

فصلنامه دانش انتظامی سمنان ، دوره هفتم ، شماره بیست و ششم ، زمستان ۱۳۹۶

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۸/۳۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۱۲/۱۵

صفحات: ۱۷۳ - ۱۹۷

عوامل موثر بر گرایش دانشجویان به استفاده از ماهواره

مطالعه موردی شهرستان سمنان

سمیه همتیان^۱، منیژه پورصفری*^۲

چکیده

عصر حاضر را عصر ارتباطات نامیده اند. توسعه ارتباطات با سرعتی شگرف و بی اعتنا به مرزهای سنتی مجموعه نوین از چالش‌ها و فرصت‌ها را فرا روی جوامع قرار داده و جنبه‌های گوناگون حیات بشری را متأثر ساخته است. فارغ از تمامی آثار این پدیده ، آنچه اهمیت ویژه می‌یابد انفعال و بی‌اختیاری جوامع در رد یا قبول امواج بی‌امان رسانه‌ای است و بی‌اختیار فرهنگ جوامع دست خوش تعرض و تجاوز قرار می‌گیرد. یکی از این رسانه‌ها ماهواره است. این وسیله در گسترش پیچیدگی‌های متقابل فرهنگی در آنچه به دهکده جهانی موسوم گشته ایفای نقش موثری دارد و در نهایت با توجه به آثار سوء استفاده از ماهواره در جامعه سوال اصلی ما در این پژوهش این است که چه عواملی در استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره موثر است؟ محقق در این پژوهش که با روش پیمایشی انجام شد در مصاحبه با ۱۰۰ تن از دانشجویان و در ادامه تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون‌های آماری به این نتیجه رسید که متغیرهای تحصیلات، سطح فرهنگی و اقتصادی خانواده و دانشجو و همچنین گروه‌های دوستان با متغیر وابسته (استفاده از ماهواره) رابطه معناداری دارد.

واژگان کلیدی: ماهواره، دانشجو، سطح فرهنگی، وضعیت اقتصادی، سمنان

۱- کارشناس علوم تربیتی گرایش راهنمایی و مشاوره

۲- کارشناس علوم تربیتی گرایش راهنمایی و مشاوره (نویسنده مسئول)

بیان مسئله

عصر حاضر را عصر ارتباطات نامیده اند . توسعه ارتباطات با سرعتی شگرف و بی اعتنا به مرزهای سنتی مجموعه نوین از چالش ها و فرصت ها را فراروی جوامع قرار داده و جنبه های گوناگون حیات بشری را متاثر ساخته است فارغ از تمامی آثار این پدیده ؛ آنچه اهمیت ویژه می یابد ؛ انفعال و بی اختیاری در رد یا قبول امواج بی امان رسانه ای است . و در این بی اختیاری ؛ فرهنگ جوامع دستخوش تعرض و تجاوز قرار می گیرد.

« از جمله متاثرترین حوزه ها در تندباد توسعه ارتباطی امروز ؛ مقوله فرهنگ است . جایگاه رفیع فرهنگ در ملاحظات امنیت ملی ؛ بسیاری از اندیشمندان فرهنگی و سیاسی جوامع را بر آن داشته است تا ضمن مطالعه و بررسی عمیق و موشکافانه عواقب پیشرفت های رسانه ای بر شالوده فرهنگ ؛ به شناخت نقاط آسیب پذیری و تهدیدات موجود از این رهگذر دست یافته و تدابیر و راهکارهای سازنده ای را به منظور مقابله با آن ها به دولتمردان پیشنهاد نمایند » (رازانی - ۱۳۷۸ - ص ۴)

یکی از ابزارهای رسانه ای موثر در شبکه ی ارتباطات معاصر ؛ ماهواره است . این وسیله در گسترش پیچیدگی های متقابل فرهنگی در آن چه به دهکده جهانی موسوم گشته ایفای نقش موثری دارد .

« با نفوذ گسترده شبکه های ماهواره ای به بطن ساختار فرهنگی ؛ طولی نکشید ملت‌هایی که بویژه میراث دار تمدن هائی کهن و ایدئولوژی‌هایی مورد احترام بودند ؛ خود را در معرض تهاجم بنیانکن یافتند ؛ آنچه که از آن به تهاجم فرهنگی یاد کرده اند . ماهواره به وسیله ای برای اعمال قدرت به منظور ترویج ارزشهای فرهنگی امپریالیسم در میان ملل جهان سوم و خفه کردن فرهنگ این ملتها بدل شد . تهاجم فرهنگی از طریق ماهواره به

قصد تضعیف باورهای دینی و تعهدات اخلاقی و تشویق بی بند وباری ؛ تضعیف نهادخانواده و سایر شئون اجتماعی؛ سیاسی و اقتصادی دغدغه ای جدید برای علمای اجتماعی جوامع هدف پدید آورد.» (بخشی ؛ افشاری راد - ۱۳۸۳ - ص ۱۵۶ و ۱۵۵)

امروزه جوانان زمان زیادی از شبانه روز را به تماشای برنامه های ماهواره ای اختصاص می دهند و همین امر سبب سستی نظام بیشتر خانواده های ایرانی شده است . برخی کارشناسان معتقدند امروزه جوانان وسایل ارتباط جمعی ساده مانند تلویزیون را جوابگوی نیازهای خود نمی دانند به همین دلیل همیشه به دنبال راهی هستند که از راه های مختلف با دنیای بیرون در ارتباط باشند . برنامه های ماهواره ای زمینه ساز مفاسد اخلاقی و اجتماعی است و بیشتر از آنکه برای نسل امروز و به طور کلی مردم مفید باشد ؛ خطرناک و مضر است .

« مهاجمان در فرآیند تهاجم فرهنگی می کوشند تا از تمامی برنامه های آموزشی ؛ تفریحی ؛ تبلیغاتی و خبری برای به زانو درآوردن جامعه هدف بهره برداری نمایند . همچنین در این راستا در صدند مخاطب خود را دقیقاً شناسائی نمایند ؛ خود را در ذهن او موجه نشان دهند و محتوای پیام را در قالب ویژگی های روانی و اجتماعی اش ارائه نمایند » (نامدار - ۱۳۸۴ - ص ۱۸۷)

با توجه به آثار سوء استفاده از ماهواره در جامعه قصد ما بر این است تا در این تحقیق به بررسی عوامل موثر بر استفاده و یا عدم استفاده از برنامه های ماهواره ای از دیدگاه دانشجویان پردازیم.

تعریف مفاهیم

رسانه (mebia): «رسانه به عنوان اصطلاحی کلی برای اشاره به سیستم ها یا دستگاه های انتقال اطلاعات و یا سرگرمی به کار برده می شود. مانند روزنامه ، تلویزیون ، رادیو، کتاب و ...» (بیرشک و دیگران - ۱۳۷۲ ص ۴۰۴)

رسانه جمعی (mebia mass): « به مجموع ابزارها و روش هایی که برای ایجاد ارتباط با مخاطبان انبوه به کار می رود، گفته می شود.» (محمدی فر، ۱۳۷۹، ص ۲۰۲)

« به تمام ابزارهای غیر شخصی ارتباط رسانه های جمعی گفته می شود که به وسیله آن، پیام های دیداری و یا شنیداری به طور مستقیم به مخاطبان انتقال می یابند.

ژودیت لازار در مورد اهمیت و نقش رسانه ها می گوید: رسانه ها نقش های متعددی را در حیات اجتماعی به عهده دارند. از جمله اینکه صحنه ای را ایجاد می کنند که حیات سیاسی در آن به نمایش گذاشته می شود، فرهنگ بال می گستراند، مدها جولان می دهند، سبک های تازه و هنجارهای زندگی رخ می نمایند.»

ارتباط: طبق تعریف انجمن بین المللی تحقیقات ارتباط جمعی، منظور از ارتباط ، روزنامه ها، نشریات، مجلات، کتب، رادیو، تلویزیون و سایر وسایل ارتباطی همانند تلگراف و کابلهای زیر دریایی می باشد. ارتباط، چگونگی تولید و توزیع کالاها و خدمات مختلفی را که وسایل و فعالیت های فوق به عهده دارند بیان می نماید.

ارتباط جمعی: «عبارت است از رساندن اطلاعات، انتقال اندیشه ها، ایده ها و برداشت ها به عده زیادی از انسانها در یک زمان بدون در نظر گرفتن مکان و مرزهای جغرافیایی.» (همان منبع)

افکار عمومی: « پدیده ای است اجتماعی که حاصل عکس العمل های اذهان مخاطبان به وسیله ارتباط جمعی می باشد. این افکار حاصل جمع آوری های جداگانه افراد نبوده بلکه پدیده ای است سازمان یافته، محصول ارتباطات و اثرات متقابل آن.»

انواع رابطه مخاطب با رسانه ها:

- ۱- هرچه رسانه بگوید همان می شود. رسانه به رفتار مخاطب شکل داده و رفتارهای همگانی و کلیشه ای پدید می آورد.
- ۲- مخاطب موجودی سرسخت و فعال است، خود را در معرض هر پیامی قرار نمی دهد و پیامی را برمیگزیند که با ذهنیت هایش همخوانی داشته باشد.
- ۳- رسانه های همگانی در جهتی حرکت می کنند و مسیری را برای فعالیت برمیگزینند که با گزینش مخاطب تناسب داشته باشد.»

پیامدهای ارتباطات در جوامع انسانی :

پیامدهای اجتماعی و فرهنگی :

- حرکت به سوی جهانی واحد و یکپارچگی فرهنگی اجتماعی
- القاء فرهنگهای بیگانه در زمینه ها و سطوح مختلف اجتماعی فرهنگی
- کمک به تشکیل نهادهای مختلف اجتماعی و ایفای نقش در تغییرات فرهنگی، اجتماعی جامعه
- ایجاد تغییر در مفاهیم و خرده فرهنگهای جامعه و جوامع به نفع فرهنگ قدرتمندتر
- گسترش شهرنشینی و رشد جامعه مدنی
- افزایش کمی و کیفی سطح تحصیلات آکادمیک و تغییر در طرز تلقی انسان نسبت به جهان.»

پیامدهای اقتصادی:

- تبدیل اقتصاد معیشتی به اقتصاد بازار در واحد جامعه یعنی خانوار
- کانالیزه کردن سلايق افراد در مسیر مورد نظر به جهت اهداف اقتصادی و تبلیغات اقتصادی خاص در جهت انتخاب کالاهای مورد نظر
- گسترش مبادلات سودمند اقتصادی بین جوامع در سطح بین المللی « (همان منبع)

پیامدهای سیاسی:

- رشد و گسترش آگاهی های سیاسی
- ایجاد تحولات سیاسی در سطح گسترده (نظیر مشارکت جامعه در مسایل سیاسی کشور)
- رشد افکار عمومی، توسعه سیاسی و کمک به ایجاد احزاب». (همان منبع)

ماهواره :

یک ماهواره ارتباطی یک نقطه رله رادیویی در مدار بالای زمین است که سیگنال های آنالوگ و دیجیتال موجود روی یک فرکانس رادیویی را دریافت کرده، قدرت آن را افزایش می دهد و سپس به سوی زمین روانه می کند. ماهواره توسط موشک به فضا پرتاب می شود و در مدار مخصوص خود قرار می گیرد. مزایای ماهواره سبب شده تا ماهواره به عنوان مناسبترین بستر ارتباطی در نقاط خاص و یا دور افتاده که دسترسی به بسترهای زمینی مشکل و یا غیر ممکن است تبدیل شود.

انواع ماهواره ها:

ماهواره های مخابراتی، ماهواره های هواشناسی، ماهواره های نظامی، ماهواره های منابع زمینی

پیشینه تحقیق:

بررسی تاثیر ماهواره در تغییر رفتار اجتماعی بین دانشجویان دانشکده علوم انسانی آزاد واحد اراک.

علی اکبر مرادی، پژوهشگر در این تحقیق سعی کرده است تا به بررسی نقش ماهواره به طور خاص به عنوان یکی از رسانه جهانی ، پر نفوذ و پر مخاطب در شکل دادن به

رفتارهای اجتماعی دانشجویان دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد واحد اراک و به ویژه در گرایش آنها به مد پردازد. نتایج این پژوهش حاکی است که وسایل ارتباط جمعی نوین از جمله ماهواره و ... تاثیر شگرفی در انتخاب روابط اجتماعی دانشجویان در جامعه دارد. تاثیر و پیامدهای وسایل ارتباط جمعی نوین (اینترنت و ماهواره) بر فرهنگ عمومی استان گلستان (محمد حسین مردانی نوکنده).

تحقیق از نوع توصیفی و با استفاده از روش پیمایشی در جامعه آماری شهرهای گنبد و گرگان از بهره گیران خدمات اینترنتی و ماهواره ای و با تعیین حجم نمونه به تعداد ۳۸۱ نفر با استفاده از جدول متعادل مورگان و روش نمونه گیری تصادفی انجام شد. پایبندی به ارزش های دینی، ملی و قومی از سوی پاسخگویان در حد متوسط به بالا و زیاد مورد اظهار نظر بوده و بیشترین پایبندی به ارزش های قومی و خانوادگی و کمترین آن به ارزش های دینی بر حسب شاخص میانگین اظهار شده است.

راه های صیانت از دانش آموزان در برابر تاثیرات منفی رسانه های نوین (ماهواره- اینترنت) طوبی کاظمی.

در این تحقیق که با استفاده از روش مطالعاتی و پژوهشی در سطح کتابخانه ها و پیمایشی توصیفی با اخذ دیدگاه ها و نظرات جوانان و نوجوانان و صاحب نظران در مورد استفاده صحیح از اینترنت صورت گرفت این نتایج به دست آمد: بین میزان تحصیلات و استفاده از اینترنت رابطه معناداری وجود دارد. همچنین جوانان و نوجوانانی که جزء طبقه متوسط جامعه هستند استفاده از وسایل پیشرفته، علوم و فن آوری را تا اندازه ای ضروری می دانند اما سطوح بالای جامعه آن را به عنوان یک اصل ضروری و مهم می دانند.

رسانه های جمعی و امنیت اجتماعی (تلویزیون و امنیت اجتماعی با تاکید بر بزهکاری نوجوانان) محمد قاسمی، ۱۳۸۴؛

این تحقیق به روش پیمایشی انجام شده است و برای گردآوری اطلاعات از پرسش نامه همراه مصاحبه حضوری بهره گرفته شده است. جامعه آماری، نوجوانان بزهکار و غیر بزهکار بوده اند که حجم نمونه غیر بزهکار ۲۶۰ نفر و نوجوانان بزهکار به صورت مقام شعاری مورد بررسی قرار گرفته اند که در زمان تکمیل پرسشنامه تعداد ۱۸ نفر دختر و

۱۵۲ نفر پسر بوده اند. نتایج تحقیق حاکی است که بین بزهکاری و ساعات استفاده از وسایل صوتی و تصویری رابطه وجود دارد به این ترتیب که نوجوانان بزهکار بیش از نوجوانان غیر بزهکار از ساعت ۱۰ شب به بعد و ۱۰ صبح تا ۱۲ بعدازظهر به استفاده از این وسایل می پردازند. همچنین بین بزهکاری و اولویت علاقه به نوع وسایل صوتی و تصویری رابطه وجود دارد به این ترتیب که نوجوانان بزهکار بیشتر از نوجوانان غیر بزهکار به ماهواره، تلفن همراه و سینما علاقه دارند.

چارچوب نظری تحقیق

امروزه رسانه‌ها به عنوان یکی از ابزارهای اصلی انتقال و گسترش ارزشهای فرهنگی و اجتماعی دارای نقش مهمی هستند و لازم است که این نقش مورد بررسی و کنکاش دقیق قرار گیرد. بویژه در جامعه جوانی نظیر کشور ایران، لازم است به این مسئله توجه ویژه ای داشت. از طرفی نیز به نظر می رسد تحولات سریع جهانی در زندگی جوانان منعکس شده باشد. بیشتر آنان در معرض جریان جدید قرار گرفته اند، جریانی که از برخورد ارزشها و افکار و عقاید، از برخورد محیط خانه و خارج از آن نظیر رسانه ها ایجاد شده است.

مک لوهان در ترسیم چشم اندازهای عصر جدید می گوید، در این عصر قدرت نفوذ وسایل الکترونیک در زندگی و فرهنگ انسان ها فوق العاده خواهد شد و مغزهای الکترونیکی جایگزین مغزهای انسانی خواهد گردید. وی با تبیین فرآیند جابجایی های اجتماعی و تاثیرات رسانه الکترونیک می گوید، در عصر دهکده جهانی علیرغم کاهش جذابیت های فردی در زمینه های جنسی به دلیل گسترش مشارکت های همه جانبه در ارتباط گیری با جنس مخالف، جذابیت های جنسی افزایش خواهد یافت.» (دادگران،

«در عصر جدید، خانواده ها تربیت خاص خود را در رابطه با جوانان خود دارند، اما مرادفات و تبدالات خارج از محیط خانواده، مطالعات، تحصیل در سطوح بالاتر، سینما، روزنامه و بطور کلی وسایل ارتباط جمعی ارزشهای تازه ای را می آفرینند، ارزشهایی که از چهارچوب مسایل دوران کودکی، سنت ها، آداب، عقاید و خانواده فراتر می رود و به همان میزان دنیای جوان را وسعت بخشیده، سطح خواسته هایش را از جامعه و خود بالاتر می برد.»

چارلز کولی ارتباط را اینگونه تعریف نموده است :

ارتباط، ساز و کاری است که در خلال آن روابط انسانها برقرار شده و بسط می یابد و تمامی مظاهر فکری و وسایل انتقال و حذف آنها در مکان و زمان بر پایه این ساز و کار توسعه می یابد.

از نظر میکی اسمیت، ارتباط یعنی فرا گرد انتقال اطلاعات، احساسات، حافظه و افکار در میان مردم» (اینترنت ۶).

دشوارترین قسمت برای عملکرد بهینه وسایل ارتباط جمعی این است که مفهوم و معنی پیام برای همه دریافت کنندگان یکسان نمی باشد. به عبارت دیگر معنای پیام در ذهنیت های مختلف متفاوت بوده و افراد با توجه به بسیاری از عوامل از جمله فرهنگ، جایگاه اجتماعی و تربیت مفهوم خاصی را از یک پیام دریافت می کنند.» (همان منبع)

مارشال مک لوهان نظریه پرداز مشهور کانادایی در تشریح نقش ویژه ارتباط در زندگی بشری، جوامع انسانی را به سه عصر ارتباطی تقسیم کرده است:

۱- عصر ارتباط شفاهی و زندگی دودمانی و قبیله ای (کهکشان شفاهی) :

از دور دست تاریخ و تا سال ۸۳۲ شمسی برابر با ۱۴۵۳ «م» ادامه داشت. در این عصر موثرترین عامل ارتباط بیان شفاهی و رخ به رخ بوده و بیشترین استفاده برای شنیدن از قوه شنوایی انجام می گرفته، عموماً زندگی در یک مجموعه محدود و هماهنگ و طبیعی شکل می یافته. با وجود بی سوادی افراد، اطلاعات به صورت سینه به سینه انتقال می یافته و پیوند افراد با قبیله همان هویت اجتماعی و فردی آنها به حساب می آمده است.

۲- عصر ارتباطات کتبی و چاپی و جامعه فردگرا (کهکشان گوتنبرگ):

صنعت چاپ بوسیله گوتنبرگ آلمانی در سال ۱۴۳۶ میلادی وارد کهکشان جدید شد. « در این عصر، حس بینایی در نظام ارتباط انسان با فضاهاى بیرونی نسبت به سایر حواس برتری ویژه ای پیدا کرده و زمینه های رشد فکر و اندیشه بشر و آغاز حرکت صنعتی و انتقال تجارب، سرعت شتابانی گرفته و انسان به فردگرایی و جدایی از زندگی جمعی گرایش نشان داده و از این رهگذار روح مصرف و مصرف گرایی ظهور و بروز پیدا کرده است.» (سید محمد دادگران ۱۳۷۴- ص ۹۶) « اما ما مردم ایران خیلی دیر به سمت صنعت چاپ حرکت کردیم. ارامنه ایران ۱۹۰ سال بعد یعنی زمانی که ۳ نسل در اروپا کتابهایی با تیراژ بالا و ارزان در دسترس داشتند، به چاپ کتاب پرداختند. کتابی که ارامنه اصفهان در سال ۱۶۴۰ میلادی با ماشین چاپ کوچکی که از ارومیه آورده بودند چاپ کردند، کتابی مذهبی و به زبان ارمنی بود.

اما در آن زمان ایرانیان فارسی زبان هنوز در کهکشان شفاهی بودند. در حقیقت ایرانیان فارسی زبان ۳۸۱ سال بعد از اروپائیان به سوی صنعت چاپ حرکت کردند. سال ۱۲۳۳ هجری قمری نخستین چاپخانه ای که کتاب فارسی چاپ کرد در تبریز به کار افتاد.

۳- عصر ارتباطات الکترونیک و دهکده جهانی (کهکشان مارکنی):

«در سال ۱۹۲۰ نخستین فرستنده رادیویی جهان در لندن به کار افتاد. مک لوهان این عصر را زوال برتری حس بینایی نسبت به حس شنوایی دانسته.» «در این عصر جوامع و ملتها به هم نزدیکتر شده و در نظام آموزشی تحول جدی صورت گرفته است. در این عصر قدرت نفوذ وسایل الکترونیک در زندگی و فرهنگ انسانها فوق العاده خواهد شد و مغزهای الکترونیکی جایگزین مغزهای انسانی خواهد گردید.» (سید محمد دادگران- ۱۳۷۴ ص ۹۷) هارولد لاسون جامعه شناس آمریکایی در سال ۱۹۴۸ در مقاله ای تحت عنوان ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه نقش های زیر را تعریف نمود:

۱- نظارت بر محیط (نقش خبری):

او ضرورت هماهنگی افراد با دگرگونی های جامعه و لزوم انتشار اخبار در جامعه را اینگونه توجیه می کند. برای آنکه انسان بهتر بتواند به زندگی جمعی ادامه دهد و در صحنه

های فعالیت اجتماعی راه مناسبتر برگزیند و تمام مسئولیت های خود را با آگاهی کامل به عهده گیرد، باید همیشه در جریان حوادث و اتفاقاتی که هر لحظه در محیط اطراف و در دنیای بزرگ اطراف او رخ می دهند قرار داشته باشد.

۲- ایجاد و توسعه همبستگی های اجتماعی افراد (نقش راهنمایی):

در این جا ضرورت تکمیل اخبار و تجزیه و تحلیل و تفسیر خبری و بطور کلی راهنمایی افکار عمومی مطرح می شود. در این مورد تفسیرها از زمینه کلی سیاست های خبری جدا نیستند. نقش رهبری کننده وسایل ارتباطی و تاثیر آنها در بیداری و ارشاد افکار عمومی ، اکنون بر هیچ کس پوشیده نیست و روز به روز بر اهمیت آن افزوده می شود. چنانچه در دهه های گذشته در مبارزات آزادیخواهی ملل جهان تاثیر قاطع داشته اند و در میدان مبارزات برای طرد استبداد و کسب دموکراسی از جمله سالهای برنده سیاسی بوده اند. به طور کلی وسایل ارتباط جمعی می توانند در توسعه امنیت ملی ، انتظامی، اقتصادی و ... مخصوصا در کشورهای در حال توسعه که کشور ما نیز از این نوع می باشد نقش حساس و مهمی را عهده دار شوند و با پخش اندیشه های نو در واقع وجدان اجتماعی افراد را بیدار کنند و با آشنا ساختن آنان به اهمیت اجرای برنامه های مهم مملکتی ، توجه سریع و وسیع همگان را به لزوم تحولات اساسی از قبیل مبارزه با بی سوادگی و گسترش وسایل رفاه اجتماعی جلب و آنان را برای مشارکت بیشتر در زندگی عمومی و دفاع از حقوق فردی و اجتماعی و قبول مسئولیتهای بیشتر آماده سازند.

۳- انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی):

در این نقش معیارهای خاصی برای انتقال میراث فرهنگی طرف توجه قرار می گیرد این معیارها و ارزشها علاوه بر جوامع محل انتقال به جوامع دیگر هم انتقال می یابند. وسایل ارتباط جمعی ، عقاید مربوط به دموکراسی ، آزادی فردی ، حقوق بشر و غیره را به عنوان بهترین معیارهای نظام حاکم در غرب یا برجا ننگه می دارند و در دنیا ترویج می کنند. اهمیت وظیفه آموزشی وسایل ارتباط جمعی در جوامع معاصر به حدی است که بعضی از جامعه شناسان برای آنها نقش آموزش موازی یا آموزش دائمی قائل هستند.

۴- نقش تفریحی :

نقش سرگرم کننده وسایل ارتباط جمعی بیش از پیش مورد توجه گردانندگان وسایل ارتباط جمعی غربی است. باید در نظر داشت که وسایل ارتباط جمعی در این زمینه همیشه نقش مثبت ندارند و در اوضاع و احوال گوناگون به تناسب شرایط اقتصادی و اجتماعی زندگی افراد یک جامعه و سطح آگاهی و فرهنگ آنها ممکن است آثار نامطلوب اجتماعی پدید آورند. چنین نتایج نامطلوبی را می توان مخصوصا در بین نوجوانان و جوانان اکثر کشورها مشاهده کرد.

صاحب نظران ارتباط به طور کلی درباره نقش اساسی رسانه های همگانی در جامعه دو پیش فرض را در نظر می گیرند:

« اول اینکه رسانه ها با عملی که در تولید، تکثیر و توزیع دانش و اطلاعات در جامعه انجام می دهند، به ایجاد ذهنیت و تجربیات مشترک در جامعه کمک می کنند و دوم اینکه رسانه های همگانی یک نقش واسطه ای را بین واقعیت های عینی اجتماعی و تجربه های شخصی ایفا می کنند.»

از اواسط قرن بیستم، هزاران قمر مصنوعی در اطراف سیاره زمین یا در مدارهای بیضی شکل بزرگتری به گردش در آمده اند. این قمرهای مصنوعی که همان ماهواره ها هستند در برقراری ارتباط جهانی نقش بی بدیلی دارند. تا حدی که امروزه نیاز به ارتباطات ماهواره ای و ایجاد اعتماد در بین شرکت های بزرگ نسبت به امنیت و پایداری این تکنولوژی ، افزایش روز افزون شبکه های مختلف ماهواره ای و تولید سیستم های نوین و بهینه استفاده از ماهواره را سبب شده است.

در این بین در کشورهای جهان سوم و خصوصا منطقه خاورمیانه به دلیل کمبود و یا حتی نبود زیر ساخت های ارتباطی و مشکلات عدیده در برقراری ارتباطی نقاط دور افتاده، استقبال بیشتری از این تکنولوژی صورت گرفته است.

روش تحقیق

با توجه به جامعه آماری پژوهش حاضر که دانشجویان دانشگاه سمنان است با روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای به انتخاب جامعه نمونه پرداخته سپس با پرسش نامه ای که توسط محققین ساخته شده است نسبت به جمع آوری اطلاعات لازم از نمونه آماری اقدام گردید و در نهایت با توجه به تعاریف عملیاتی که قبلا صورت گرفته بود با استفاده از روش های آمار توصیفی مثل رسم جداول ساده فراوانی - درصد - و رسم نمودار و همچنین در زمینه آمار استنباطی با توجه به غیر پارامتریک بودن مفروضات جهت تأیید و یا عدم تأیید فرض صفر و یا فرض خلاف از آزمون خی دو استفاده شده است .

جامعه و نمونه آماری

کلیه دانشجویان مشغول به تحصیل (ترم پاییز ۹۶) در دانشگاه سمنان به عنوان جامعه آماری و تعداد یکصد نفر از دانشجویان دانشکده هنر سمنان به عنوان نمونه آماری انتخاب گردیدند.

متغیرها

تحصیلات والدین و فرد، گروه دوستان، میزان اعتقادات مذهبی خانواده و فرد، وضعیت اقتصادی خانواده و سطح فرهنگ خانواده و فرد به عنوان متغیر مستقل و استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره نیز به عنوان متغیر وابسته در این پژوهش در نظر گرفته شد.

فرضیات تحقیق

- ۱- سطح تحصیلات والدین و فرد بر استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره تاثیر می گذارد؟
- ۲- گروه دوستان بر استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره تاثیر می گذارند.
- ۳- میزان اعتقادات مذهبی خانواده و فرد بر استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره تاثیر می گذارد.
- ۴- وضعیت اقتصادی خانواده بر استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره تاثیر می گذارد .
- ۵- سطح فرهنگ خانواده و فرد بر استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره تاثیر می گذارد.

یافته های تحقیق:

ویژگی های جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش کلیه دانشجویان نیمسال دوم تحصیلی سال ۱۳۸۸ می باشد که شامل ۱۰۱۳۹ دانشجو شده است که ۴۶۲۰ نفر آنها مرد و مابقی آنها یعنی ۵۵۱۹ نفر زن می باشند.

جدول شماره ۱

جنسیت		سن	متاهل	مجرد	دیپلم	فوق دیپلم
زن	۵۸	۲۵ سال تا ۱۸	۷	۴۶	۴۱	۱۲
		۳۵ سال تا ۲۵	۵	-	۵	-
مرد	۴۲	۲۵ سال تا ۱۸	۴	۲۸	۲۵	۷
		۳۵ سال تا ۲۵	۷	۳	۶	۴

در این فصل به علت اینکه در پژوهش حاضر ابزار جمع آوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته می باشد، قبل از هرکار از طریق روش بازآزمایی و سپس گرفتن ضریب همبستگی رتبه ای اسپیرمن، ضریب اعتبار و پایانی آن مورد سنجش قرار گرفت که مقدار ضریب اعتبار بدست آمده ۰/۹۵ می باشد.

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع آوری شده توسط پرسشنامه فوق در بخش توصیفی بوسیله جدول توزیع فراوانی داده‌های جمع آوری شده خلاصه و طبقه بندی گردید و سپس به کمک نمودار به نمایش درآورده شدند.

در بخش استنباطی ، در ابتدا فرض صفر و فرض خلاف صفر هر فرضیه مشخص گردید و سپس به علت اینکه اطلاعات جمع آوری شده به صورت گسسته یا طبقه ای بوده و مقیاس اندازه گیری آنها رتبه ای است ، از آزمون آماری مجذور کا (خی دو) استفاده گردید که توسط این آزمون فرض صفر و فرض خلاف صفر هر فرضیه در نهایت تایید یا رد می گردد.

جدول های فراوانی و درصد هریک از سوالات پرسش نامه به قرار زیر صورت پذیرفت :

فرضیه اول: سطح تحصیلات خانواده و فرد بر استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره تاثیر می گذارد.

جدول شماره ۲ : تحصیلات و استفاده یا عدم استفاده از ماهواره

خیلی کم		کم		زیاد		خیلی زیاد		
F	P	F	P	F	P	F	P	
۱۰	۱۰	۷	۷	۴۵	۴۵	۳۸	۳۸	سوال اول
۱۳	۱۳	۱۵	۱۵	۱۸	۱۸	۵۴	۵۴	سوال دوم
۰	۰	۱۲	۱۲	۳۸	۳۸	۵۰	۵۰	سوال سوم
۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	۳۶	۳۶	۴۰	۴۰	سوال چهارم
$N = ۳۵ \div ۴ = ۸/۷۵$		$N = ۴۶ \div ۴ = ۱۱/۵$		$N = ۱۳۷ \div ۴ = ۳۴/۲۵$		$N = ۱۸۲ \div ۴ = ۴۵/۵$		

O	E	O - E	$ O - E - 0/5$	$[O - E - 0/5]^2$	$\frac{[O - E - 0/5]^2}{E}$
۷۹/۷۵	۵۰	۲۹/۷۵	۲۹/۲۵	۸۵۵/۶	۱۷/۱۱
۲۰/۲۵	۵۰	-۲۹/۷۵	۲۹/۲۵	۸۵۵/۶	۱۷/۱۱
					$X^2 = ۳۴/۲۲$

با توجه به اینکه خی دو محاسبه شده ($X^2 = ۳۴/۲۲$) از خی دو جدول با درجات آزادی یک و احتمال ۰/۰۵ بزرگ تر است ($X^2 = ۳/۸۴$ جدول) فرض صفر که می گوید بین سطح تحصیلات والدین و فرد و استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره رابطه معنی داری وجود ندارد رد می شود و در حقیقت فرض خلاف تأیید می شود. یعنی با ۹۵ درصد اطمینان می توان گفت بین سطح تحصیلات والدین و فرد و استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه دوم : تاثیر گروه دوستان بر استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره تاثیر می گذارند.

جدول شماره ۳ : تاثیر گروه دوستان بر استفاده یا عدم استفاده از ماهواره

خیلی کم		کم		زیاد		خیلی زیاد		
F	P	F	P	F	P	F	P	
۱۳	۱۳	۱۶	۱۶	۴۱	۴۱	۳۰	۳۰	سوال پنجم
۱۷	۱۷	۲۹	۲۹	۲۰	۲۰	۳۴	۳۴	سوال ششم
۱۲	۱۲	۱۴	۱۴	۳۶	۳۶	۳۸	۳۸	سوال هفتم
۱۴	۱۴	۲۲	۲۲	۳۹	۳۹	۲۵	۲۵	سوال هشتم
$۵۶ \div ۴ = ۱۴$		$۸۱ \div ۴ = ۲۰/۲۵$		$۱۳۶ \div ۴ = ۳۴$		$۱۲۷ \div ۴ = ۳۱/۷۵$		

O	E	O - E	$ O - E - 0/5$	$[O - E - 0/5]^2$	$\frac{[O - E - 0/5]^2}{E}$
۳۹/۳	۵۰	-۱۰/۷	۱۰/۲	۱۰۴/۰۴	۲/۱
۶۰/۷	۵۰	۱۰/۷	۱۰/۲	۱۰۴/۰۴	۲/۱
					$X^2=۴/۲$

با اینکه خنی دو محاسبه شده ($X^2=۴/۲$) از خنی دو جدول با درجات آزادی یک و احتمال ۰/۰۵ بزرگتر است ($X^2=۳/۸۴$ جدول) فرض صفر که می گوید بین اعتقادات مذهبی خانواده و فرد و استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره رابطه معنی داری وجود ندارد، رد می شود و در حقیقت فرض خلاف تأیید می شود یعنی با ۹۵ درصد اطمینان می توان گفت بین اعتقادات مذهبی خانواده و فرد و استفاده از ماهواره رابطه معنی دار وجود دارد.

فرضیه چهارم: وضعیت اقتصادی خانواده بر استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره تاثیر می گذارد.

جدول شماره ۵: وضعیت اقتصادی خانواده و استفاده از ماهواره

خیلی کم		کم		زیاد		خیلی زیاد		
F	P	F	P	F	P	F	P	
۱۳	۱۳	۱۸	۱۸	۲۱	۲۱	۴۸	۴۸	سوال دوازدهم
۲۲	۲۲	۱۵	۱۵	۲۳	۲۳	۴۰	۴۰	سوال سیزدهم
۲۰	۲۰	۱۹	۱۹	۲۴	۲۴	۳۷	۳۷	سوال چهاردهم
$۵۵ \div ۳ = ۱۸/۳$		$۵۲ \div ۳ = ۱۷/۳$		$۶۸ \div ۳ = ۲۲/۷$		$۱۲۵ \div ۳ = ۴۱/۷$		

O	E	O - E	$ O - E - 0/5$	$[O - E - 0/5]^2$	$\frac{[O - E - 0/5]^2}{E}$
۶۴/۴	۵۰	۱۴/۴	۱۳/۹	۱۹۳/۲	۳/۹
۳۵/۶	۵۰	-۱۴/۴	۱۳/۹	۱۹۳/۲	۳/۹

با توجه به اینکه خی دو محاسبه شده ($X^2=7/8$) از خی دو جدول با درجات آزادی یک و احتمال ۰/۰۵ بزرگتر است ($X^2=3/84$ جدول) فرض صفر که می گوید بین وضعیت اقتصادی خانواده و استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره رابطه معنی داری وجود ندارد، رد می شود و در حقیقت فرض خلاف تائید می شود یعنی با ۹۵ درصد اطمینان می توان گفت بین اعتقادات مذهبی خانواده و فرد و استفاده از ماهواره رابطه معنی دار وجود دارد.

فرضیه پنجم: سطح فرهنگ خانواده و فرد بر استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره تاثیر می گذارد.

جدول شماره ۶: فرهنگ و استفاده از ماهواره

خیلی زیاد		کم		زیاد		خیلی کم		
F	P	F	P	F	P	F	P	
۲۶	۲۶	۳۸	۳۸	۲۴	۲۴	۱۲	۱۲	سوال پانزدهم
۲۱	۲۱	۴۹	۴۹	۱۹	۱۹	۱۱	۱۱	سوال شانزدهم
۱۵	۱۵	۳۸	۳۸	۲۹	۲۹	۱۸	۱۸	سوال هفدهم
۲۷	۲۷	۳۹	۳۹	۱۸	۱۸	۱۶	۱۶	سوال هجدهم
۸۹ ÷ ۴ = ۲۲/۲۵		۱۶۴ ÷ ۴ = ۴۱		۹۰ ÷ ۴ = ۲۲/۵		۵۷ ÷ ۴ = ۱۴/۲۵		

O	E	O - E	$ O - E - 0/5$	$[O - E - 0/5]^2$	$\frac{[O - E - 0/5]^2}{E}$
۳۶/۷۵	۵۰	-۱۳/۲۵	۱۲/۷۵	۱۶۲/۶	۳/۲
۶۳/۲۵	۵۰	۱۳/۲۵	۱۲/۷۵	۱۶۲/۶	۳/۲
					$X^2=۶/۴$

با توجه به اینکه خي دو محاسبه شده ($X^2 = ۶/۴$) از خي دو جدول با درجات آزادي يك و احتمال $۰/۰۵$ بزرگتر است ($X^2=۳/۸۴$ جدول) فرض صفر كه مي گويد بين سطح فرهنگ خانواده و استفاده و يا عدم استفاده از ماهواره رابطه معني داري وجود ندارد، رد مي شود و در حقيقت فرض خلاف تائيد مي شود يعني با ۹۵ درصد اطمينان مي توان گفت بين سطح فرهنگ خانواده و فرد و استفاده از ماهواره رابطه معني دار وجود دارد.

نتايج تحقيق:

با توجه به اينكه اطلاعات جمع آوري شده در اين تحقيق در كلييه فرضيه ها به صورت گسسته يا طبقه اي بوده و مقياس اندازه گيري آنها رتبه اي است در همه فرضيه ها داده ها با استفاده از آزمون معناداري خي دو (X^2) با سطح اطمينان ۹۵ درصد (يعني آلفاي ۰/۰۵) مورد آزمون قرار گرفتند كه نتيجه حاصله براي هر فرضيه به شرح ذيل است.

در فرضيه نخست اين پژوهش و پس از انجام مصاحبه با دانشجويان به اين نتيجه رسيديم كه سطح تحصيلات والدين و فرد بر متغير وابسته يا همان استفاده و يا عدم

استفاده از ماهواره موثر است و به بیان دیگر با ۹۵ درصد اطمینان می توان گفت بین این دو متغیر رابطه معناداری وجود دارد.

در فرضیه دوم بر اساس اطلاعات جمع آوری شده که از طریق آزمون خی دو مورد بررسی قرار گرفت فرض صفر رد و فرض خلاف که می گوید بین گروه دوستان و استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره رابطه معنی دار وجود دارد با ۹۵ درصد اطمینان تأیید شد بنابراین فرضیه دوم مورد تأیید قرار گرفت.

در آزمون فرضیه سوم که بر اساس اطلاعات جمع آوری شده مورد بررسی قرار گرفت فرض صفر رد و فرض خلاف که می گوید بین اعتقادات مذهبی خانواده و فرد و استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره رابطه معنادار وجود دارد با ۹۵ درصد اطمینان تأیید شد.

فرضیه چهارم نیز که می گوید بین وضعیت اقتصادی خانواده و استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره رابطه معنی دار وجود دارد با ۹۵ درصد اطمینان تأیید شد. در فرضیه پنجم این تحقیق نیز به این نتیجه رسیدیم که بین سطح فرهنگ خانواده و فرد و استفاده و یا عدم استفاده از ماهواره رابطه معنادار وجود دارد.

در همین راستا و به طور کلی می توان نتیجه گرفت متغیرهای تحصیلات والدین و دانشجویان، گروه های دوستان و همالان، وضعیت اقتصادی خانواده و فرد و همچنین سطح فرهنگی فرد و خانواده بر استفاده یا عدم استفاده وی از ماهواره موثر است. بدیهی است در دورانی که رسانه ها در تار و پود زندگی انسان ها نفوذ کرده و تقریباً در تمامی حوزه های کاری و زندگی افراد از طریق رسانه ها به امور خود می پردازند، سخن گفتن از حذف انواع رسانه، بی معناست. ماهواره نیز که علاوه بر نقش رسانه ای خود، سلاحی برای جنگ نرم دشمن علیه ملت های مسلمان به ویژه ایران محسوب می شود از این قائده مستثنی نیست. علاوه بر آن در سال های اخیر نیز گسترش استفاده از گوشی های تلفن همراه هوشمند، نقش پررنگی در کنار ماهواره در آگاه سازی مثبت و منفی شهروندان برعهده گرفته اند. تحلیل منصفانه برنامه های ماهواره ای این نکته را تایید می کند که این

رسانه به صورت هدفمند در اختیار مردم ایران قرار گرفته و شهروندان بسیار ارزان قیمت از شبکه های متعدد فارسی زبان آن بهره می برند و تحلیل کارشناسی این برنامه ها و محتوای تولیدی شبکه های مخالف انقلاب اسلامی روشن می سازد که ماهواره تنها یک رسانه نیست و به صورت کاملاً برنامه ریزی شده برای تغییر در فرهنگ و سبک زندگی ایرانیان و مسلمانان وارد عمل شده است. همانطور که در این پژوهش نیز مورد تایید قرار گرفت مولفه های فرهنگی، اقتصادی، شخصیتی و خانوادگی در میزان و نحوه بهره برداری از ماهواره موثر است و از همین رو و بی تردید راه مقابله با آثار مخرب این رسانه نیز سرمایه گذاری در همین حوزه ها (فرهنگ، اقتصاد، آموزش و...) است.

منابع

۱. افشاری راد مریم وبخشی علی آقا-فرهنگ علوم سیاسی- تهران چاپار۱۳۸۳-ص ۱۵۵و۱۵۶
۲. بران صدیقه-ماهواره وجهانی شدن فرهنگ و بحران هویت-نشریه پژوهش و سنجش-۱۳۷۸-
ص ۳۰و۳۱
۳. بهشتی محمد-فرهنگ فارسی صبا-انتشارات صبا-۱۳۷۲-ص ۹۹و۲۶۳
۴. خرم مسعود-موسسه فرهنگی انتشارات حیات-چاپ پنجم-۱۳۷۸-ص ۱۵
۵. دادگران سید محمد-مبانی ارتباطات جمعی- انتشارات فیروزه -تهران۱۳۷۴-ص ۹۵و۹۶
۶. دلاور علی-روشهای آماری در روان شناسی و علوم تربیتی-۱۳۸۴-ص ۹۸
۷. دلاور علی-روشهای تحقیق در روان شناسی و علوم تربیتی -۱۳۸۵-ص ۱۴۷و۱۶۳و۱۶۴و۱۶۵
۸. رازانی احسان-مقاله ماهواره و از خودبیگانگی فرهنگی-۱۳۸۷-ص ۴
۹. روح الامینی محمود-زمینه فرهنگ شناسی،پویایی و پذیرش-چاپ سوم-انتشارات عطار-۱۳۷۲-
ص ۱۰۱
۱۰. شهیدی سید جعفر-معین محمد-لغت نامه دهخدا- موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه سمنان-
۱۳۷۷-ص ۶۴۸۲
۱۱. ظفریان کیانوش-مجموعه مقالات برگزیده -انتشارات دفتر تحقیقات کاربردی ناجا-سال۱۳۸۷-
ص ۷۱
۱۲. عمید حسن-فرهنگ فارسی عمید-ص ۸۲و۲۰۶و۱۰۴۱
۱۳. گلشن فومنی محمدرسول-جامعه شناسی آموزش و پرورش-موسسه انتشارات آگاه-۱۳۸۴-
ص ۵۵
۱۴. محمدی فر-فرهنگ روزنامه نگاری-۱۳۷۹-ص ۲۰۲
۱۵. مشیری-فرهنگ الفبایی قیاسی زبان فارسی-۱۳۷۱-ص ۵۰۲
۱۶. مهدیزاده سیدمحمد-نظریه های ارتباط جمعی-۱۳۸۰-ص ۷۹

۱۷. نامدار صداقت-مجموعه مقالات سمینار عوامل روانی واجتماعی تهاجم فرهنگی و راههای مقابله با آن-۱۳۸۴-ص ۱۸۷
۱۸. هدایت خواه ستار - تهاجم فرهنگی - انتشارات معاونت پرورشی وزارت آموزش و پرورش - چاپ اول-۱۳۷۷-ص ۶۵
۱۹. استپو پاکر-فن آوری برتر-۱۳۶۹-ص ۳۰
۲۰. بروس کوئن-درآمدی بر جامعه شناسی-۱۳۶۲-ص ۹۳
۲۱. بیرشک و دیگران-فرهنگ اندیشه نو-۱۳۷۲-ص ۴۰۴
۲۲. پانوف، میشل و میشل پرون- فرهنگ مردم شناسی ترجمه علی اصغر عسکری خانقاه-چاپ اول- انتشارات ویس-۱۳۶۸.

23. www\:://F File ماهواره طاعون فرهنگی زمان .htm
24. [F :www File://](http://www File:// F در آمدی بر شناخت ابعاد تهاجم فرهنگی و نحوه ی مقابله با آن.htm) در آمدی بر شناخت ابعاد تهاجم فرهنگی و نحوه ی مقابله با آن.htm
25. [File://A:tahajom\cho2.htm](http://A:tahajom\cho2.htm)
26. [File://F:\www\\.htm](http://F:\www\\.htm) نقش رسانه های جمعی در به انحراف کشاندن جوانان(ماهواره)
27. [http:// CybeYatlas.internet.com/big_pictur/geographics/article](http://CybeYatlas.internet.com/big_pictur/geographics/article)
28. [http:// edu.Taban.net/astronomy82/01.htm](http://edu.Taban.net/astronomy82/01.htm)
29. [http:// resaneh.parsi blog .com/370000/htm](http://resaneh.parsi blog .com/370000/htm)
30. http://www.heavens_above_com/countries.asp
31. <http://www.police.ir>
32. <http://www.persianadmins.com/sit/ar...satellite.html>
33. <http://sstc.semnan.mihanblog.com/post/242>
34. <http://rss.nahad.ir/QAForm.aspx LD73>

Factors Affecting Students' Orientation to Satellite Usage

Case study of Semnan city

Somayeh Hemmatian ¹, Manije Poursafari ^{2*}

Received: 2017/11/21

Accepted: 2018/03/06

Abstract

The present age is called the age of communication. The development of communications with a tremendous pace and disregard for the traditional boundaries of the modern set has challenged the challenges and opportunities of societies and affected various aspects of human life. Apart from all the effects of this phenomenon, what is particularly important is the inescapability of societies in rejecting or accepting unrelenting media waves and in the absence of a culture of societies that are self-sustaining and aggressive. One of these media is the satellite. This tool is instrumental in expanding the cultural complexity of what is called the Global Village and, finally, with regard to the effects of satellite misuse in society. Our main question in this study is what factors in the use or non-use Is Satellite Effective? The researcher in this survey, conducted by survey method, interviewed 100 students and analyzed the data using statistical tests that the variables of education, cultural and economic level of the family and student as well as the group Friends have a meaningful relationship with the dependent variable (using satellite).

Key words: Satellite, Student, Cultural level, Economic situation, Semnan

¹ - Educational specialist guidance and counseling

^{2*} - Educational specialist guidance and counseling