

۱. مقدمه

شتاب‌زدگی یکی از خصوصیات بیشتر جوامع قرن معاصر است که جامعه جهانی را به سمت یگانگی و هم‌رنگی در قواعد زندگی، آداب و رسوم، استفاده از ابزارها، تکنولوژی و حتی یکسانی در طرز تلقی و برداشت از زندگی و در کل همسانی در فرهنگ به پیش می‌برد و به واسطه تأثیراتی که بر زندگی دارد، هر روز بیش از گذشته حس می‌شود.

بدون شک در فرآیند جهانی شدن و شکل‌گیری دهکده جهانی، ابزارها و وسایلی (صرف‌نظر از جنبه‌های سیاسی) تأثیرگذار بوده‌اند که موجب تسریع هرچه بیشتر این امر شده است، یکی از وسایل ارتباطی که همه جوامع و اجتماعات از آن استفاده می‌کنند تلویزیون (و از چند دهه پیش ماهواره) است که در کنار فواید و جنبه‌های مثبت، جنبه‌های منفی بسیاری نیز دارد که آن را به مخاطبان خود انتقال می‌دهد. این تأثیرات منفی منبعت از تفکر و اندیشه‌ای است که در پس برنامه‌های ماهواره‌ای قرار دارد. تحلیل محتوای برنامه‌های ماهواره‌ای نشان از هجمه مستقیم و غیرمستقیم این برنامه‌ها بر فرهنگ سنت‌ها و ارزش‌های جوامع به‌ویژه جوامع اسلامی است. امروزه، شبکه‌های ماهواره‌ای تداعی‌کننده مجموعه‌ای از فعالیت‌های ضد دینی و ضد ارزشی جامعه اسلامی است.

از سوی دیگر، در بین تمامی نهادها، سازمان‌ها و تأسیسات اجتماعی، خانواده نقش و اهمیت ویژه و بسزایی دارد؛ همه مصلحین، رؤیاگران و حتی کسانی که به ناکجاآباد رو کرده‌اند، بر خانواده و اهمیت حیاتی آن برای جامعه تأکید کرده‌اند. چنانچه جامعه‌ای از خانواده‌های سالم برخوردار نباشد، نمی‌تواند ادعای سلامت کند. هیچ یک از آسیب‌های اجتماعی نیست که فارغ از تأثیر خانواده پدید آمده باشند. خانواده در ابتدا حریمی امن برای حیات بشر بود، اما رقابت نهادها و سازمان‌هایی نظیر وسایل ارتباط جمعی با خانواده که روندی برگشت‌ناپذیر به خود گرفته بر آن تأثیرات شگرفی گذاشته است.

مک‌لوهان او وسایل ارتباطی را به دو نوع سرد و گرم تقسیم می‌کند و تلویزیون را جزء وسایل ارتباطی گرم می‌داند. این وسیله ارتباطی گرچه موجبات ارتباطات بیشتر را فراهم آورده است، اما حریم خصوصی خانواده را نقض کرده، به آن وارد شده و نظام ارزشی خاصی را برای آن با خود به ارمغان آورده است. دیوید رایزمن (که بر ارتباط به‌عنوان محور حرکت

جوامع انسانی تأکید دارد) دوران ارتباطی در تاریخ اجتماعی بشر را سه دوره می‌داند: دوره اول که سنت‌ها حاکم بر رفتار و روابط انسانند و او آن را انسان راهبر می‌نامد؛ دوره دوم که کاهش اهمیت سنت‌ها است و انسان درون راهبر می‌شود و دوره سوم که دوره پیدایش انسان دگرراهبر است؛ یعنی دوران ظهور وسایل ارتباط جمعی و پدیده‌هایی مثل هدایت از راه دور، بت‌واره پرستی و همراه آن از خودبیگانگی (ساروخانی، ۱۳۸۸). در این دوره عده‌ای موفق می‌شوند توده‌ها را تحت تأثیر قرار دهند و الگوی خاص فکری پدید آورند. گرچه کسانی چون لرنر وسایل ارتباط جمعی را عامل به وجود آورنده احساسات مشترک و تعلق اجتماعی انسان می‌دانند، اما این وسیله جادویی علاوه بر بمباران جوانان از طریق پخش برنامه‌ها پیام‌ها و خبرهای گوناگون، موجب می‌شود نسل جدید خود را با قهرمانان نمایش هم‌هویت کنند که این امر هم موجب تفاوت در جهان بینی نسل جدید که به تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای می‌پردازند و آنان که این‌گونه برنامه‌ها را تماشا نمی‌کنند، شده است. این برنامه‌ها علاوه بر تأثیرگذاری بر جهان بینی نسل جدید، آنان را به فرآیندی دیگر بنام فرافکنی دچار کرده است.

تلویزیون و ماهواره (به‌عنوان یکی از وسایل ارتباط جمعی) هر روز مخاطبین خود را به طرف استفاده بیشتر از این وسیله جادویی می‌کشاند و می‌توان گفت تمامی جهات و ابعاد حیات انسان را اشغال کرده است و از آغاز تا پایان زندگی در کنار افراد خانواده حضور دارد و امواج آن به تمامی روزه‌های زندگی اجتماعی رسوخ کرده، موجب تأثیرپذیری نسل‌های جدید از آن شده است.

این رسانه‌ها در عصر انفجار اطلاعات و ارتباطات، به طور متوسط فرد را با جایگزین‌ها یا متناوب‌های جدید آشنا ساخته و معیارهایی در اختیار او قرار می‌دهند که این معیارها نزد بسیاری افراد درون فکنی شده و تبدیل به آرمان‌هایی می‌شود که فرد فکر می‌کند متعلق به خودش است. (میرزایی، ۱۳۸۹)

با دقت در استفاده اعضای مختلف خانواده‌ها (به‌ویژه جوانان و نوجوانان) در شهرستان گلیپایگان از (نوع) برنامه‌های ماهواره‌ای، مشخص می‌شود که این افراد بیشتر تمایل به دیدن برنامه‌هایی دارند که در آن مشاغل جالب‌تر، زندگی در خانه‌های مجلل‌تر، حقوق

بهتر، همسران زیباتر، وسایل مصرفی بهتر، فرهنگ قوی‌تر و ارزش‌های جدیدتر وجود دارد و توسط این برنامه‌ها بمباران می‌شوند. در نتیجه با پذیرش سبک زندگی متفاوت از آنچه در خانواده وجود دارد، هماهنگی و تفاهم بین افراد خانواده کم شده و تشابهات رفتاری و انتظارات معقول و منطقی اعضای خانواده (والدین و فرزندان) که ممکن است متعلق به نسل‌های گذشته باشند، جای خود را به تفاوت‌ها در این زمینه داده است. از دیگر سو زنان در فرهنگ‌سازی بیشترین نقش را نسبت به مردان دارند؛ چرا که زنان بیشتر در کانون خانواده حضور دارند و نسبت به مردها زمان بیشتری را صرف دیدن برنامه‌های ماهواره‌ای می‌کنند. با توجه به مطالب مطرح شده، این سؤال بیان می‌شود که تأثیرات برنامه‌های گوناگون ماهواره‌ای موجب چه تفاوت‌هایی در میان نسل‌های مختلف شده است؟ چه ارتباطی بین میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و میزان این تفاوت‌ها وجود دارد؟ هرچند شناخت این اثرات و پژوهش درباره آنها به دلیل تأثیرات برنامه‌های گوناگون بر ذهن، ثابت نماندن این تأثیرات، و جدا نبودن این تأثیرات از دیگر عوامل، مشکل است، اما این تأثیرات باید شناخته شده و مورد بررسی قرار گیرند.

صفری شالی (۱۳۹۰) تحقیقی با عنوان نقش شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان بر ساختار خانواده، با توجه به نقش متغیرهای تعدیل‌گر (پای‌بندی دینی، همسان همسری، سبک زندگی، تقسیم کار دموکراتیک و...) انجام داده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که ساختار خانواده‌هایی که از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده نمی‌کنند (با میانگین نمره ۴۶) در مقایسه با خانواده‌هایی که از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده می‌کنند (با میانگین نمره ۴۳)، استحکام بیشتری دارند. همچنین در پژوهش آنها این نتیجه حاصل شد که با افزایش میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان، ساختار خانواده (با نسبت ضعیفی) شکننده‌تر می‌شود. البته با کنترل متغیرهای تعدیل‌گر مشخص شده است در صورتی که خانواده‌های ایرانی همسان همسری، سبک زندگی متناسب با فرهنگ خودی، دینداری و تقسیم کار دموکراتیک در خانواده داشته باشند، میزان تأثیر منفی شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان کمتر می‌شود.

رحیمی، آشفته تهرانی و حضرتی صومعه (۱۳۹۰) تحقیقی با عنوان «عوامل اجتماعی مؤثر

بر تفاوت بین نسلی» بر روی ۳۶۰ نفر از افراد ۲۰ تا ۲۴ ساله و والدینشان انجام داده‌اند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که تفاوت بین نسلی با متغیرهای بحران هویت، حسو ارزشی والدین، تشنت ارزشی، فردگرایی، گرایش به اعتقادات دینی و اعتماد اجتماعی رابطه معنی‌داری دارد.

گلچین، سخایی و افشانی (۱۳۹۰) تحقیقی با عنوان «مطالعه میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان و مناسبات خانوادگی در بین شهروندان تهرانی» بر روی ۳۸۴ نفر از زنان متأهل شهر تهران انجام داده‌اند. نتایج حاصل از این پژوهش، نشان داد که در مورد مناسبات خانوادگی و ابعاد آن (روابط زناشویی، روابط والدین و فرزندان و اعتماد زناشویی)، در شاخص روابط والدین و فرزندان و روابط زناشویی، وضعیتی بینابینی وجود دارد، اما در شاخص اعتماد زناشویی، وضعیت نامطلوبی وجود دارد. همچنین رابطه بین نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای با مناسبات خانوادگی و ابعاد آن نشان داد که خانواده‌هایی که از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده نمی‌کنند در قیاس با خانواده‌هایی که از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده می‌کنند به مراتب مناسبات خانوادگی بهتری دارند و در نهایت دو متغیر «میزان استفاده» و «نوع استفاده» از شبکه‌های ماهواره‌ای ۲۶٪ از تغییرات مناسبات خانوادگی را تبیین می‌کنند.

نظری (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «نقش برنامه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای در معرفی سبک زندگی به جامعه قومی (با مطالعه موردی در شهر تبریز)» به این نتیجه رسید که تماشای تلویزیون‌های ماهواره‌ای عرصه جدیدی برای تسهیل و اغناء کردن تعاملات و اطلاعات و یا جبران محدودیت‌ها و کمبودهای موجود در زندگی اجتماعی مخاطبان است. در پژوهشی که محمدپور (۱۳۸۹) انجام داد نشان داد که بین میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای با هویت فرهنگی - بومی دانشجویان رابطه معناداری وجود دارد، به این ترتیب که افرادی که زمان بیشتری را صرف استفاده از ماهواره کرده‌اند، نمره کمتری از سازه هویت فرهنگی محلی دریافت کرده‌اند که نشانگر تغییر رفتار به سمت الگوهای جدید است.

مرور پژوهش‌های انجام شده نشان از تأثیر ماهواره و تماشای آن بر مخاطبان دارد. با توجه به این مهم که امروزه بخشی از شهروندان به تماشای برنامه‌های ماهواره گرایش

دارند، لازم است از ابعاد مختلف، پیامدهای تماشای ماهواره مشخص شود تا خانواده‌ها بتوانند اقدامات مناسب برای به حداقل رساندن آسیب‌های ناشی از آن جلوگیری کنند. از طرف دیگر، با توجه به الگو بودن مادران برای دختران و اهمیت بیشتر پابندی دختران به ارزش‌های دینی و اجتماعی به دلیل نقش پررنگ‌تر آنها در تربیت فرزندان آینده، ارزیابی تفاوت نسلی در بین این گروه مهم به نظر می‌رسد.

۱-۱. چارچوب نظری

رسانه‌های جمعی امروزه با ابزارهای پیشرفته خود به راحتی از مرزهای جغرافیایی می‌گذرند و وارد حریم زندگی خصوصی انسان‌ها می‌گردند، این امر هم می‌تواند مفید ارزیابی شود و هم شرایط نوینی را بر اعضای خانواده‌ها دیکته نماید و انسان‌ها را در دریایی از اطلاعات و برنامه‌ها گیج، گمراه و غرق نماید و موجب فاصله گرفتن نسل‌ها از یکدیگر گردد؛ با این شرایط متفکران اجتماعی و جامعه‌شناسان، به طور علمی به مطالعه خانواده، نظم اجتماعی تأثیرات رسانه‌ها، نسل‌ها و عوامل شکل دهنده آن در جهات گوناگون پرداخته‌اند و نظریات متنوعی ارائه نموده‌اند که از جمله می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

۱-۱-۱. تئوری ساختی - کارکردی پارسنز

از نظر پارسنز نظم اجتماعی از قاعده‌هایی است که بر سود شخصی نظارت دارد و با توسعه نظام‌های ارزشی مشترک، شیوه‌های معناداری را در اختیار فرد قرار می‌دهد تا از میان مجموعه‌ای از کردارها، کردار مناسب را انتخاب کند (استونز، ۱۳۷۹). پارسونز تأکید ویژه‌ای بر درونی کردن هنجارها و ارزش‌هایی که از سوی جامعه تعیین می‌شود، دارد. در نظر او نظام اجتماعی به گونه‌ای عمل می‌کند که نیازهای کارکردی تأمین گردد و وحدت نظام اجتماعی حفظ شود. (توسلی، ۱۳۷۸). وی پدیده تفاوت نسلی را در مجموعه نظریه کنشی خود به صورت غیرمستقیم بررسی کرده است. بر اساس نظریه وی در عملی که از فرد سر می‌زند و او آن را کنش می‌نامد، سه عنصر شامل نظام فرهنگی، نظام رفتاری و نظام شخصیتی وجود دارد. این سه نظام محیط‌های درون کنشی نظام اجتماعی هستند. این کنش دارای ابعاد انسانی و اجتماعی است و اولین مرجع کنش فرد، نظام رفتاری است که در واقع رابطه بین انسان

و محیط است که از طریق حواس صورت می‌گیرد. در نظریه پارسونز نظام فرهنگی سه جزء دارد: باورها، عقاید و هنجارها. این اجزاء در طول زمان در جامعه شکل می‌گیرد و از نسلی به نسل دیگر می‌رسند. به این اعتبار، شخصیت آدمی که در آن مجموعه‌ای از عقاید، باورها، اندیشه‌ها و هنجارها وجود دارد محصول رابطه ارگانیک با نظام فرهنگی است (ستار، ۱۳۸۸).

پارسونز در مدل سیبرنتیکی خود طیف درونی شدن هنجارها و ارزش‌ها را به عنوان عناصر فرهنگی نشان می‌دهد که هرچه فرد ارزش‌ها را بیشتر درونی کرده باشد، احتمال اقدام او به کنشی که انحراف نامیده می‌شود، کمتر است و برعکس. چنانچه فرهنگی قادر نباشد نیازها و مطالبات فرد را پاسخ گوید، فرد فرهنگ دیگری را که در بازار مبادله موجود است، برمی‌گزیند و به آن گرایش پیدا می‌کند. بنابراین، از دیدگاه ساختی - کارکردی پارسونز، کنشگر (جوان) در متنی قرار می‌گیرد که شامل نهادها، هنجارها و ارزش‌ها، نمادها و دیگر کنشگران می‌شود. از این رو، هرگونه عاملی که سبب اختلال با دیگر کنشگران اطراف شخص شود یا هرگونه عاملی که موجب انتقال ناقص هنجارها و ارزش‌های مندرج در نظام فرهنگی شود، موجب سرگردانی و حیرانی کنشگر می‌شود و در نهایت به ایجاد فاصله اجتماعی و فقدان تفاهم میان کنشگر و دیگر کنشگران (والدین، سیاست‌مداران، مسئولان آموزش و پرورش و گروه‌های همسالان) و در نهایت منجر به ایجاد تفاوت میان نسل‌های مختلف می‌شود.

۱-۲-۱. نظریه کاشت

جورج گربنر و تعداد دیگری از پژوهشگران مدرسه ارتباطات دانشگاه پنسیلوانیا نظریه «کاشت باورها» را ارائه دادند. 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 «محیط نمادین» شده و پیام‌هایش در مورد واقعیت جای تجربه شخصی و سایر وسایل شناخت جهان را گرفته است. گربنر 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. وی معتقد است که تلویزیون در درازمدت سبب‌های فرهنگی را در میان اعضای جامعه انتقال می‌دهد. نکته قابل توجه در تحقیقات گربنر عبارت است از اینکه تماشای تلویزیون سبب استنباط



یک نگرش کلی نسبت به خشونت در جهان می‌شود. دنیا در نگاه بینندگان پرمصرف ناخوشایندتر و پلیدتر به نظر می‌رسد. (ورنر، و تانکار، ۱۳۸۴)

به‌طور کلی از نظریه کاشت (در راستای هدف این مقاله) چنین برمی‌آید که شبکه‌های ماهواره‌ای رسانه‌ای است که بسیاری از تصورات افراد از دنیای پیرامون مان را شکل می‌دهد. تصوراتی که نقش مؤثری در کنش اجتماعی و جامعه‌پذیری و تفاوت بین نسلی دارند.

۱-۳. تئوری گذار از سنت به تجدید زیمیل

از نظر گئورگ زیمیل انسان‌ها از دوران کودکی بسیاری از ارزش‌های اجتماعی را فرا می‌گیرند و آنها را درونی می‌کنند، ولی با تغییر و تحولات همه روزه و سرعت آن، در درونی کردن ارزش‌های اجتماعی، فرد دچار مشکل می‌شود. اجتماعی شدن فراگردی است که انسان ارزش‌ها، هنجارها و نگرش‌های خود را از طریق خانواده، مدرسه و رسانه‌ها، درونی می‌کند (کوزر، ۱۳۷۳). امروزه با پیشرفت و توسعه جوامع در کنار نهاد خانواده به‌عنوان اولین نهاد جامعه‌پذیرکننده، نهادهای دیگری نیز ظهور کردند که همانند خانواده به تربیت و اجتماعی کردن نسل جدید می‌پردازند. اصل سازمانی در جهان نوین با اصل سازمانی جوامع پیشین تفاوت بنیادی کرده است. یک فرد، عضو بسیاری حلقه‌های به‌خوبی مشخص است. اما هیچ‌یک از این حلقه‌ها تمام شخصیت او را در بر نمی‌گیرند و بر او نظارت تام ندارند. تعداد حلقه‌های متفاوتی که افراد در آن می‌پویند، یکی از نشانگان تحول فرهنگی است (یعقوبی، ۱۳۸۸).

به عقیده زیمیل زمانی که عضویت در یک یا چند حلقه اجتماعی جای خود را به یک جایگاه اجتماعی در شبکه‌ای از حلقه‌های گوناگون اجتماعی دهد، شخصیت فرد دگرگون می‌شود. در این حالت شخصیت فرد از طریق اشتراک در حلقه‌های گوناگون، به شدت انشعاب پیدا می‌کند. وابستگی چندگانه به حلقه‌های اجتماعی به خودآگاهی بیشتر می‌انجامد. همین که فرد از چیرگی حلقه کوچکی که شخصیتش را در چارچوب محدوده‌هایش اسیر می‌سازد رهایی می‌یابد، از یک نوع ادراک رهایی آگاه می‌شود. انشعاب تعلق گروهی، نوعی احساس منحصربه‌فرد بودن و آزادی را بیدار می‌سازد. وجود حلقه‌های اجتماعی، پیش شرط فردگرایی است، به این لحاظ نه تنها انسان‌ها نسبت به

یکدیگر ناهمانند می‌شوند، بلکه فرصت آنرا می‌یابند که در زمینه‌های اجتماعی گوناگون بدون زحمت حرکت کنند (کوزر، ۱۳۷۳). فردگرایی رو به تزاید در نسل جدید سبب به وجود آمدن اخلاقیات و ارزش‌هایی می‌شود که تمام عرصه‌های زندگی، از جمله ملاک‌ها و معیارهای انتخاب را برای نسل جوان متمایز از نسل گذشته می‌نماید. تحت تأثیر این فردگرایی گروه مرجع در نسل جوان نیز دارای تفاوت‌هایی با نسل‌های قبل می‌شود.

۱-۱-۴. تئوری تحول ارزشی اینگلهارت

در اوایل دهه‌های پایان قرن بیستم رونالد اینگلهارت پدیده تفاوت بین نسل‌ها را در ممالک پیشرفته غرب مورد بررسی تجربی قرار داد. وی بر این اعتقاد بود که نسل بزرگسال در برابر تغییرات بیشتر مقاومت می‌کند و تغییر در میان گروه‌های جوان‌تر با سهولت بیشتری صورت می‌گیرد. بنابراین، با تغییر و تحولات اجتماعی تفاوت بین نسلی پدید می‌آید که از آن، گاه به تعارض یا تفاوت بین نسلی نیز تعبیر می‌شود. اینگلهارت به تغییر و تحول ارزشی در طی فرآیند جایگزینی نسلی پرداخته است. به اعتقاد وی اولویت ارزشی فرد تحت تأثیر محیط اجتماعی - اقتصادی که وی در طول سال‌های پیش از بلوغ در آن به سر می‌برده شکل می‌گیرد و با تغییر شرایط محیطی، اولویت‌های ارزشی نسل جوان با نسل قبل متفاوت خواهد شد. اینگلهارت دو فرض محوری را مبنای کار خود قرار داد:

اول) فرضیه کمیابی که ناظر بر این امر است که اولویت‌های فرد با زتاب محیط اجتماعی - اقتصادی‌اش است و شخص بیشترین ارزش‌ها را برای چیزهایی قائل می‌شود که عرضه آنها نسبتاً کم است.

دوم) فرضیه اجتماعی شدن، که اصل را بر این قرار می‌دهد که ارزش‌های اساسی فرد به شکل گسترده با زتاب شرایطی است که در طول سال‌های قبل از بلوغ وی وجود داشته است (اینگلهارت، و آبراهامسون، ۱۳۷۸).

در حالی که فرضیه کمیابی دلالت بر این دارد که رونق و شکوفایی اقتصادی به گسترش ارزش‌های فرامادی گرایانه می‌انجامد، فرضیه اجتماعی شدن مبین این است که نه ارزش‌های فرد و نه ارزش‌های جامعه یک شبه تغییر نمی‌کند. برعکس، دگرگونی اساسی ارزش‌ها به تدریج و بیشتر به صورت نامرئی روی می‌دهد. این دگرگونی در مقیاسی وسیع

زمانی پدید می‌آید که یک نسل جانشین نسلی مسن‌تر در جمعیت بزرگسال یک جامعه می‌شود. از نظر اینگلهارت، چرخه زندگی (اینکه هر گروه سنی بنا به نیازهای روانشناختی آن دوران ارزش‌های گوناگونی دارد و افراد با وارد شدن به آن دوران، آن ارزش‌ها را به خود می‌گیرند) تأثیر اساسی روی تفاوت ارزش‌ها ندارد، بلکه یکی از مؤلفه‌های اصلی دگرگونی ارزشی جایگزینی نسلی است. اینگلهارت تأثیر نهادهای فرهنگی را در این دگرگونی چندان زیاد نمی‌بیند، بلکه افزایش سطح تحصیلات، تجارب متفاوت گروه‌های سنی مثل فقدان جنگ و گسترش ارتباطات جمعی، نفوذ رسانه‌های جمعی و افزایش تحرک جغرافیایی را در این زمینه مؤثر می‌داند. (اینگلهارت، ۱۳۷۳)

در نظریه اینگلهارت، مفهوم کانونی مدرنیزاسیون این است که صنعتی شدن مجموعه‌ای از نتایج اجتماعی و فرهنگی را به همراه دارد که موجب افزایش سطح تحصیلات و تغییر نقش‌های جنسی می‌گردد. صنعتی شدن بر اغلب عناصر دیگر جامعه تأثیر می‌گذارد. این نظریه می‌گوید که صنعتی شدن پیامدهای مختلفی از جمله در حوزه فرهنگی (تفاوت بین نسلی) داشته است. تغییر از جامعه ماقبل صنعتی به صنعتی سبب تغییراتی در تجربه افراد و دیدگاه آنان شده است. پیدایش جامعه فراصنعتی، محرک پیدایش و گسترش دیدگاه‌های جهانی می‌شود و افزایش تحصیلات رسمی افراد و تجارب شغلی آنها به افراد کمک می‌کند که استعدادهایشان را برای تصمیم‌گیری مستقل افزایش دهند (یوسفی، ۱۳۸۲).

اینگلهارت کامیابی اجتماعی - اقتصادی افزایش یافته را علت اصلی تغییر ارزش در جوامع غربی می‌داند و در این باره می‌گوید: «کامیابی اقتصادی افزایش یافته منجر به برآورده شدن بهتر نیازهای بنیانی در سال‌های شکل‌گیری افراد می‌شود (سال‌های آخر جوانی) که به نوبه خود منجر به ارزش‌های ماتریالیست کمتری از نسلی به نسل دیگر می‌شود» و به نظر می‌رسد خانواده‌های ثروتمند جوانان ماتریالیست کمتری را نسبت به خانواده‌های فقیر پرورش می‌دهند. بر این مبنا، اینگلهارت به تأثیر قشر بندی اجتماعی توجه می‌کند (یوسفی، ۱۳۸۳). اینگلهارت و آبراهامسون در نظریه تغییر ارزش بین نسل‌ها به افزایش سطح تحصیلات که خود یکی از مؤلفه‌های مدرنیزاسیون است، تأکید می‌کنند (اینگلهارت، ۱۳۷۳). همچنین اینگلهارت یکی از عوامل تأثیرگذار بر تفاوت ارزش‌های نسل‌ها را جهانی شدن ارتباطات می‌داند (خالقی‌فر، ۱۳۸۱).

۱-۱-۵. تئوری تغییر در فرآیند جامعه‌پذیری مک لوهان

دانشمند کانادایی هربرت مارشال مک لوهان، معتقد است زمانی که فناوری جدیدی وارد جامعه‌ای می‌شود آن جامعه برای همیشه عوض می‌شود و جوانان به دلیل نوگرایی و آمادگی برای پذیرش تازگی‌ها، بیشتر از افراد مسن که افکار و عقایدشان شکل گرفته تحت تأثیر این تغییرات قرار می‌گیرند. به طوری که این الگوپذیری که مغایر با ارزش‌ها و هنجارها و به طور کلی فرهنگ جامعه خودشان است، در آنها موجب ایجاد بحران هویت و در نهایت منجر به بروز تفاوت بین نسل‌ها می‌گردد. براساس این رویکرد، تحولات سریع تکنولوژیکی در حوزه اطلاعات و ارتباطات و دسترسی گسترده نسل جوان به رسانه‌هایی مانند ماهواره و اینترنت، آنها را در موقعیت متفاوتی با نسل پیشین قرار داده است. سرعت این تحولات، زندگی، رشد و بلوغ جوان را تحت تأثیر قرار داده و روند جامعه‌پذیری را به طور کامل دگرگون کرده است. دسترسی گسترده به امکانات نوین تکنولوژیکی، نسل جدید را در جریان تحولات تازه‌ای قرار داده است، بدین ترتیب با تغییر مبانی ورود گزاره‌های ارزشی، نظام ارزشی این نسل نیز متفاوت از نسل پیشین شده است. (طاعتی، ۱۳۸۸)

مک لوهان در مطالعات طولانی که بر روی تحول تاریخی ارتباطات انجام داده بود به این نتیجه رسید که رسانه‌ها در دوره‌های مختلف تاریخی، تأثیر قاطعی در تحولات تاریخی بشر داشته‌اند. وی این تحولات را به سه دسته تقسیم کرده است: فرهنگ شفاهی، فرهنگ چاپی و فرهنگ الکترونیکی. دوره اول را «عصر ارتباطات شفاهی»، دوره دوم را «عصر ارتباطات چاپی» و دوره سوم را «عصر ارتباطات الکترونیکی» نامیده است. وی مدعی است که تأثیر تلویزیون و تکنولوژی کامپیوتر، زدودن تفاوت‌های زمانی - مکانی، اعلام عصر تازه‌ای است که باید آن را «عصر جامعه جهانی» نامید. به عقیده مک لوهان اگرچه فناوری، از ذهن و عمل انسان منشعب است، انسان هر عصر و دوره‌ای، خود زاینده فناوری زمان خویش است. به عبارت دیگر، هر فناوری، بشر را به تدریج در فضای تازه‌ای قرار می‌دهد و هر فضای تازه، عاملی تعیین‌کننده در سرنوشت و زندگی است. (عالی، ۱۳۸۸)

بدین ترتیب بررسی نظریه مک لوهان نشان می‌دهد که وی تأثیر رسانه‌ها را در تغییر و تحولات به وجود آمده در ارزش‌ها، نگرش‌ها و به طور کلی هنجارهای نسل جدید بسیار

مؤثر می‌داند و به همین دلیل مطالعه گسترده‌ای روی این پدیده انجام داده است. این نظریه پرداز علت اصلی تغییرات به وجود آمده در ارزش‌ها را به رسانه‌ها تقلیل داده و عوامل دیگر را در به وجود آمدن این پدیده نادیده گرفته است. وی منکر تأثیری که این تکنولوژی نوین یاد بر جامعه می‌گذارند نیست، بلکه معتقد است که پدیده‌های اجتماعی چند بعدی بوده و تنها نمی‌توان از یک زاویه و از یک دیدگاه به بررسی و تحلیل آنها پرداخت.

با توجه به دیدگاه‌های مطرح شده در بخش مباحث نظری (نظریه‌ها و دیدگاه‌ها) در خصوص تأثیر رسانه‌ها به ویژه دیدگاه‌های زیمل، مک لوهان، گربنرو اینگلهارت می‌توان تأثیرات رسانه‌ها بر تفاوت نسلی را اجتناب‌ناپذیر تلقی کرد، اما در مورد میزان تأثیرات هم عقیده نیستند. زیمل در درونی کردن ارزش‌ها، به سرعت تغییرات اجتماعی اشاره کرد که فرد را دچار مشکل می‌کند و عضویت فرد در یک حلقه اجتماعی، جای خود را به یک جایگاه اجتماعی در شبکه‌ای از حلقه‌های گوناگون می‌دهد و موجب دگرگونی در شخصیت فرد می‌شود و همین امر موجب رشد فردگرایی فراینده می‌شود که در نسل جدید ارزش‌های متفاوتی نسبت به نسل گذشته ایجاد می‌کند.

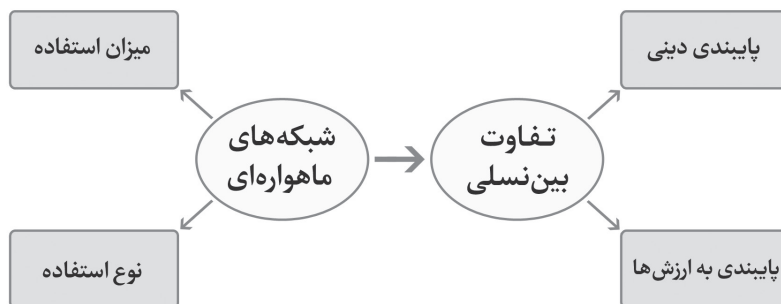
مک لوهان معتقد است که هر وقت فناوری جدیدی وارد جامعه می‌شود، آن جامعه برای همیشه عوض خواهد شد و جوانان به دلیل آمادگی برای پذیرش تازه‌گی‌ها، بیشتر تحت تأثیر آن قرار خواهند گرفت و دسترس جوانان به ماهواره و اینترنت آنها را در موقعیت متفاوتی با نسل پیشین قرار خواهد داد و نظام ارزشی متفاوتی نیز پیدا خواهند کرد؛ او همچنین انسان هر دوره را زاینده فناوری زمان خود می‌داند.

از نظر اینگلهارت نیز جوامع صنعتی مواجه با نوعی دگرگونی ارزشی اساسی هستند و اولویت ارزشی هر فرد تحت تأثیر محیط اجتماعی - اقتصادی که وی در طول سال‌های پیش از بلوغ در آن به سر می‌برد شکل می‌گیرد و با تغییر شرایط محیطی، اولویت ارزشی نسل جوان با نسل قبل متفاوت خواهد بود. او مدرنیزاسیون را به وجود آورنده تحول وسیعی در فرهنگ معاصر غرب می‌داند و رسانه‌ها را نیز در این کار دخیل می‌داند.

همچنین می‌توان گفت، تأثیرات ماهواره و برنامه‌های آن متفاوت از تأثیرات رادیو یا مطبوعات است و نیز در معرض رسانه‌ها بودن در پیدایش کم یا زیاد بودن جذب تأثیرات

می تواند مؤثر باشد که بیشتر زنان و جوانان در معرض آن قرار دارند و این تأثیرات می تواند از جنبه هایی همچون پایبندی دینی، پایبندی به ارزش ها و تفاوت هایی که در بین والدین و فرزندان به وجود می آورد مورد بررسی قرار گیرند.

با توجه به مطالب مطرح شده می توان مدل مفهومی این پژوهش را به صورت زیر طراحی نمود:



۲. روش اجرای پژوهش

۲-۱. جامعه و نمونه آماری

پژوهش حاضر به شیوه پیمایشی و از نوع همبستگی - مقایسه ای است. جامعه آماری آن مادران و دختران شهرستان گلپایگان در سال ۱۳۹۴ بود. تعداد ۳۸۰ نفر از آنها با استفاده از فرمول عمومی کوکران در گروه نمونه انتخاب شدند. تعداد ۱۹۰ مادر و ۱۹۰ به شیوه نمونه گیری تصادفی ساده در گروه نمونه جای گرفتند.

۳. یافته های پژوهش

۳-۱. متغیرهای زمینه ای

جمعیت نمونه تحقیق ۱۹۰ نفر مادر و ۱۹۰ نفر دختر انتخاب شده است. میانگین سنی مادران ۴۸ سال و میانگین سنی دختران ۲۶ سال بودند. بیش از نیمی از دختران (۵۷٪) دارای تحصیلات لیسانس و اکثریت مادران (۶۹٪) دارای تحصیلات دیپلم و کمتر از آن بودند.

۲-۳. متغیرهای مستقل

۱-۲-۳. میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی پاسخ‌گویان بر حسب میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای

نسل		موارد
مادران	دختران	
۱۷/۸	۱۰	اصلاً یا هیچ
۱۳/۴	۲/۶	خیلی کم
۱۲/۲	۷/۹	کم
۲۹/۷	۲۷/۷	بینابین (متوسط)
۱۷/۶	۳۳/۹	زیاد
۹/۳	۱۷/۹	خیلی زیاد
۱۰۰	۱۰۰	جمع کل
۴/۳۳ دقیقه	۵/۲۰ دقیقه	میانگین

با مرور جدول «شماره ۱» می‌توان گفت، ۱۰٪ از دختران و ۱۸٪ از مادران اظهار داشته‌اند که اصلاً از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده نمی‌کنند. این در حالی است که ۳۸٪ دختران متوسط (رو به پایین)، ۵۲٪ در حد زیادی و به‌طور همه آنها به‌طور متوسط پنج ساعت و بیست دقیقه در طول روز از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان استفاده می‌کنند. در حالی که مادران ۵۵٪ متوسط (رو به پایین) و ۲۷٪ در حد زیادی و همه آنها به‌طور متوسط ۴ ساعت و سی و سه دقیقه در طول روز از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان استفاده می‌کنند.

۲-۲-۳. نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی پاسخ‌گویان بر حسب نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای

نسل		موارد
مادران	دختران	
۱۹/۴	۳۹/۷	پراکنده و گاه‌به‌گاه
۶۲/۸	۵۰/۳	منظم و پیگیر
۱۷/۸	۱۰	عدم شمول
۱۰۰	۱۰۰	جمع کل

با مرور جدول «شماره ۲» در می‌یابیم که ۴۰٪ از دختران و ۱۹٪ از مادران به صورت پراکنده و گاه‌به‌گاه و ۵۰٪ دختران و ۶۳٪ از مادران به صورت منظم و پیگیر برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای را تماشا می‌کنند و ۱۰٪ دختران و ۱۸٪ از مادران نیز از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده نمی‌کنند.

۳-۳. متغیر وابسته و ابعاد آن

جدول شماره ۳: مقایسه متغیرهای پژوهش به تفکیک نسل

موارد	نسل	میانگین	انحراف معیار	t	df	Sig
میزان پایبندی به ارزش‌های اجتماعی (۸-۴۰)	دختران	۳۱/۹۶	۳/۳۴	-۳/۳۳۴	۳۸۲	۰,۰۰۱
	مادران	۳۳/۴۰	۴/۱۰			
میزان پایبندی دینی (۷-۳۵)	دختران	۲۵/۴۹	۴/۹۹	-۳/۳۲۲	۳۸۲	۰,۰۰۱
	مادران	۲۷/۲۰	۳/۷۲			

نتایج حاصل از تفاوت بین نسلی در ابعاد مختلف در جدول «شماره ۳» آمده است. در این پژوهش ابتدا برای آنکه مشخص شود آیا بین مادران و دختران در متغیرهای اصلی این پژوهش (میزان پایبندی دینی، میزان پایبندی به ارزش‌های اجتماعی) تفاوت یا به عبارتی تفاوتی وجود دارد یا خیر، از آزمون تی مستقل استفاده شد که نتایج نشان می‌دهد که در هر دو متغیر بین مادران و دختران تفاوت معناداری وجود دارد. به طوری که میزان پایبندی به ارزش‌ها و میزان پایبندی دینی در بین مادران، بیشتر از دختران است. پس در مجموع با توجه به اینکه مقایسه هر دو متغیر در بین مادران و دختران در سطح خطای کمتر از ۱٪ و با ۹۹٪ اطمینان معنی دار شده است، می‌توان گفت که در این دو متغیر بین جمعیت نمونه تحقیق تفاوت بین نسلی وجود دارد.

۳-۴. نتایج تبیینی

۳-۴-۱. رابطه بین میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای با ابعاد تفاوت نسلی^۱

جدول شماره ۴: ماتریس همبستگی پیرسون بین متغیرهای تحقیق

متغیر	میزان استفاده	نوع استفاده	تفاوت بین نسلی در میزان پایبندی به ارزش‌ها	تفاوت بین نسلی در میزان پایبندی دینی
میزان استفاده	۱			
نوع استفاده	۰/۷۷۶**	۱		
تفاوت بین نسلی در میزان پایبندی به ارزش‌های اجتماعی	۰/۴۶۷**	۰/۴۱۲**	۱	
تفاوت بین نسلی در میزان پایبندی دینی	۰/۶۶۶**	۰/۵۵۹**	۰/۵۸۰**	۱

**معنادار در سطح 0.01

ضرایب همبستگی مندرج در جدول «شماره ۴» حاکی است که بین میزان استفاده و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای با ابعاد مختلف تفاوت بین نسلی، رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد. بنابراین، با بالا رفتن میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای، تفاوت بین نسلی در میزان پایبندی به ارزش‌ها (۰/۴۶۷) و میزان پایبندی دینی (۰/۶۶۶) دیده می‌شود. همچنین با استفاده پیگیر و منظم از شبکه‌های ماهواره‌ای، تفاوت بین نسلی در میزان پایبندی به ارزش‌ها (۰/۴۱۲)، میزان پایبندی دینی (۰/۵۵۹) در پی دارد.

این یافته تحقیق در راستای تئوری تحول ارزشی اینگلهارت و تئوری تغییر در فرآیند جامعه‌پذیری مک‌لوهان است؛ زیرا بر مبنای تئوری تحول ارزشی اینگلهارت، یکی از عوامل مؤثر بر تفاوت بین نسلی و دگرگونی ارزش‌ها در بین نسل‌ها گسترش وسایل ارتباط جمعی است. همچنین بر مبنای تئوری فرآیند جامعه‌پذیری مک‌لوهان، زمانی که فناوری جدیدی وارد جامعه‌ای می‌شود آن جامعه را برای همیشه عوض می‌شود و جوانان به دلیل نوگرایی و آمادگی برای پذیرش تازگی‌ها، بیشتر از افراد مسن که افکار و عقایدشان شکل گرفته، تحت تأثیر این تغییرات قرار می‌گیرند. یعنی، جذب تغییراتی چون نحوه ارتباطات، مد، سیاست

۱. برای محاسبه متغیر تفاوت بین نسلی از گویه‌های میزان پایبندی دینی و پایبندی به ارزش‌های اجتماعی که هر کدام از مادران و دختران به آنها پاسخ داده‌اند، استفاده شده است. محاسبه این متغیر در هر دو بعد تفاوت بین نسلی در میزان پایبندی دینی و پایبندی به ارزش‌های اجتماعی از قدر مطلق تفاضل نمره مادران از فرزندان در هر گویه مربوط به سنجه‌های میزان پایبندی دینی و پایبندی به ارزش‌های اجتماعی محاسبه و سپس مجموع این قدر مطلق تفاضل نمرات محاسبه شده است. عدد به دست آمده به معنای اندازه تفاوت بین نسلی است.

و الگوپذیری غیرفرهنگی خود (نابهنجاری) می‌گردند. به طوری که این الگوپذیری که مغایر با ارزش‌ها و هنجارها و به طور کلی فرهنگ جامعه خودشان است، در آنها موجب ایجاد بحران هویت و در نهایت منجر به بروز تفاوت بین نسل‌ها می‌گردد. براساس این رویکرد تحولات سریع تکنولوژیکی در حوزه اطلاعات و ارتباطات و دسترسی گسترده نسل جوان به رسانه‌هایی مانند ماهواره و اینترنت آنها را در موقعیت متفاوتی با نسل پیشین قرار داده است و نسل جدید در جریان تحولات تازه‌ای قرار گرفته‌اند. بدین ترتیب با تغییر مبانی ورود گزاره‌های ارزشی، نظام ارزشی این نسل نیز متفاوت از نسل پیشین شده است.

۳-۴-۲. آزمون رگرسیون چند متغیره برای بررسی تأثیر میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای بر تفاوت بین نسلی

جدول شماره ۵: نتایج رگرسیون تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر تفاوت بین نسلی

شاخص آماری مدل رگرسیون	ضریب همبستگی (R)	R ²	R ² تعدیل شده	F	سطح معناداری
۱	۰/۶۱۸	۰/۳۸۱	۰/۳۷۸	۲۷/۴۷۸	۰/۰۰۱

جدول شماره ۶: مشخص‌کننده‌های آماری، میزان و جهت تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر تفاوت بین نسلی

شاخص آماری مدل	ضریب غیراستاندارد	خطای استاندارد	ضریب b	t	سطح معنی‌داری
عدد ثابت	۱۵۱/۱۲۱	۳/۴۱۷	-	۴۴/۲۲۵	۰/۰۰۱
نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای	۰/۱۷۴	۰/۰۸۲	۰/۱۶۷	۲/۱۱۳	۰/۰۳۵
میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای	۰/۶۰۹	۰/۰۹۶	۰/۳۵۶	۶/۳۶۶	۰/۰۰۱

به منظور شناخت بهتر و مقایسه تأثیر میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای بر تفاوت بین نسلی، از رگرسیون چند متغیره به روش هم‌زمان استفاده شد. نتایج حاصل از آن نشان می‌دهد که میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای ۳۸٪ از تغییرات متغیر تفاوت بین نسلی را در بین مادران و دختران تبیین می‌کند.

با مرور جدول «۵ و ۶» می‌توان گفت که دو متغیر «میزان استفاده از شبکه‌های

ماهواره‌ای» و «نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای» از عوامل مؤثر در تفاوت بین نسلی هستند و تأثیر هر دو متغیر بر تفاوت بین نسلی افزایش یافته است. میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای بیشترین تأثیر و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای کمترین تأثیر را بر تفاوت بین نسلی دارد. ضریب b در میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای بدان معناست که به ازای هر واحد افزایش در میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای، ۰/۳۵۶ واحد تفاوت بین نسلی در بین مادران و دختران جمعیت نمونه تحقیق بیشتر می‌شود.

۴. بحث و نتیجه‌گیری

چنانچه از بحث‌های نظری برآمد، رسانه امری بی‌طرف نیست و سعی در اثرگذاری و در واقع هدایت افکار و رفتار مخاطبان دارد. در جایی که دشمنان نظام اسلامی به واسطه دسترسی به امکانات تکنولوژیک و فناوری، شبکه‌های ماهواره‌ای فراوانی را تأسیس نموده و هر کدام از آنها به شکل ویژه‌ای سعی در بمباران فکری و القای ارزش‌های ضد اخلاقی و ضد اجتماعی دارند؛ این امر در کنار مزیت بالقوه آن، می‌تواند تهدید بسیار خطرناکی باشد. مشاهده برنامه‌های این شبکه‌ها، به کاهش ارزش‌های اجتماعی و دینی و به مرور، تغییر ارزش‌ها در بین شهروندان منجر خواهد شد. در چنین زمینه‌ای، نتایج این تحقیق که به پایین بودن میزان پایبندی دینی و میزان پایبندی به ارزش‌های اجتماعی در بین دختران در مقایسه با مادران اشاره دارد را می‌توان فهم نمود. بخش مهمی از این موضوع ناشی از کمبودهای بینشی و معرفتی برخی جوانان نسبت به ارزش‌ها و آموزه‌های حیات بخش الهی و نقش مؤثر و سازنده دین در پیشرفت زندگی فردی و اجتماعی است.

بنابراین، نتایج تحقیق این ادعا را تأیید نمود که ماهواره نقش منفی در میزان دینداری و پایبندی به ارزش‌های اجتماعی دارد. این امر به دلیل ماهیت برنامه‌هایی است که از ماهواره‌ها پخش می‌شود. بسیاری از شبکه‌های ماهواره‌ای به طور آشکار تبلیغات ضد دینی دارند و با زیبا نشان دادن ارزش‌های مورد نظر سازندگان خود، سعی می‌کنند ارزش‌های اسلامی و اجتماعی جامعه را کم‌رنگ کنند. مخاطبین ایرانی همواره باید این سؤال را خود بپرسند که تعداد کثیر شبکه‌های ماهواره‌ای، برای چه به طور رایگان در دسترس آنها

قرار می‌گیرد؟ بودجه‌های میلیاردی این برنامه‌ها از کجا و برای چه منظوری تهیه می‌شود؟ اندیشیدن به این قبیل سؤالات و یافتن پاسخ آنها می‌تواند ماهیت این شبکه‌ها و مقاصد گردانندگان را به بهترین وجه معرفی نماید.

در شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، دین به‌گونه‌ای به جوانان معرفی می‌شود که گویی نه تنها نیازهای انسان را تأمین نمی‌کند، بلکه مانع ارضای نیازهای واقعی او نیز می‌شود. طبیعی است که ترسیم چنین تصویری از دین برای جوان نه تنها موجب عدم گرایش آنها به مجالس مذهبی می‌شود، بلکه سبب ایجاد روحیه گریز از دین در آنها می‌شود. متأسفانه چنین نگرشی به صورت گسترده توسط دشمنان اسلام و نظام اسلامی و با استفاده از پیشرفته‌ترین امکانات و شیوه‌های تبلیغاتی از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای ترویج می‌شود، همچنان که در پژوهش حاضر، رابطه مستقیم بین میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای با تفاوت بین نسلی در میزان پایبندی دینی و میزان پایبندی به ارزش‌های اجتماعی، بر این موضوع صحه می‌گذارد.

همه دشمنی سازندگان و حامیان شبکه‌های ماهواره‌ای با قرائت اسلام سیاسی است که در کشور ما وجود دارد. آنها این تعریف را مغایر با نقشه‌ها و برنامه‌های استثماری خودشان می‌دانند. بنابراین، به هر شیوه و با هر ابزاری سعی در ایجاد شکاف بین مردم و حاکمیت، زن و شوهر، مادر و دختر و پسر و پدر دارند و اتحاد موجود در جامعه را مورد حمله قرار می‌دهند. ایجاد شکاف بین دختران و مادران با پخش برنامه‌های جهت‌دار برای رسیدن به همین هدف است.

با توجه به تجزیه و تحلیل آماری صورت گرفته از مطالعه مناسبات بین نسلی در پژوهش حاضر این نتیجه حاصل می‌شود که بین نسل والدین و فرزندان تفاوت نگرشی عمیق نسبت به ارزش‌های اجتماعی وجود دارد. بررسی ارتباط دوسویه میان تفاوت نسلی و میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای، صاحب‌نظران محققان، کارشناسان و علاقه‌مندان را می‌طلبد تا با رویکردهای مختلف اجتماعی، فرهنگی و... به این مقوله نگر بسته و نسبت به کاهش آن چاره‌اندیشی کنند تا تفاوت به وجود آمده دو نسل را به حداقل رسانده و بین آنها وفاق برقرار نمایند و با ارائه راهکارهای عملی، هر دو نسل را با آسیب‌های این پدیده

اجتماعی آشنا و آنها را به سوی درک متقابل سوق دهد.

یکی از نمودهای کاهش میزان پایبندی جوانان به ارزش‌های اجتماعی را می‌توان در کاهش گرایش‌های دینی جوانان ملاحظه کرد؛ همچنان‌که نتایج این تحقیق هم نشان داد، با افزایش تفاوت بین نسلی در میزان پایبندی دینی با تفاوت بین نسلی در میزان پایبندی دینی، رابطه مستقیم و معناداری وجود داشت. دین سبب همبستگی اجتماعی و در نتیجه کاهش تمایلات فردگرایانه جوانان می‌شود. یافته‌های پژوهش حاضر نیز نشان داد که بین میزان پایبندی دینی والدین و فرزندان (دو نسل متفاوت) تفاوت وجود دارد و میزان پایبندی دینی در والدین بیش از فرزندان است. این بدین معنی است که نهاد دین در جامعه آماری مورد بررسی دچار اختلال کارکردی است و نیاز به مطالعات گسترده درباره رابطه جوانان با دین دارد.

۵. پیشنهادات

به والدین توصیه می‌شود شرایط ویژه جامعه ایران را در یابند و به ارزش‌ها، علایق، نگرش‌ها و خواسته‌های جوانان احترام گذاشته و به جای برخورد خشن، سخت‌گیرانه و احساسی، با عقلانیت، تساهل‌گرایی و با روش گفت‌وگو به حل مشکل تعارض ارزش‌ها بپردازند.

والدین باید به این امر توجه داشته باشند که فقط نیازهای فیزیولوژیک اعضای خانواده نباید مورد توجه قرار گیرد، بلکه نیازهای عاطفی نیز باید اهمیت داده شود. روشن است که همه مشکلاتی که گریبانگیر خانواده‌ها است، مشکلات اقتصادی نیست، بلکه ارتباط نزدیک اعضای خانواده با یکدیگر و تعامل آنها موجب احساس تعلق بیشتر با یکدیگر و گرایش کمتر به گذران وقت زیاد با ماهواره می‌شود که این رفتار می‌تواند سبب کاهش تفاوت بین نسلی شود.

سازمان‌های فرهنگی و از جمله صدا و سیما باید به تقویت آموزه‌ها و باورهای الهی و دینی در جامعه توجه ویژه داشته باشند؛ چراکه تقویت آموزه‌ها و باورهای الهی و دینی در کاهش تفاوت بین نسلی تأثیری زیادی دارد.

در عصر جهش ارتباطات، نمی‌توان جلوی دریافت امواج ماهواره و رسوخ آموزه‌ها و هنجارهای غیربومی را گرفت، اما می‌توان در پرتو ارائه مبانی هنجاری خود در رسانه‌های

خاص، به مقابله با شبیخون فرهنگی بیگانه پرداخت. برای مثال می‌توان با ایجاد شبکه‌هایی مخصوص نمایش لباس و مد و ارائه الگوهای ایرانی - اسلامی، بخش عمده‌ای از تأثیر منفی شبکه‌های ماهواره‌ای را تعدیل کرد.

ایجاد و بسترسازی سرگرمی‌های سازنده و پرکردن اوقات فراغت با روش‌های مثبت همچون ورزش مطالعه و نظایر آن نیز می‌تواند میزان زمان استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای را کم کرده و قدرت نفوذ آن را کاهش دهد.

برای کاهش تفاوت بین نسلی و تأثیرات شبکه‌های ماهواره‌ای، تأکید بر آموزش‌های عمومی و همگانی و تطابق آن با نیازهای نسل جدید جامعه ایرانی که در قالب برنامه‌های آموزشی مدارس، دانشگاه‌ها و رسانه‌های جمعی به‌ویژه رادیو و تلویزیون و شبکه‌های اطلاع‌رسانی قابل اجرا می‌باشد، بسیار ضروری است. یکی از مهم‌ترین راهکارهای واکنش‌گرا کردن عموم مردم به‌ویژه جوانان، افزایش سواد رسانه‌ای است تا از طریق تحلیل انتقادی و منطقی مطالب دریافت شده، آنها را حل‌جایی کنند تا بتوانند سره از ناسره را تشخیص دهند. یکی دیگر از ساده‌ترین و در عین حال ظریف‌ترین راهکارها، افزایش اطلاع‌رسانی به مردم در مورد اهداف پنهان و این قبیل رسانه‌هاست. باید راهکارهای فرهنگی‌ای ایجاد شود که شهروندان را از اثرات سوء این رسانه‌ها آگاه نماید. همچنین، می‌توان نقاط قوت رسانه‌های ماهواره‌ای، رسانه‌های بومی را تقویت کرد تا با ارتقای کیفیت برنامه‌های رسانه ملی، میزان مخاطب افزایش یابند.

فهرست منابع

۱. استونز، راب (۱۳۷۹). متفکران بزرگ جامعه‌شناسی. مترجم: مهرداد میردامادی. تهران: نشر مرکز.
۲. اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳). تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی. مترجم: وتر، مریم. تهران: نشر کویر.
۳. اینگلهارت، رونالد، و آبراهامسون، پیل آر (۱۳۷۸). امنیت اقتصادی و دگرگونی ارزشی. مترجم: شفیع‌خانی، شهناز. نشریه‌نامه پژوهش فرهنگی، ۱۵(۳)، ۵۹-۱۰۶.
۴. توسلی، غلامعباس (۱۳۷۸). نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: انتشارات سمت.
۵. خالقی فر، مجید (۱۳۸۱). بررسی ارزش‌های مادی / فرامادی دانشجویان دانشگاه‌های تهران، عوامل مؤثر بر آن و روابط آن با برخی از نشانگان فرهنگی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی تهران.
۶. رحیمی، محمد، آشفته‌تهرانی، امیر، و حضرتی صومعه، زهرا (۱۳۹۰). عوامل اجتماعی مؤثر بر تفاوت بین‌نسلی: مورد مطالعه شهر خلخال. نشریه مطالعات جامعه‌شناسی ایران، ۱۳(۱)، ۷۹-۹۸.
۷. ساورخانی، یاقر (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی ارتباطات. تهران: انتشارات اطلاعات.
۸. ستار، آریتا (۱۳۸۸). بررسی گست و پیوند نسلی از دیدگاه اجتماعی؛ کندوکاو در مسائل جوانان و مناسبات نسلی. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
۹. صفری‌شالی، رضا (۱۳۹۰). نقش شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان بر ساختار خانواده. طرح پژوهشی با حمایت وزارت کشور. (منتشر نشده)
۱۰. طاعتی، لیلیا (۱۳۸۸). افکار عمومی رسانه‌ها و تبلیغات. تهران: انتشارات فریش.
۱۱. عالی، شهیندخت (۱۳۸۸). انقلاب رسانه‌ای، جهانی شدن و مناسبات نسلی: کندوکاو در مسائل جوانان و مناسبات نسلی. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
۱۲. کوزر، لوئیس (۱۳۷۳). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی. مترجم: ثلاثی، محسن. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۱۳. گلچین، مسعود، سخایی، ایوب، و افشانی، علیرضا (۱۳۹۰). مطالعه میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان و مناسبات خانوادگی در بین شهروندان تهرانی. نشریه مطالعات راهبردی زنان، ۵۶(۱۴)، ۸۳-۱۱۸.
۱۴. محمدپور، احمد، نقدی، اسدالله، و نادرزاد، بهزاد (۱۳۸۹). تأثیر ماهواره بر هویت فرهنگی در کردستان ایران، بررسی موردی دانشجویان گُرد دانشگاه سنج. نشریه دانشگاه علوم پزشکی کرمان، ۴(-)، ۱۳۱-۱۵۶.
۱۵. میرزایی، خلیل (۱۳۸۹). طرح و پایان‌نامه‌نویسی. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۱۶. نظری، مینا (۱۳۸۹). نقش برنامه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای در معرفی سبک زندگی به جامعه قومی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۷. ورنر، سورین، و تانکارد، جیمز (۱۳۸۴). نظریه‌های ارتباطات. مترجم: دهقان، علیرضا. تهران: دانشگاه تهران.
۱۸. یعقوبی، اسفندیار (۱۳۸۸). مطالعه و بررسی عوامل مؤثر بر تغییر نگرش دو نسل (مادران و دختران) نسبت به ارزش‌های اجتماعی (مطالعه در شهر میاندوآب). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات میاندوآب.
۱۹. یوسفی، نریمان (۱۳۸۳). تفاوت بین نسل‌ها، بررسی نظری و تجربی. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.