویان به رسانه‌ها با تاکید بر شبکه‌های ماهواره‌ای و سنجش پیامدهای آن، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۴ (۱۲)، ۳۵۲-۳۲۳ [link].
- امیری، عبدالرضا، نوری مرادآبادی، یونس، بساطیان، سید محمد. (۱۳۹۱). بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و گرایش بهره‌برداران به آسیب‌های اجتماعی در بین جوانان شهر کرج، نظم و امنیت انتظامی، ۴ (۴)، ۱۱۷-۱۴۲ [link].
- ایل زکی، اعظم. (۱۳۹۵). تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای بر سبک زندگی و حقوق بشر، پژوهش نامه حقوق بشری، ۲ (۵)، ۱۶۳-۱۸۱ [link].
- آقاجان بگلو، سوسن، بذرافکن، حمیرا، روحانی، علی. (۱۳۹۲). بررسی رابطه رسانه‌های دیداری و انتخاب الگوی زندگی، زن و جامعه، ۴ (۱۳)، ۱۶۴-۱۶۱ [link].
- باصری، احمد، حاجیانی، ابراهیم. (۱۳۸۹). کارکرد رسانه‌های ماهواره‌ای در تصویرسازی ذهنی مردم، روانشناسی نظامی، ۱ (۴)، ۷۹-۸۹ [link].
- بحرانی، شعله، حسینی، مریم، سروش، مریم. (۱۳۹۰). مقایسه جنسیتی رابطه رسانه، هویت و سبک زندگی در بین جوانان شیراز، فصلنامه مطالعات ملی، ۱۲ (۴۷)، ۱۰۳-۱۲۰ [link].
- بختیاری، حسن، فرخی، حسن. (۱۳۹۱). بررسی رابطه برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای تلویزیونی و هویت دینی جوانان، پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، ۲۰ (۱۵)، ۷۲-۵۵ [link].

- حسین زاده، علی حسین، شجراوی، محمد. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر میزان ونوع استفاده از ماهواره بر هویت اجتماعی، دینی و ملی نوجوانان (مطالعه موردی: دانش‌آموزان مقطع سوم دبیرستان شهر اهواز)، دانش انتظامی استان خوزستان، ۵، ۱۳-۳۲. [link]
- خوشنویس، ناهید. (۱۳۸۸). بررسی تأثیر برنامه‌های تلویزیونی بر سبک‌زندگی، ماهنامه انجمن روابط عمومی ایران، ۶۹، ۵-۱۳. [link]
- دارابی، مسعود، امیر پور، مهناز، ابوالقاسم، حیدرآبادی. (۱۳۹۵). بررسی جامعه‌شناختی تأثیر ماهواره بر هویت-دینی جوانان شهر تهران، جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، ۷(۲۲)، ۹-۳۰. [link]
- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان خراسان رضوی (۱۳۹۶)، سالنامه آماری استان خراسان رضوی [link].
- ساکي، امیر. (۱۳۹۸). تأثیر برنامه‌های ماهواره بر سبک‌زندگی مردم استان مرکزی (شهر اراک)، مطالعات رسانه‌ای، ۱۴(۴)، ۸۵-۱۱۱. [link]
- شریف زاده، حکیمه السادات، میرمحمدتبار، سیداحمد، سهرابی، مریم. (۱۳۹۳). بررسی نقش استفاده از فناوری‌های نوین (ماهواره و اینترنت) بر هویت‌دینی دانش‌آموزان، پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، ۲۲(۲۳)، ۱۰۳-۱۲۵. [link]
- عاملی، سعیدرضا. (۱۳۸۳). جهانی شدن‌ها: مفاهیم و نظریه‌ها، ارغنون، ۲۴، ۱-۵۸. [link]
- عبدالرحمانی، رضا. (۱۳۹۵). بررسی نقش کانال ماهواره‌ای فارسی زبان در افزایش گرایش دانشجویان دختر به مدهای آرایش و زیبایی (مورد مطالعه: دانشجویان دختر دانشگاه آزاد واحد علوم پزشکی تهران)، علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، ۱۰(۱)، ۲۱۰-۱۷۵. [link]
- عبداللهی، عبدالله. (۱۳۸۷). جهانی شدن، کلانشهرها و دگرگونی الگوهای توسعه شهری و روستایی (با تأملی بر گستره-های فقر و نابرابری شهری در کلانشهر مشهد)، رساله دکتری، دانشگاه فردوسی مشهد.
- غفاری، داریوش، صیدی، محمد سجاد، رضایی، خدیجه (۱۳۹۶). تأثیر ماهواره در بی‌ثباتی ازدواج، نقش واسطه‌ای دینداری و نگرش مثبت نسبت به رابطه با جنس مخالف، پژوهش‌نامه اسلامی زنان و خانواده، ۵(۸)، ۹-۲۱. [link]
- فتحی، حبیب‌الله، جعفری، علی. (۱۳۹۶). رابطه مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک‌زندگی (مورد-مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی)، مطالعات رسانه‌های نوین، ۳(۹)، ۲۲۱-۲۵۵. doi: 10.22054/cs.2017.11954.60. [link]
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ (پایان هزاره)، ترجمه احد علیقلیان، افشین خاکباز، حسن چاوشیان، تهران: طرح نو.
- گلچین، مسعود، سخایی، ایوب، افشانی، علیرضا. (۱۳۹۱). مطالعه میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی و مناسبات خانودگی در بین شهروندان تهرانی، شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده، ۱۴(۵۶)، ۸۳-۱۱۸. [link]
- متقی، مریم، محمود مولانی کرمانی، بتول، (۱۳۹۵). تبیین جامعه‌شناختی برخی علل گرایش دانشجویان به ماهواره (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه پیام نور واحد کرمان)، جامعه‌شناسی سبک‌زندگی، ۲(۶)، ۱۶۹-۱۳۵. [link]
- محمدپور، احمد، نقدی، اسدالله، نادرزاد، بهزاد. (۱۳۸۹). تأثیر ماهواره بر هویت‌فرهنگی در کردستان ایران (مطالعه موردی دانشجویان کرد دانشگاه‌های سنندج)، پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، ۴، ۱۳۱-۱۵۶. [link]
- محمدی، فردین. (۱۳۹۶). تحلیل خوانش زنان از سریال‌های ماهواره‌ای فارسی زبان مورد مطالعه زنان شهر سنندج، راهبرد فرهنگ، ۱۰(۳۹)، ۴۷-۷۲. [link]
- ملانی، مریم، امیر، آرمن. (۱۳۹۹). خوانش مخاطبان زن از جنسیت و روابط جنسیتی در مجموعه ماهواره‌ای عروس استانبول، جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۲(۲)، ۳۲-۱. https://doi.org/10.34785/J016.2020.945
- doi: [link]
- ملکی، مسلم. (۱۴۰۰). مؤلفه‌های پخش برنامه‌های ماهواره‌ای در حقوق بین‌الملل و اسلام، فصلنامه پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب، ۶(۱)، ۲۰۲-۱۷۵. doi: 10.22091/csiw.2020.5332.1770 [link]



- مهرپرور، سمانه. (۱۳۹۶). مردم‌نگاری مخاطبان زن سریال ماهواره‌ای عمر گل لاله، مطالعات رسانه‌ای، ۱۲ (۳۹)، ۸۳-۱۰۱. [link]
- نیرومند، لیلا، لطیفی، سیدرضا. (۱۳۹۵). تأثیر میزان تماشای برنامه‌های ماهواره در سبک‌زندگی دختران نوجوان ۱۵ الی ۱۸ سال ناحیه ۲ منطقه ۶، مطالعات رسانه‌ای، ۱۰ (۳۰)، ۵۱-۶۲. [link]
- ویندال، سون، سیگنایزر، بنو و اولسون، جین. (۱۳۷۶). کاربرد نظریه‌های ارتباطات، تهران: ترجمه مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، چاپ اول.

References

- Abdollahi, A. (2008). Globalization, metropolises and the transformation of urban and rural development patterns (with reflection on the extent of poverty and urban inequality in the metropolis of Mashhad), PhD thesis, Supervisor: Jafar Javan, Ferdowsi University of Mashhad. (text in persian)
- Abdul Rahmani, R. (2016), The role of Persian language satellite channels in increasing the tendency of female students to make-up and beauty fashions (Case study: female students of Tehran University of Medical Sciences), *Journal of Social Sciences*, 10(1), 210-175. [link]. (text in persian)
- Aghajan Begloo, S., Bazrafkan, H., Rouhani, A. (2013). A Study of the Relationship between Visual Media and Life Pattern Selection, *Journal of Women and Society*, 4 (13), 141-164. [link]. (text in persian) .
- Ameli, S.R. (2004). Globalizations: Concepts and Theories, *Organon Philosophical, Literary and Cultural Quarterly*, 24, 1-58 [link](text in persian).
- Amiri, A., Nouri Moradabadi, Y., Basatian, S. M. (2012). The study of the relationship between the use of satellite networks and the tendency of users to social harms among the youth of Karaj, *Quarterly Journal of Law Enforcement and Security*, 4 (4), 117-142. [link]. (text in persian).
- Asadi, A. (2014). Students' Tendency to Media with Emphasis on Satellite Networks and Measuring Its Consequences, *Culture in Islamic University* 12, 4(12), 352-323. [link]. (text in persian).
- Bahrani, SH., Hosseini, M., Soroush, M. (2011) Gender Comparison of Media Relationship, Identity and Lifestyle among Shiraz Youth, *Journal of National Studies*, 12 (47), 103-120. [link] (text in persian)
- Bakhtiari, H., Farrokhi, H. (2012) Investigating the Relationship between Satellite TV Programs and Youth Religious Identity, *Research on Islamic Education Issues*, 20(15), 55-72. [link] (text in persian)
- Baseri, A, Hajiani, I. (2010). The Function of Satellite Media in People's Mental Imagery, *Military Psychology Quarterly*, 1 (4), 79-89. [link] (text in persian)
- Castells, M. (2001), *The Age of Information, Economy, Society and Culture (End of the Millennium)*, Translated by Ahad Aliqlian, Afshin Khakbaz, Hassan Chavoshian, Tehran: New Plan.
- Darabi, M., Amirpour, M., Abolghasem, H., (2016). Sociological study of the impact of satellite on the religious identity of youth in Tehran, *Sociology of Youth Studies*, 7(22), 9-30. . [link] (text in persian)
- Fathi, H., Jafari, A. (2017) The Relationship between Media Consumption and Lifestyle Change (Case Study: Students of Islamic Azad University), *Quarterly Journal of New Media Studies*, 3(9), 221-255. [link](text in persian)
- Ghaffari, D., Seidi, M.S., Rezaei, KH. (2017). The effect of satellite on marital instability, the mediating role of religiosity and a positive attitude towards the opposite sex, *Islamic Research Journal of Women and Family*, 5(8), 9-21. [link]. (text in persian)

- Golchin, M., Sakhaei, A., Afshani, A. (2012), The study of the amount and type of use of Persian satellite networks and family relations among Tehran citizens, *Quarterly Journal of Women and Family Social Cultural Council*, 14(56), 83-118. [link]. (text in persian)
- Hosseinzadeh, A.H., Shajravi, M.(2013). The effect of the amount and type of satellite use on the social, religious and national identity of adolescents (Case study: third grade high school students in Ahvaz), *Quarterly Journal of Disciplinary Knowledge in Khuzestan Province*, 5, 13-32 [link]. (text in persian).
- Il-Zaki, A. (2016). The Impact of Satellite Programs on Lifestyle and Human Rights, *Quarterly Journal of Women's Rights Protection*, 2 (5), 163-181. [link]. (text in persian)
- Khoshnevis, N., (2009). The effect of television programs on lifestyle, *Iranian Journal of Public Relations*, 69, 5-13. [link]. (text in persian)
- Maleki, M. (2021), Components of Satellite Broadcasting in International and Islamic Law, *Quarterly Journal of Comparative Research in Islamic and Western Law*, 6(1), 202-175. [link] (text in persian)
- Management and Planning Organization of Khorasan Razavi Province (2017). Statistical Yearbook of Khorasan Razavi Province. [link]. (text in persian)
- Mehrpour, S. (2017). Ethnography of the female audience of Omar Gol Laleh satellite series, *Media Studies*, 12(39), 83-101.[link] (text in persian)
- Mohammadi, F.(2017). Analysis of women's reading of Persian language satellite series studied by women in Sanandaj, *Culture Strategy*,10(39),47-72. [link] (text in persian)
- Mohammadpour, A., Naqdi, A., Nadernejad, B.(2010). The Impact of Satellite on Cultural Identity in Iranian Kurdistan (Case Study of Kurdish Students in Sanandaj Universities), *Two Quarterly Journal of Youth, Culture and Society Research*, 4, 131-156. . [link] (text in persian)
- Mollai, M., Amir, A. (2020). Readings of female audiences about gender and gender relations in the Istanbul bridal satellites, *Journal of Sociology of Culture and Art*, 2(2),1-32. [link] (text in persian)
- Mottaqi, M., Mahmoud Molaei Kermani, B. (2016). Sociological explanation of some causes of students' tendency to satellite (Case study: students of Payame Noor University, Kerman Branch), *Quarterly Journal of Lifestyle Sociology*, 2,(6),169-135. [link] (text in persian)
- Niroumand, L., Latifi, S.R.(2016),.The effect of watching satellite programs on the lifestyle of adolescent girls aged 15 to 18 years, Region 2, Region 6, *Media Studies*, 10(30), 51-62.]doi: (text in persian)
- Saki, A. (2019), The effect of satellite programs on the lifestyle of the people of Markazi province (Arak city), *Media Studies*14, 111-85. [link] (text in persian)
- Sharifzadeh, H. S., Mir Mohammad Tabar, S. A., Sohrabi, M. (2014). The role of the use of new technologies (satellite and Internet) on students' religious identity, *Research in Islamic Education*, 22(23), 103-125[link] (text in persian).

