

مسئله‌شناسی شبکه‌های ماهواره‌ای در دیدگاه صاحب‌نظران جمهوری اسلامی ایران

چکیده

در حوزه نظری شبکه‌های ماهواره‌ای به دلیل دارا بودن دو مؤلفه «تولید محتوا به شکل فراملی» و نیز «دسترسی مخاطب به آن بدون نیاز به سازمان‌های متولی ملی» در گونه «رسانه‌های جایگزین» و به دلیل «تعاملی نبودن» در طیف رسانه‌های اصلی قرار می‌گیرند. ویژگی‌های مذکور در حوزه‌های مختلفی تأثیرات متفاوتی داشته است. در سیاست، «مخاطب‌محوری» اساس تأثیرگذاری این رسانه‌ها و تقابل با «دولت‌گرایی» با هویت مداخله‌گرایانه-هنجاری حکمرانی در ایران می‌باشد. در عرصه اجتماعی و فرهنگی با رشد «فردیت‌گرایی» و «سوژه‌محوری»، به دلیل «مسکوت ماندن و پاسخگو نبودن فرهنگ ایرانی نسبت به نیازهای مدرن جامعه»، «اقتصادسیاسی مالکیت رسانه‌ها و تسلط کشورهای استعمارگر بر آن‌ها»، «توازن منفی در جریان اطلاعاتی»، «غلبه ذهنیات بر عینیات در حیطه شناخت» و «ایدئال‌سازی پیشرفت و توسعه‌گرایی برآمده از شاخص‌های غیربومی»، «دیگری» فرد را «وضعیت موجود و واقعی جامعه»، «ارزش‌های سنتی و جمع‌گرایانه» تعریف و «تغییرات اجتماعی» بر اساس آن «کانالیزه» شده است. بر اساس مطالبی که بیان شد می‌توان این‌گونه استنتاج نمود که شبکه‌های ماهواره‌ای به‌عنوان متغیر مستقل نمی‌توانند مرکزیت در تأثیرگذاری داشته باشند و زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی عامل اصلی در تأثیرپذیری از این وسایل ارتباطی می‌باشند. مطالب بیان‌شده خلاصه‌ای از نتایج به‌دست‌آمده از رویکرد تمام صاحب‌نظران با استخراج گزاره‌ها از ۶۰ روزنامه و ۶ مجله در سال‌های ۱۳۶۲ تا ۱۳۹۳ و با تکیه بر کدگذاری معکوس برآمده از روش تحلیل محتوای کیفی برای ارائه مدل فکری و تحلیلی سیاست‌گذاران جمهوری اسلامی ایران می‌باشند که تفصیل آن را در مقاله پیش رو ملاحظه خواهید نمود.

■ واژگان کلیدی

سیاست‌گذاری رسانه‌ای، شبکه‌های ماهواره‌ای، تحلیل محتوای عمقی، رسانه‌های جایگزین، رسانه‌های اصلی.

سید محمد کاظمی قهفرخی

عضو هیئت علمی مرکز مطالعات فرهنگی و تمدنی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

kazemigh@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۱/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۵/۰۳

۱. مقدمه

شبکه‌های ماهواره‌ای همچون سایر وسایل ارتباطی نوظهور با ورود به عرصه اجتماعی ایران محل بحث سیاستگذاران و متخصصان در رشته‌های گوناگون قرار گرفتند. همین موضوع مؤلفه‌های متعددی را در مسئله‌شناسی شبکه‌های ماهواره‌ای در تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی در طول سالیان گذشته دخیل کرده است. از آنجاکه یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در شکل‌گیری و صورت‌بندی مسئله‌های سیاستی، ذهنیت‌های نخبگانی برآمده از نگاه صاحب‌نظران هستند لازم است تا با بررسی نظری و تجربی، مدل فکری گروه‌های مذکور توصیف و روابط بین آن‌ها تبیین گردد. برای این منظور، تلاش می‌شود با شناسایی ویژگی شبکه‌های ماهواره‌ای در طیف رسانه‌های «اصلی» و «جایگزین»، مشخصه‌های آن‌ها در سیاستگذاری جایابی و با استخراج نظرات صاحب‌نظران ذیل چهارچوب نظری به‌دست‌آمده، مدل ذهنی دخیل در حوزه تصمیم‌گیری صورت‌بندی گردد. در راستای اهداف بیان شده می‌توان دو سؤال ذیل را مطرح نمود:

۱۵۰

۱. شبکه‌های ماهواره‌ای در گونه‌شناسی مرتبط با رسانه‌های «اصلی» و «جایگزین» دارای چه مشخصه‌ها و ویژگی‌های مؤثر در سیاستگذاری می‌باشند؟
۲. مدل ذهنی صاحب‌نظران؛ اعم از تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان، در شناخت مسئله شبکه‌های ماهواره‌ای ذیل چهارچوب نظری به‌دست‌آمده، چگونه قابل صورت‌بندی است؟

۲. ادبیات نظری

رسانه‌ها در یک دسته‌بندی ساده به رسانه‌های انتقالی (اصلی) و رسانه‌های متعامل (جایگزین) تقسیم‌بندی می‌شوند (شورد^۱، ۲۰۰۹: ۶۴). (لوییس^۲، ۱۹۸۳: ۱۲) ویژگی‌های هر کدام از گونه‌های مذکور را به شکل زیر دسته‌بندی می‌نماید:

1. Schroder

2. Lewis

ویژگی‌ها	رسانه‌های اصلی	رسانه‌های جایگزین
هدف	انگیزه‌های اقتصادی و سیاسی	عدم انگیزه‌های اقتصادی و بیان اهداف آموزشی، فرهنگی و بشری
منبع مالی	وابستگی به دولت و بازار	عدم وابستگی به دولت و بازار
تولید و توزیع	تحت نظارت نهادهایی رسمی	تحت نظارت نهادهایی رسمی نمی‌باشند و مستقل و محلی هستند
محتوای پیام	بر اساس اهداف سیاسی و اقتصادی بازار و دولت	جایگزینی برای رسانه‌های موجود هستند.
مخاطبان	مخاطبان توده‌ای عدم دخالت مخاطبان در تولید محتوا و ارتباط	افراد مختلف از گروه‌های سنی، طبقاتی و جنسی متمایز دخالت مستقیم مخاطبان در تولید محتوا و ارتباط
انتشار	در سطح محلی، ملی و بین‌المللی	در سطح محلی، ملی و بین‌المللی
گستره‌ی سازمانی	سازمان‌هایی با اندازه بزرگ	وسایل ارتباطی در سطح خرد
کارگزاران	متخصصان و افراد حرفه‌ای/ ارتباط یک‌سویه	افراد آموزش ندیده/ ارتباط دوسویه

(جدول ۱): ویژگی رسانه‌های جایگزین و اصلی

۱-۲ رسانه‌های اصلی

تاملینسون^۱ معتقد است، سه رویکرد به تحلیل رسانه‌های اصلی [منجر شده است. نظریه اقتصادی‌سیاسی که ریشه سلطه رسانه‌ها را متذکر می‌شود، دیدگاه دوم که بر تأثیر رسانه‌ها و

1. Tomlinson.

تحلیل متن آن‌ها می‌پردازد و نگرش سوم بر جنبه آمریکایی شدن تولیدات فرهنگی رسانه‌های جهانی توجه دارد (تاملینسون، ۱۹۹۱: ۳۴). رویکرد اقتصادسیاسی با اساس قرار دادن این نکته که به دلیل گران بودن و عدم امکان دسترسی عموم مردم به مالکیت رسانه‌های اصلی، آن‌ها توسط نهادهای خصوصی و دولتی اداره می‌شوند و از سوی دیگر با پذیرش زیربنا بودن اقتصاد، توجه ما را به سمت تحلیل تجربی ساختار مالکیت رسانه‌ها و عملکرد نیروهای بازار سوق می‌دهد. پیامد این دیدگاه در کاهش منابع رسانه‌های مستقل، تمرکز در بازارهای بزرگ، حذف صداها، فاقد قدرت یا منافع اقتصادی، اجتناب از خطر کردن، غفلت از بخش‌های کوچک‌تر و مخاطبان بالقوه است. (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۹۹). با تمرکز بر متن رسانه‌ای و در نظر گرفتن تملک بازار و دولت‌ها بر رسانه‌ها «تفوق هژمونیک» به‌عنوان یکی از پیامدهای این نظریه طرح می‌گردد. آلتوسر معتقد بود دولت نه تنها از طریق نهاد سرکوبگر پلیس و ارتش بلکه از طریق ایدئولوژی نیز که در نهادهای دولتی جا گرفته است عمل می‌کند. به‌زعم او، این نهادها شامل محیط‌های عمومی و خصوصی، از جمله نهاد آموزش، خانواده، اتحادیه‌های تجاری و مذهب و رسانه‌های جمعی می‌باشند. از نظر وی کارکرد ایدئولوژی، تبدیل افراد به سوژه‌هایی منطبق با وضعیت‌های ارائه‌شده به‌وسیله ساختارهای حاکم است. اگرچه ایدئولوژی دربردارنده تصاویر ذهنی توصیف‌شده است، اما از طریق ذهن خودآگاه عمل نمی‌کند، بلکه ناخودآگاه در رابطه با جهانی مشتمل بر کردارهای اجتماعی نظیر اعمال مذهبی، میتینگ‌های سیاسی و سایر حوزه‌ها عمل می‌نماید (نش، ۱۳۸۸: ۲۷). برای تحلیل هژمونی رسانه‌های اصلی، مفهوم «بازنمایی» در اعمال قدرت در جامعه مرکزیت پیدا می‌کند. بازنمایی؛ تولید معنا در چهارچوب گفتمانی و مفهومی خاص است که هم از طریق زبان و فرهنگ و هم از طریق ارتباط بین معانی و فرایندهای تصمیم‌گیری سیاسی انجام می‌گیرد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۶). برای همین است که اندیشمندان حوزه‌ی فرهنگی به اهمیت سیاسی ساخت هویت‌های طبقاتی، نژادی، قومی و جنسی از طریق گسترش بازنمایی‌ها پی برده‌اند و سیاست و قدرت امروز را متأثر از شیوه‌ی تولید دانش و معرفت می‌دانند (تاجیک، ۱۳۹۰: ۵۰). مخاطبان در رویکرد مذکور، توده‌های مصرف‌کننده و منفعل هستند و توانایی این امر وجود دارد که نیازهای سطحی آن‌ها برآورده شود و یا توجه آن‌ها از مسائل اصلی منحرف گردد (مک کوایل،

۱۳۸۵: ۶۶). این مسئله در کنار گفتمان نفولیب‌رالی حاکم بر بازار عاملی است تا جهت‌گیری رسانه‌ها به سمت سطح جامعه و جذب مخاطبان باشد و کمتر به گروه‌های اجتماعی خاص توجه نمایند (تامپسون^۱، ۱۹۹۵: ۱۲۲). از سوی دیگر در سطح مالکیت تحلیل اندیشمندان معتقد به این نگاه آن است که تمرکزگرایی در حال وقوع می‌باشد و تنها چند شرکت به صورت افقی و هم به صورت عمودی، بر صنعت رسانه حاکم شده‌اند (باگدیکیان^۲، ۲۰۰۴: ۲۷). از این رو است که آن‌ها با اصل قرار دادن نظریه وابستگی، آن را بیان‌کننده رویه‌ای تعریف می‌کند که یک ملت، تحت کنترل احتمالی و غیررسمی توسط اهداف خارجی قرار می‌گیرد (گورویچ^۳ و دیگران، ۲۰۰۵: ۱۷۳) که بیشتر به جهان سرمایه‌داری بازمی‌گردد و تحت تسلط ابعاد سیاسی، نظامی و صنعتی آمریکا قرار دارد (بویدبارت^۴، ۲۰۱۰: ۱۴۰). بنابراین رسانه‌ها در این رویکرد، عاملی برای یکسان‌سازی و امتزاج فرهنگ‌ها درون یک فرهنگ جهانی تعریف می‌شوند که با از بین بردن سنت‌های فرهنگی و ایجاد سبک‌های جدید زندگی بر اساس شیوه‌ها و نمادهای فرهنگی استاندارد شده، فرهنگ‌های محلی را به سمت یک فرهنگ جهانی (غربی) سوق می‌دهند که اصطلاحاً به این رویه امپریالیسم فرهنگی گفته می‌شود. (اورپوردان^۵، ۲۰۰۱: ۳۴)

در برابر دیدگاه امپریالیسم رسانه‌ای و فرهنگی که در بالا بدان اشاره شد، دو رویکرد در نظریه‌های مرتبط با رسانه‌های اصلی وجود دارد. نگرشی که با اصل قرار دادن دیدگاه مکتب فرهنگی و افرادی همچون هال (تایتینگل و راس، ۱۳۹۱: ۱۸۶-۱۸۷)، به فعال بودن مخاطبان در برداشت از رسانه‌ها بر اساس پیمایش‌هایی در سطح جهانی اشاره می‌کند و قائل به این موضوع است که اگرچه رسانه‌ها می‌توانند از لحاظ اقتصادی و سیاسی دارای جهت‌گیری‌های هژمونیک باشند، اما در سطح مخاطبان نمی‌توان همگونی برداشت‌ها و به تبع آن تجانس فرهنگی را انتظار داشت (کاتز^۶ و لیبز^۷، ۲۰۱۰: ۳۷۱-۳۸۱). موضع دوم به ظهور صنایع و اتحادیه‌های رسانه‌ای و

1. Thompson
2. Bagdikian
3. Gurevitch
4. Boyd
5. O'Riordan
6. Katz
7. Liebes

خبری متعدد و خارج از جریان غالب در ارتباطات بین‌الملل همچون در برزیل و هند اشاره دارد که خواستار تجدیدنظر در جریان حاکم بر رسانه‌های بین‌المللی می‌باشند. (توسو^۱، ۲۰۱۰: ۲۵۵)

۲-۲ رسانه‌های جایگزین

در مورد مفهوم جایگزینی می‌توان دو نوع رویکرد را مورد بحث قرار داد. در رویکرد اول جایگزین بودن به معنای موضع انتقادی و رادیکالی در مقابل رسانه‌های اصلی است و متأثر از نگاه مارکسیستی می‌باشد. پیش‌فرض این نوع دیدگاه، نظرات آدورنو است که با تعریف مفهوم صنعت فرهنگ، آن را بر گروه‌های اجتماعی متضاد، مسلط می‌داند (آتون^۲، ۲۰۰۲: ۸). در این نگاه «رادیکال بودن» با توجه به «بازنمایی معنا» که هم دارای کاربست سلطه‌گرایانه و هم بعدی مقاومتی است مورد توجه قرار گرفته است. لاکلائو و موفه^۳ در راستای این نگاه معتقدند که بلوک‌های هژمونیک و ضد هژمونیک از طریق ائتلاف‌های موقت، استراتژیک و دامنه‌ای از سوژه‌های برساخته گفتمانی و گروه‌های ذی‌نفع به وجود می‌آیند. آن‌ها بر این باور هستند که امر اجتماعی به‌مثابه ابژه درک نمی‌شود، بلکه به‌مثابه میدان کشمکش توصیفات چندگانه‌ای از خویشتن و دیگران دانسته می‌شود که برای سلطه باهم در رقابت‌اند (بارکر، ۱۳۹۱: ۱۵۵). با توجه به شکل‌گیری بلوک‌های بیان شده داوینینگ^۴ معتقد است که رسانه‌های رادیکال می‌توانند قرائت‌های جایگزین و چالشی برای سیاست‌ها، اولویت‌ها و رویکردهای هژمونی موجود در رسانه‌های اصلی ایجاد کنند (داوینینگ، ۲۰۱۰: ۲۹۵). خواه خط این چالش و جایگزینی آشکار باشد و خواه با تغییر نقش‌ها، اعمال روزمره، علامت‌ها و نشانه‌ها مخالفت خود را بر ضد سبک ساختاری و هژمونی رسانه‌های غالب نشان دهند. (آتون، ۲۰۰۲: ۱۹)

در معنای اول، «رسانه‌های مدنی» عنوان دیگری است که برای رسانه‌های جایگزین به کار می‌رود. بر اساس دیدگاه تامپسون رسانه‌های جایگزین از لحاظ قانونی نهادهای خصوصی غیردولتی محسوب می‌شوند و از نظر حقوقی و عمل‌ورزی از سازمان‌های اقتصادی بخش خصوصی که

1. Thussu
2. Atton
3. Laclau & Muffa
4. Downing

جهت‌گیری آن به سمت تحقق منفعت است، متمایزند، از این رو می‌توان بیان داشت این‌گونه از وسایل ارتباطی جزئی از جامعه مدنی هستند (تامپسون، ۱۳۸۰: ۱۵۱). جامعه مدنی بر اساس رویکرد گرامشی، فضایی است که هم دولت برای حفظ قدرت به استیلای مفاهیم خود در آن می‌پردازد و هم افراد با پیوستن به گروه‌ها و نهادهای اجتماعی توان مقابله با آن را دارند. او معتقد است مبارزه برای قدرت نه در دولت، بلکه در جامعه مدنی و یا علیه جامعه مدنی رخ می‌دهد (کروتیو^۱ و هوبنز، ۲۰۰۳: ۱۶۶). نقش رسانه‌های جایگزین در این دیدگاه آن است که با فراهم آوردن فضایی که نه در حاکمیت دولت است و نه به دنبال منافع بازار می‌باشد، زمینه مشارکت گروه‌های اجتماعی در جامعه مدنی را افزایش می‌دهند. سهم این تحول در نگاه برخی تحلیل‌گران چنان بالاست که معتقدند رسانه‌های جدید عاملی برای مشارکت مستقیم در عرصه جامعه از سطح پایین به بالا است (کوهن^۲ و آراتو، ۱۹۹۷: ۷۱). از سوی دیگر می‌توان گفت ارتباطات جدید فرصتی برای مشارکت سیاسی و ارتباط افقی میان شهروندان می‌باشد. در واقع دسترسی مستقیم و هم‌زمان به اطلاعات و تسهیل انتشار و اصلاح آن‌ها، امکاناتی برای تعامل و مباحثه در عرصه‌ای خودمختار عرضه می‌دارد که از کنترل نهادهای رسمی خارج است. از این رو شهروندان می‌توانند منظومه‌هایی از برساخ‌های سیاسی مختص به خود را شکل دهند که از ساختار سیاسی مستقر پیشی بگیرند و بدین‌سان در عرصه سیاسی انعطاف و انطباق‌پذیری ایجاد کنند. (کستلز، ۱۳۸۰: ۴۱۸)

رویکرد دوم؛ جایگزین بودن را به‌عنوان شیوه‌ای جدید از تعامل رسانه‌ها و مخاطبان می‌داند. دنیس مک کوایل با تأکید بر این دیدگاه، این نوع رسانه‌ها را نمونه‌ای از ابزارهای پلورال دموکراتیک می‌داند. وی می‌گوید: «ما در مورد یک نوع از ارتباطاتی صحبت می‌کنیم که یک‌قدم از رسانه‌های موجود جلوتر هستند، مردم در این زمان از رسانه‌های کوچک استفاده می‌کنند و باهم تعامل دارند». در نظر او ما می‌توانیم یک نوع از مشارکت دموکراسی را بیابیم که رسانه‌ها برای تعامل و ارتباطات در محیط‌های خرد اجتماعی - گروه‌ها و خرده‌فرهنگ‌ها - از الگوهای افقی تعاملی استفاده می‌کنند (آتون، ۲۰۰۲: ۸). «تعاملی بودن» در این رویکرد، یک انتقال پارادایمی از قدرت

1. Croteau

2. Cohen

فرستندگان به قدرت مخاطب است. در مدل‌های مختلف ارتباطی نوع اول، بر قدرت فرستنده تأکید می‌شد، در حالی که در رسانه‌های جدید تأکید بر مخاطب است (بوخر، ۲۰۰۵). با در نظر گرفتن دسته‌بندی اجتماعات به جغرافیایی^۱ (مکان محور)، فرهنگی - هویتی^۲ (خرده فرهنگ‌ها و مذهبی) و گفتمانی (هدف محور)^۳ (تراسی؛ ۲۰۰۹: ۱۴۳-۱۴۴) یکی از تأثیرات وسایل ارتباطی تعاملی به‌عنوان رسانه‌های اجتماعی، آن است که با افزایش توانایی، تسهیل دسترسی و مشارکت اعضای یک جامعه، توانایی تشکیل و دیده شدن اجتماعات جدید (اجتماعات فکری و فرهنگی) را ایجاد می‌نمایند (بایلی و دیگران، ۲۰۱۰: ۱۵). صورت‌بندی دیگر در رویکرد دوم، بر نقش «تشریک‌مسابی و شبکه ارتباطی» رسانه‌های جایگزین اصرار دارد. رودریگز^۴ با تعریف رسانه‌های شهروندی به جای رسانه‌های جایگزین، سعی می‌کند تا برداشت «در تقابل بودن» رسانه‌های جایگزین با رسانه‌های غالب و یا نقش مقاومتی آن‌ها در جامعه مدنی را با مفاهیم جدیدی جایجا نماید. اصطلاح شهروندی رودریگز متأثر از بازتعریف آن توسط موفه^۵ در ادبیات لیبرال دموکراسی است که بیشتر به تعریف جایگاه رسمی و قانونی افراد توسط دولت اشاره دارد. وی معتقد است مسائل سیاسی فراتر از حالت رسمی، شامل تمام کنش‌های فرهنگی و اجتماعی همچون کنش‌های خانوادگی، روابط با همسایگان و سایر پیوندهای اجتماعی افراد است که روزانه با آن درگیر هستند. بر اساس این نگاه، رسانه‌های شهروندی ابزارهایی هستند که مردم می‌توانند از طریق آن‌ها با استفاده از ارزش‌های زیبایی‌شناختی و ادبیات مخصوص خود با جهان ارتباط داشته باشند (رودریگز^۶، ۲۰۰۸: ۴۹۳-۴۹۴). مرزهای قومی، گروهی و اجتماعی در این شبکه‌ها از بین رفته است و افراد از انواع مختلف جنبش‌ها و جریان‌ها در آن‌ها مشارکت دارند. ارتباطات در این شبکه‌های ناهم‌جنس، چند سویه و چندگانه است، بنابراین اعضا و هویت آن‌ها همیشه در حال تغییر و تحول هستند (بایلی^۷ و

1. Geographical Community
2. Identity Community
3. Community of interest
4. Tracy
5. Clemencia Rodriguez
6. Chantal Muffe
7. Rodriguez
8. Bailey

دیگران، ۲۰۱۰: ۲۵-۳۰). با تمایز بین فعالیت اجتماعی از طریق رسانه‌های جدید و در آن‌ها، مراکز شبکه‌ای رسانه‌های مستقل و رسانه‌های جایگزین مرتبط با آن‌ها، به‌عنوان ابزارهای جدید مقاومت فرهنگی و فعالیت‌های ارتباطی دموکراتیک، توانایی پوشش تمام مسائل محلی، ملی، منطقه‌ای و جهانی را دارا هستند و باعث به وجود آمدن فضای عمومی جدیدی در سطح جهانی شده‌اند (موریس و لانگمن، ۲۰۰۵: ۱۰). از این رو بسیاری از شهروندان در نظم کنونی جهان برای خود هیچ هویت ملی قائل نیستند بلکه به‌گونه‌ای روزافزون به‌عنوان یک شهروند جهانی عمل می‌کنند. شاهد تحولی عمیق در سیاست جهان هستیم که شهروندان قادرند در سراسر جهان بر سر مسائلی با یکدیگر به بحث پرداخته و تشریک‌مساعی داشته باشند. (ویلکن، ۱۳۸۱: ۱۳۹). با توجه به مطالب بیان‌شده در حوزه رسانه‌های جدید و اصلی و تطابق برخی ویژگی‌های آن‌ها با شبکه‌های ماهواره‌ای در دو سطح داخلی و بین‌المللی، مؤلفه‌های منطبق با آن‌ها را می‌توان به شکل زیر صورت‌بندی نمود:

۱. شبکه‌های ماهواره‌ای به دلیل آنکه فرصت‌های فراملی برای کمپانی‌های بزرگ و مسلط بر بازار رسانه‌ای جهت انتقال محتوا ایجاد می‌کنند، از یک سو باعث غالبیت گفتمان‌های خاص فرهنگی می‌شوند و عامل یکسان‌سازی فرهنگی و از بین بردن فرهنگ‌های محلی می‌باشند و از طرف دیگر همین ویژگی شبکه‌های ماهواره‌ای می‌تواند فرصتی برای تعامل بیشتر فرهنگی و رسانه‌ای و ایجاد کالاهای رسانه‌ای مشترک گردد که پیامد آن امتزاج ارزش‌ها و سنت‌های اجتماعات مختلف است.

۲. از آنجاکه رسانه‌ها محملی برای انتقال ارزش‌ها، نمادها و گفتمان‌ها هستند و با توجه به مسلط بودن جریان غالب بین‌المللی، می‌توان انتظار داشت استیلا، هژمونی و وابستگی فرهنگی در راستای اهداف کشورهای مسلط بر بازار داخلی کشورهای هدف اتفاق بیفتد. در مقابل همین ویژگی باعث می‌شود کشورهای توسعه‌نیافته و مصرف‌کننده، با ایجاد بلوک‌های رسانه‌ای در مقابل جریان غالب رسانه‌ای بین‌المللی مقاومت کنند. در سطح ملی این رسانه، با تقویت گفتمان‌های خاص و حوزه‌های عمومی جایگزین، امکان ایجاد مقاومت در تقابل با گفتمان مسلط فرهنگی داخلی را فراهم می‌آورد.

۳. شبکه‌های ماهواره‌ای باعث می‌شوند که اجتماعات تقویت و صدای گروه‌های مغفول در جامعه

پیرنگ گردد. این گروه‌ها با راه‌اندازی شبکه‌های ماهواره‌ای با اجتماعاتی که دارای اهداف مشترک هستند ارتباط برقرار می‌کنند و اقلیت‌ها را فعال می‌سازند. همین امر باعث می‌شود مخاطب از حالت انفعال و توده‌ای در انتخاب و مصرف رسانه‌ای خارج شود و گروه‌های اجتماعی در تولید و مصرف رسانه تقویت گردند. از سوی دیگر با توجه به غالبیت یک فرهنگ خاص در تولیدات شبکه‌های ماهواره‌ای، می‌توان انتظار داشت که با جامعه توده‌ای در سطح جهانی مواجه گردیم.

۳. روش پژوهش

این مقاله در مقام توصیف ذهنیت سیاست‌گذاران در سطح مسئله‌شناسی شبکه‌های ماهواره‌ای می‌باشد. از این رو از پارادایم دوم (تفسیرگرایی) یا سنت روش‌های کیفی به‌عنوان یک گرایش در روش‌های تحقیق اجتماعی استفاده می‌کند که بیشتر به جنبه‌های ذهنی و روایتی می‌پردازد.

تکنیک جمع‌آوری داده‌ها اسنادی می‌باشد و پژوهشگر بر اساس آن مجموعه‌های اطلاعاتی را با سؤال و متغیرهای پژوهشی مدنظرش می‌کاود و سپس آن‌ها را به‌منظور پاسخگویی به سؤال‌های پژوهش خود با روش‌های جدیدی ترکیب و تحلیل می‌کند (نیومن، ۱۳۹۰: ۱۹۵). تکنیک تحلیل داده‌ها؛ تحلیل محتوای کیفی است بدین صورت که واحد تحلیل یعنی گزاره‌ها، پس از جمع‌آوری با شکسته شدن به قسمت‌های مختلف به «کلید گزاره»‌هایی تبدیل می‌شوند و نقش کدگذاری^۱ را ایفا می‌کند. این استخراج می‌تواند بر مضمون خاصی متمرکز باشد و یا می‌تواند بدون تمرکز بر مضمون خاصی، صرفاً پاسخ «چه می‌گوید» یا اصطلاحاً «جان کلام»^۲، «نیت»^۳، «نکته»^۴، «مفهوم فحوایی یا ضمنی»^۵ و «سایه مفهوم»^۶ را جست‌وجو کند. کلیدگزاره‌ها به کمک روشی به نام «کدگذاری معکوس» به کدهایی تبدیل می‌شوند که بیانگر دسته‌بندی گزاره‌ها هستند. پس از دسته‌بندی، با توصیف تمامی سطرهای جدول فشرده آخر، سطر اول آن با جزئیات بیشتر، از جدول فشرده ماقبل آخر دنبال می‌شود و پس از تحلیل هر سطر، تمام یا قسمتی یا گزیده‌ای از

-
1. Coding Units
 2. Gist
 3. Intent
 4. Point
 5. Implication
 6. Shade of Meaning

گزاره‌های دسته‌بندی‌شده، به‌عنوان شاهد نتایج ارائه و تحلیل و تفسیرهای ذهنی محقق که از قیود تحقیقات پوزیتویستی رها و در چهارچوب روش‌های تفسیر داده‌های تحقیقات کیفی انجام می‌شود، مطرح می‌گردد. (محسنیان‌راد، ۱۳۹۰: ۱۵۴-۱۵۵)

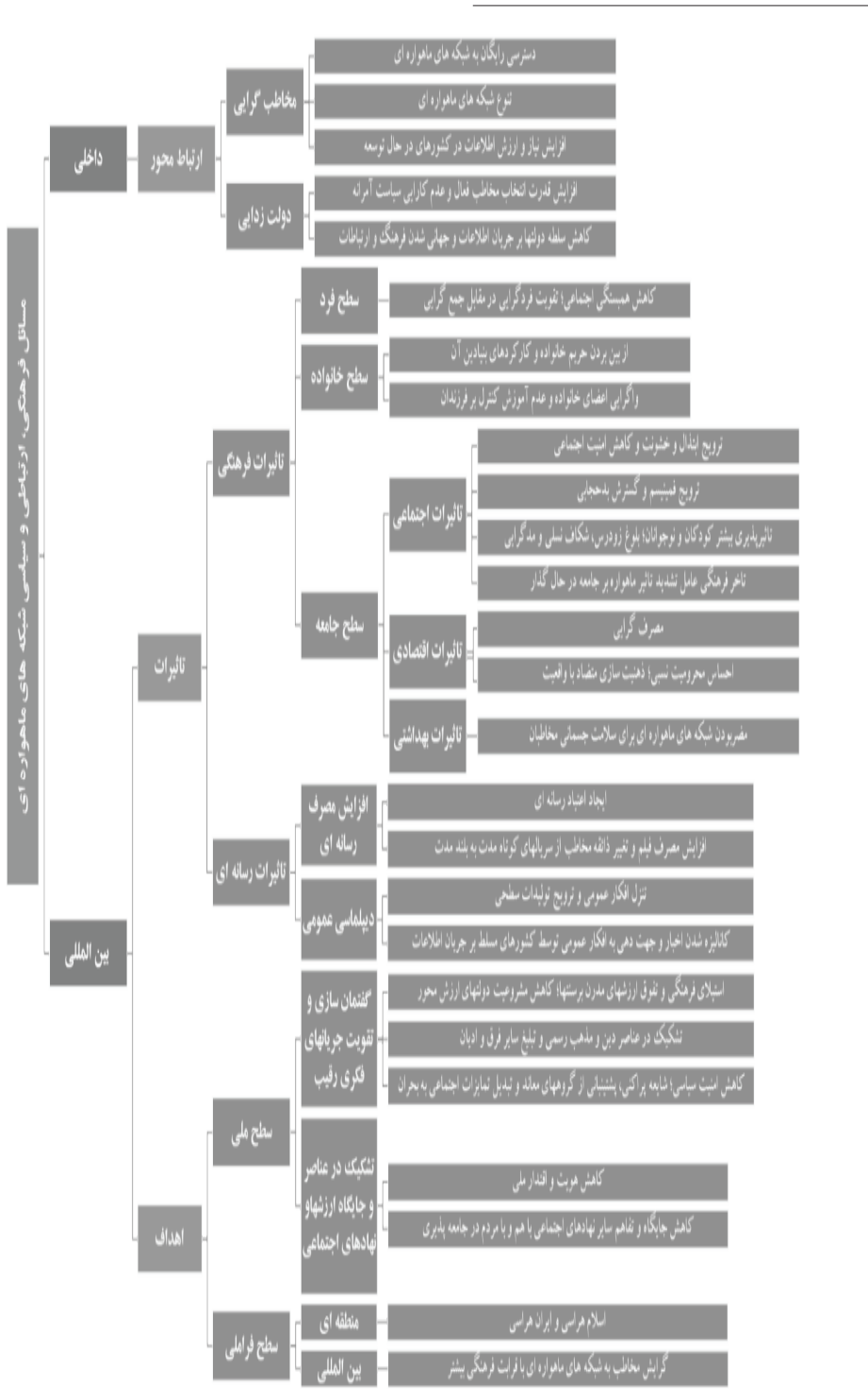
۴. جامعه آماری

نگارنده با بررسی منابع با این استدلال که روزنامه‌ها و مجلات تنها منابعی هستند که از ابتدای ورود ماهواره به ثبت نگاه صاحب‌نظران می‌پرداختند آن‌ها را مورد توجه قرار داده است. از این رو با استخراج داده‌های برآمده از ۶۰ روزنامه و ۶ مجله^۱ دیدگاه‌های کارشناسان و افرادی که در موضوع پدیده دریافت خانگی شبکه‌های ماهواره‌ای اظهار نظر کرده‌اند را احصا نموده و شاخصه‌ها و معیارها را با استفاده از نرم‌افزار آم‌آرپی به جداول تحلیل کیفی تبدیل و بر اساس ادبیات مسئله‌شناسی در سیاست‌گذاری به تجزیه و تحلیل آن‌ها پرداخته است.

۵. یافته‌های پژوهش

مسائل فرهنگی، ارتباطی و سیاسی دریافت خانگی شبکه‌های ماهواره‌ای بر اساس مباحث نظری در دو سطح داخلی و بین‌المللی صورت‌بندی شده‌اند که در نمودار ذیل قابل مشاهده می‌باشند.

۱. شامل؛ روزنامه آرمان، ۲- روزنامه آزاد، ۳- روزنامه آسمان، ۴- روزنامه آفتاب یزد، ۵- روزنامه آفرینش، ۶- روزنامه ابتکار، ۷- روزنامه ابرار، ۸- روزنامه اسرار، ۹- روزنامه اطلاعات، ۱۰- روزنامه اعتدال، ۱۱- روزنامه اعتماد، ۱۲- روزنامه اعتمادملی، ۱۳- روزنامه امید جوان، ۱۴- روزنامه اندیشه نو، ۱۵- روزنامه ایران، ۱۶- روزنامه بامداد جنوب، ۱۷- روزنامه بانای فیلم، ۱۸- روزنامه بهار، ۱۹- روزنامه پرتو سخن، ۲۰- روزنامه پول، ۲۱- روزنامه پیام آزادی، ۲۲- روزنامه پیام زمان، ۲۳- روزنامه تابناک، ۲۴- روزنامه توسعه، ۲۵- روزنامه تهران امروز، ۲۶- روزنامه جام جم، ۲۷- روزنامه جمهوری اسلامی، ۲۸- روزنامه جوان، ۲۹- روزنامه جهان اقتصاد، ۳۰- روزنامه حزب‌الله، ۳۱- روزنامه حمایت، ۳۲- روزنامه حیات نو، ۳۳- روزنامه خیر، ۳۴- روزنامه خراسان، ۳۵- روزنامه خورشید، ۳۶- روزنامه راه مردم، ۳۷- روزنامه رسالت، ۳۸- روزنامه روزان، ۳۹- روزنامه روزگار، ۴۰- روزنامه ستاره صبح، ۴۱- روزنامه سیاست روز، ۴۲- روزنامه شرق، ۴۳- روزنامه شما، ۴۴- روزنامه شهروند، ۴۵- روزنامه صدای عدالت، ۴۶- روزنامه طبرستان سبز، ۴۷- روزنامه عصر ایرانیان، ۴۸- روزنامه فرهنگ آشتی، ۴۹- روزنامه قانون، ۵۰- روزنامه قدس، ۵۱- روزنامه کارگزاران، ۵۲- روزنامه کائنات، ۵۳- روزنامه کیهان، ۵۴- روزنامه مردم‌سالاری، ۵۵- روزنامه ملت ما، ۵۶- روزنامه نسل فردا، ۵۷- روزنامه وطن امروز، ۵۸- روزنامه همبستگی، ۵۹- روزنامه همشهری، ۶۰- روزنامه یالثارات الحسین (ع)، ۶۱- مجله اسوه، ۶۲- مجله به‌سوی فردا، ۶۳- مجله پنجره، ۶۴- مجله سروش، ۶۵- مجله صدا، ۶۶- مجله گزارش فیلم.



۵-۱. مسائل داخلی دریافت خانگی شبکه‌های ماهواره‌ای

آنچه از نظر صاحب‌نظران در سطح داخلی در زمینه تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای مورد تأکید واقع می‌شود در حوزه ارتباطات قابل تعریف می‌باشند. این موضوع به مخاطب‌گرایی و دولت‌زدایی قابل تقسیم‌بندی است.

۵-۱-۱. سوژه و مخاطب‌گرایی

صاحب‌نظران بر این باورند که دریافت خانگی شبکه‌های ماهواره‌ای باعث برجسته شدن مخاطب‌گرایی در مصرف می‌شود. زمینه اجتماعی و زیرساختی مؤلفه موردنظر عبارت‌اند از: (۱) از لحاظ تکنولوژیکی، رسانه‌های جدید خلاف گونه پیشین آن، محدودیت‌های پخش در مقیاس خاص را ندارند و همین موضوع گستره نفوذ آن‌ها را از ملی به فراملی افزایش داده و از این رو دسترسی مخاطبان را تسهیل نموده است.^۱ از سوی دیگر به دلیل علم‌بنیاد^۲ بودن پیشرفت‌گرایی و خلأ آن در جهان سوم^۳، افزایش سواد عمومی و سطح تحصیلات^۴ و ایدئال‌سازی توسعه‌گرایی^۵ در اندیشه اجتماعی ایرانیان که مسبوق به زمان مشروطه تاکنون است، نیاز به اطلاعات با سویه غربی را افزایش داده است. علاوه بر آن تربیت نسل جدید در نظام آموزشی برآمده از فرهنگ غالب جهانی، زبان مشترکی بین آن‌ها با رسانه مذکور از لحاظ اندیشه‌ای و هنجاری ایجاد کرده است.^۶ نیاز به اطلاعات و مفاهیم متقابل نسل جدید با رسانه‌ها^۷، این مؤلفه (اطلاعات) را به یکی از وجوه تمایزبخش^۸، برهم زننده و ایجادکننده طبقات جدید اجتماعی^۹ و قدرت دهنده در مقیاس

۱. علی‌اکبر قاضی‌زاده، استاد ارتباطات، روزنامه جام جم، ۸۲۰۲۱۶

2. Science

۳. حمیدرضا شکوهی، روزنامه‌نگار، روزنامه مردم‌سالاری، ۹۰۰۷۲۴

۴. حمیدرضا رسولی، روزنامه‌نگار، روزنامه جوان، ۸۶۰۶۱۵

۵. علی زمانی، روزنامه‌نگار، روزنامه آرمان، ۸۹۱۲۱۱ و حمیدرضا شکوهی، روزنامه‌نگار، روزنامه مردم‌سالاری، ۹۰۰۷۲۴

۶. مرتضی طلائی، عضو شورای شهر تهران، روزنامه آرمان، ۹۰۰۵۱۲

۷. زهره کردان، روزنامه‌نگار، روزنامه اطلاعات، ۸۵۰۶۰۲

۸. روزنامه‌نگار، روزنامه آسمان، ۹۱۰۵۱۴

۹. روزنامه‌نگار، روزنامه رسالت، ۹۰۰۴۲۲

جهانی^۱ تبدیل کرده است. ۲) تنوع و تکثر ناشی از خصلت ذاتی انسانی^۲، وجود خرده فرهنگ‌ها و گروه‌های اجتماعی مختلف در ایران، افزایش سواد رسانه‌ای و تبدیل شدن مخاطب توده به کاربران خاص^۳، رسانه‌ای شدن حوزه‌ی سرگرمی به دلیل جدا شدن اوقات فراغت از زمان اشتغال^۴، کاهش کارایی گزینه‌های سنتی در گذراندن اوقات فراغت، گران بودن مصارف فرهنگی دیگر در ایران^۵، به رسمیت شناخته شدن حق دانستن در حقوق و سیاست^۶، چندگانه، ترکیبی و متغیر شدن هویت‌های مدرن^۷، «اطلاعات» و «نیازهای فرهنگی» را به یک نیاز مسلم و حقوق شهروندی تبدیل نموده است. در کنار موارد بیان شده، سرد بودن تصاویر تلویزیون ماهواره‌ای و نیاز درگیر شدن کاربر^۸ و افزایش حوزه اختیار و انتخاب^۹ او باعث پررنگ شدن مخاطب‌گرایی در مصرف شبکه‌های ماهواره‌ای شده است.

۵-۱-۲ دولت‌زدایی

علاوه بر افزایش بازیگران غیررسمی و کاهش سلطه دولت‌ها بر جریان اطلاعات به دلیل جهانی شدن فرهنگ و ارتباطات که مسئله‌ای بین‌المللی می‌باشد^{۱۰}، در کشور ایران زمینه‌های اجتماعی دیگری نیز در دولت‌زدایی تأثیرگذار هستند. ایرانیان به دلیل هویت تاریخی امپراتوری و تمدنی، جهان خود را سرزمینی تعریف نمی‌کنند^{۱۱} و همین روحیه جهان‌گرایانه، امکان پذیرش و سازگاری با تحولات بین‌المللی را در جامعه مضاعف کرده است^{۱۲}. سیاست تمرکز بر خوانش

۱. روزنامه‌نگار، روزنامه همشهری، ۷۱۰۹۲۵ و حمیدرضا شکوهی، روزنامه‌نگار، روزنامه مردم‌سالاری، ۹۰۰۷۲۴
۲. غیوری، جامعه‌شناس، روزنامه نسل فردا، ۹۳۰۲۱۱
۳. فردین علیخواه، جامعه‌شناس، روزنامه اعتماد، ۸۷۰۱۲۰
۴. حسین باهر، رفتارشناس و آسیب‌شناس اجتماعی، روزنامه عصر ایرانیان، ۹۳۰۲۰۹
۵. خسرو معصومی، کارگردان، روزنامه شهروند، ۹۲۰۹۱۷
۶. علی نظری، نماینده مجلس، روزنامه همبستگی، ۸۰۰۸۰۶
۷. شهلا باقری، عضو هیئت‌علمی تربیت‌معلم و رئیس سابق کمیسیون خانواده و اشتغال زنان شورای عالی انقلاب فرهنگی، روزنامه کائنات، ۹۰۰۳۳۱
۸. هادی خانیکی، استاد ارتباطات، روزنامه شرق، ۹۰۰۶۰۵
۹. محمدمهدی فرقانی، استاد ارتباطات، روزنامه آرمان، ۹۱۰۲۱۳
۱۰. مهران ثنایی، روزنامه‌نگار، روزنامه فرهنگ آشتی، ۸۷۱۲۱۳
۱۱. تقی آزاد ارمکی، جامعه‌شناس، روزنامه شرق، ۹۲۰۹۲۸
۱۲. محمدرضا رسولی، روزنامه‌نگار، روزنامه جام جم، ۸۶۰۶۱۵

پدیده‌های محیطی با مرکزیت نگاه سرزمینی و عدم توجه به این موضوع عاملی است تا شهروند ایرانی علاوه بر آن که با خلأ عنصر هویتی مواجه شود برای نگاه جهانی نسبت به فضای پیرامونی خود آمادگی پیدا نکند^۱. از سوی دیگر منطقه زدایی فرهنگی^۲ و حرکت رسانه‌ها به سمت مشارکت در تولیدات مشترک^۳، جریان فرهنگی و رسانه‌ای جهانی شکل داده و توانسته میدان‌های مجازی فرازمانی و مکانی^۴ ایجاد نماید. این تحول باعث می‌شود تا افراد هم‌زمان با دارا بودن فرهنگ محلی، عناصر هویتی فرامحلی پیدا نمایند^۵. آنچه این موضوع را به‌عنوان یک نیاز پشتیبانی می‌کند، کارکرد «تبادل» در پویایی و «پیشرفت فرهنگی» است^۶ که از لحاظ هویتی با ایجاد «دیگری»، نوعی خودآگاهی اجتماعی در افراد نسبت به فرهنگ معاصر و جهانی ایجاد می‌نماید^۷ و آن‌ها را برای تحرک آماده و به سمت تحول سوق می‌دهد.

نیاز به عناصر هویتی مذکور (تاریخی و جهانی) و وجود احساس هموندی مخاطب ایرانی با سایر شهروندان جهانی در دریافت داده‌ها و واکنش به آن‌ها^۸، باعث شکل‌گیری تضاد منافع فردی با سیاست‌های ملی‌گرایانه‌ی دولتی شده است.

۲-۵. مسائل بین‌المللی دریافت خانگی شبکه‌های ماهواره‌ای

در سطح بین‌المللی، نقش شبکه‌های ماهواره‌ای را می‌توان در دو حوزه اهداف و تأثیرات تقسیم‌بندی نمود. اهداف در دو سطح ملی و فراملی و تأثیرات به بخش‌های فرهنگی و رسانه‌ای دسته‌بندی می‌شوند.

۱. یحیی پور، دکترای علوم اجتماعی، روزنامه ایرار، ۸/۵/۸۱۰۵۰۸
۲. فردین علیخواه، جامعه‌شناس، روزنامه بهار، ۸۱۲۲۴
۳. مجید محمدی، روزنامه‌نگار، روزنامه همشهری، ۲۹/۵/۲۰۲۶
۴. فردین علیخواه، جامعه‌شناس، روزنامه آفتاب یزد، ۲۰۲۰۲۹۲
۵. روزنامه‌نگار، روزنامه صدای عدالت، ۹/۸/۸۰۰۸۰۹ و حسین باهر، رفتارشناس و آسیب‌شناس اجتماعی، روزنامه کیهان، ۸۱۲۱۹
۶. مریم عرفانیان، روزنامه‌نگار، روزنامه رسالت، ۲۵/۳/۹۳۰۳۲۵
۷. فردین علیخواه، جامعه‌شناس، روزنامه سروش، ۱۲/۵/۸۹۰۵۱۲
۸. علی‌اکبر قاضی‌زاده، استاد ارتباطات، روزنامه جام جم، ۱۶/۲/۸۲۰۲۱۶

۵-۲-۱. اهداف شبکه‌های ماهواره‌ای

الف) اهداف ملی

اهدافی که شبکه‌های ماهواره‌ای در سطح ملی در نگاه تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان دنبال می‌کنند، در دو حوزه «گفتمان‌سازی و تقویت جریان‌های فکری رقیب قرائت مرجح نظام سیاسی و اجتماعی» و «کمرنگ نمودن عناصر و جایگاه ارزش‌ها و نهادهای اجتماعی در داخل کشور» تعریف می‌شود.

۱. گفتمان‌سازی و تقویت جریان‌های فکری رقیب قرائت مرجح نظام ارزشی

با تغییر دکترین و منابع قدرت استعمار از امور فیزیکی همچون سرزمین و اقتدار نظامی به امور غیر فیزیکی همچون افکار و اذهان عمومی، تمرکز سیاست‌ها بر ابزار متناسب با آن سوق داده شد که وسایل ارتباطی یکی از آن‌ها به حساب می‌آیند.^۱ در این راستا ایجاد انحصار شرکت‌های فراملی رسانه‌ای و استیلای آن‌ها بر ایجاد گفتمان‌های غیربومی^۲، نبود ظرفیت لازم رسانه‌های داخلی و منفعل بودن عناصر فرهنگ محلی برای تقابل با آن‌ها، باعث به وجود آمدن توازن منفی در تبادلات میان فرهنگی شده است.^۳ با یک‌سویه شدن جریان مذکور و مقاومت نهادها و سمپاد ایستارهای بومی^۴، بین ارزش‌های مدرن (با منشأ غیربومی) و سنتی (با منشأ بومی) در کارایی برطرف کردن نیازهای جامعه تشکیک به وجود می‌آید.^۵ از سوی دیگر با ایدئال‌سازی انسان و فرهنگ غربی آمریکامحور^۶، مدل تغییر اجتماعی - به‌عنوان یک ضرورت مانایی حیات جامعه - که در شرایط فعلی با مدرن شدن ایران شدت یافته است، به شکل ناهم‌ساز با فرهنگ داخلی جهت‌دهی می‌گردد. از این‌رو است که از منظر راهبردی، ترغیب به جای تهدید از سوی کشورهای استعمارگر^۷ به‌عنوان اساس برنامه‌ریزی در راستای استیلاگری قرار گرفته و هدف‌گذاری شبکه‌های ماهواره‌ای از حوزه

۱. محمد قربانی، روزنامه رسالت، ۹۰۰۶۱۵

۲. مهران رضوی، روزنامه‌نگار، روزنامه کیهان، ۷۹۱۰۰۱

۳. مریم عرفانیان، روزنامه‌نگار، روزنامه رسالت، ۹۳۰۳۲۵

۴. طهورا مهدوی، روزنامه‌نگار، روزنامه رسالت، ۹۰۱۰۱۱

۵. موسوی مقدم، قائم‌مقام سازمان صداوسیما، روزنامه رسالت، ۹۱۰۴۱۹

۶. فردین علیخواه، جامعه‌شناس، روزنامه اعتماد، ۸۷۰۱۲۰ و حسن رحیمی، روزنامه‌نگار، روزنامه کیهان، ۷۳۰۵۱۵

۷. حسن خجسته، معاون برنامه‌ریزی و نظارت سازمان صداوسیما، روزنامه خبر، ۸۹۰۴۰۶

سیاست و اهداف کوتاه‌مدت به سمت سبک زندگی و چشم‌اندازهای بلندمدت و به عبارت دیگر از نخبگان به سمت فرهنگ عمومی تغییر پیدا کرده است.^۱ فرایند تحولی که برای اثرگذاری در پیش گرفته شده، آن است که با ایجاد تعدد شخصیت در افراد^۲ و بحران هویتی^۳، از ظاهر به باطن^۴ و یا در مدل دیگر با تغییر شناخت، نگرش و در نهایت رفتار، ساختارهای اجتماعی تغییر یابند. اتخاذ سیاست مذکور با ذائقه‌سازی و نیز مصرف کالاهای غیربومی با محوریت غرب^۵، جامعه را به سمت وابستگی فرهنگی سوق خواهد داد^۶ و از این باب زمینه قدرت‌سازی را برای مداخله‌گران خارجی ایجاد می‌نماید. اهداف کشورهای مسلط در نگاه صاحب‌نظران، یکسان‌سازی^۷، اقناع و یا در صورت عدم دستیابی کامل به مقاصد، کاهش مخالفت‌های ارزشی کشورهای حاشیه‌ای به خصوص حاکمیت‌های ارزش محوری همچون جمهوری اسلامی ایران^۸، در مواجهه با فرهنگ غالب جهانی به‌عنوان ابزار گسترش حوزه نفوذ آن‌ها می‌باشد.^۹

۱۶۵

در راستای اهداف مذکور کاهش «قدرت اجتماعی دین» به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر گفتمان‌ساز و مقاوم ایرانی، از جمله سیاست‌های اصلی شبکه‌های ماهواره‌ای، می‌باشد. این رسانه‌ها با تقدس‌زدایی و کاهش اعتبار دین^{۱۱}، ترویج «اسلام مسیحی» و پررنگ کردن گرایش‌هایی همچون «انجمن حجتیه» با خوانش فردی و غیراجتماعی از دین، «شرعیت‌زدایی» و معطوف کردن دین و مذهب به «سطح نگرشی و خُرد» بدون تأثیرات واقعی و عینی^{۱۲}، پررنگ کردن ضعف‌های نظام

۱. حسین باهر، رفتارشناس و آسیب‌شناس اجتماعی، روزنامه عصر ایرانیان، ۹۳۰۲۰۹ و جواد مصباحی، روزنامه‌نگار، قدس، ۸۱۱۰۱

۲. حسین باهر، رفتارشناس و آسیب‌شناس اجتماعی، روزنامه کیهان، ۸۱۲۱۹

۳. کاظم فجاوند، جامعه‌شناس، روزنامه ایران، ۸۹۱۰۰۹

۴. اسماعیل فیروزی، روزنامه‌نگار، روزنامه حمایت، ۸۴۰۱۲۱

۵. نعمت‌الله کرم‌الهی، جامعه‌شناس، روزنامه قدس، ۹۲۰۸۰۷

۶. موسوی مقدم، قائم‌مقام ریاست سازمان صداوسیما، روزنامه رسالت، ۹۱۰۴۳۱

۷. مجید ابهری، روانشناس و کارشناس علوم رفتاری، روزنامه قدس، ۹۱۰۹۲۳

۸. کاظم فجاوند، جامعه‌شناس، روزنامه ایران، ۸۹۱۰۰۹

۹. احمد صفایی، روزنامه‌نگار، روزنامه رسالت، ۶۹۱۰۰۸

۱۰. امان‌الله قرایی مقدم، جامعه‌شناس و آسیب‌شناس، روزنامه جام جم، ۹۰۰۷۱۸ و ناصر بهرامی راد، روزنامه‌نگار، روزنامه کیهان، ۷۳۰۶۰۲

۱۱. حیدر مصلحی، وزیر اطلاعات، روزنامه آرمان، ۸۹۰۷۰۳

۱۲. محمدرضا متانت، روزنامه‌نگار، روزنامه رسالت، ۹۰۰۵۱۶ و حیدر مصلحی، وزیر اطلاعات، روزنامه آرمان، ۸۹۰۷۰۳ و مجید ابهری، روانشناس و کارشناس علوم رفتاری، روزنامه تابناک، ۹۲۰۶۲۴ و محمد

دین محور جمهوری اسلامی و ایجاد احساس تغایر دین با پیشرفت^۱، تغییر ترکیب جمعیتی مذهبی و دینی و تنزل جایگاه تشیع به عنوان مذهب رسمی کشور^۲، ایجاد شبهه و خوانش های افراطی از تشیع و تسنن، همچون بهابیت، وهابیت و سلفی گری در شبکه های ماهواره ای و افزایش اختلاف و ایجاد بحران های دینی^۳، تنزل خوانش مرجع مذهب رسمی کشور با ترویج عرفان ها، ادیان و مذاهب التقاطی^۴، خرافه گرایی و آیین های جدید غیردینی همچون شیطان پرستی و انواع دیگر^۵ این دورنما را پیگیری می نمایند.

علاوه بر تغییر ارزش ها و گفتمان سازی فرهنگی، در حوزه سیاسی رسانه های مذکور به تقویت صداهای حاشیه ای و یا مخالف قرائت مرجع نظام هنجاری و سیاسی کشور در کوتاه مدت و تبدیل تمایزات اجتماعی به بحران های سیاسی در درازمدت می پردازند. در این راستا آن ها در چندلایه برای «مشروعیت زدایی» (تغییر رفتار جامعه با جعل خبر^۶، یکسان سازی و کانالیزه کردن مواجهه با اتفاقات و اخبار و ایجاد زمینه شایعه پراکنی^۷، تشدید جریان تروریستی و جدایی طلب^۸، تضعیف ارکان نظام^۹، مدیریت جنبش های اجتماعی^{۱۰}، تقویت جامعه مدنی و نفوذ در آن^{۱۱}، اپوزیسیون سازی در برابر قدرت رسمی مخصوصاً در کشورهای سیاسی بسته^{۱۲} و جهت دهی به آن (در موضع ضعف

قربانی، روزنامه رسالت، ۹۰۰۶۱۵

۱. موسوی مقدم، قائم مقام سازمان صداوسیما، روزنامه رسالت، ۹۱۰۴۱۹
۲. حیدر مصلحی، وزیر اطلاعات، روزنامه آرمان، ۸۹۰۷۰۳
۳. مجید ابهری، روانشناس و کارشناس علوم رفتاری، روزنامه تابناک، ۹۲۰۶۲۴ و مهدی تقوی، روزنامه نگار، روزنامه ایران، ۸۷۰۱۲۱
۴. حیدر مصلحی، وزیر اطلاعات، روزنامه آرمان، ۸۹۰۷۰۳
۵. جواد آرین منش، نایب رئیس کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی، روزنامه جام جم، ۹۰۰۷۱۸ و الهام صابری، روزنامه نگار، روزنامه حزب الله، ۸۹۰۳۰۸ و ابوالفضل جعفری نژاد، روزنامه نگار، روزنامه اسرار، ۸۹۰۳۰۴
۶. موسوی مقدم، قائم مقام ریاست سازمان صداوسیما، روزنامه رسالت، ۹۱۰۴۳۱
۷. غلامحسین بلندیان، معاون امنیتی انتظامی وزارت کشور، روزنامه کیهان، ۷۴۰۱۳۰
۸. روزنامه نگار، روزنامه رسالت، ۹۰۰۷۰۳
۹. مجید ابهری، روانشناس و کارشناس علوم رفتاری، روزنامه قدس، ۹۲۰۵۱۵
۱۰. جواد آرین منش، نایب رئیس کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی، روزنامه حیات نو، ۸۸۰۵۰۳
۱۱. روزنامه نگار، روزنامه جمهوری اسلامی، ۹۰۱۱۱۱ و محمد کرمی راد، عضو هیئت رئیسه کمیسیون امنیت ملی، روزنامه خبر، ۸۸۰۷۲۱
۱۲. فردین علیخواه، جامعه شناس، روزنامه اعتماد، ۸۷۰۱۲۰

قرار دادن طرفداران^۱، پررنگ نمودن جریان همسو با نظام غرب و غیرهمسو با نظام سیاسی^۲، برجسته کردن نگاه ایرانیان خارج از کشور به‌عنوان بدیل‌های دارای هم‌جواری فرهنگی بیشتر و پررنگ کردن نگاه انتقادی شهروندان^۳ به هم زدن تعادل اجتماعی با تأکید بر شکاف گروه‌های هنجارفرست و هنجارپذیر^۴ و تشدید گسل‌های اجتماعی مرتبط با همبستگی ملی^۵ به فعالیت می‌پردازند.

۲- تشکیک در جایگاه ارزش‌ها و نهادهای اجتماعی

«تشکیک در جایگاه ارزش‌ها و نهادهای اجتماعی» هدف دوم شبکه‌های ماهواره‌ای در سطح ملی است. با کاهش اعتبار و جایگاه نهادهای سنتی از طریق تعریف مرجعیت جدید اجتماعی از سوی شبکه‌های ماهواره‌ای و کاهش نقش و زبان مشترک آن‌ها (نهادهای سنتی) با نسل جدید^۶، شکاف بین نهادهای رسمی و غیررسمی افزایش یافته^۷ و توازن و تعامل نهادهای اجتماعی در جامعه‌پذیری کودکان و تربیت نسل آینده‌ی جامعه کاهش پیدا کرده است^۸. شبکه‌های ماهواره‌ای، به دلیل نقش جایگزینی برای فرایند اجتماعی شدن با اندیشه‌ها و اهداف غیربومی، وابستگی شهروندان و به‌خصوص جوانان به هویت ملی را در درازمدت تنزل داده و نسل جدید را به‌عنوان موتور محرکه پیشرفت جامعه از جریان اقدام و تلاش متعهدانه نسبت به آینده کشور خارج می‌نمایند^۹.

ب) اهداف شبکه‌های ماهواره‌ای در سطح فراملی

اهداف شبکه‌های ماهواره‌ای در سطح فراملی از دو مسیر هم‌جواری فرهنگی و سیاست ترس پیگیری می‌شود که در ادامه بدان اشاره می‌گردد.

۱. احمد خاتمی، عضو مجلس خبرگان رهبری، روزنامه ابتکار، ۹۰۰۳۲۸
۲. روزنامه‌نگار، روزنامه تابناک، ۹۲۰۵۰۶
۳. فرهاد مهدوی روزنامه‌نگار، روزنامه کیهان، ۹۰۰۸۲۲
۴. روزنامه‌نگار، روزنامه صدای عدالت، ۸۰۰۸۰۹
۵. محمد قربانی گلشن‌آبادی، روزنامه‌نگار، روزنامه رسالت، ۸۸۱۰۱۲
۶. فردین علیخواه، جامعه‌شناس، روزنامه بهار، ۸۸۱۲۲۴
۷. علی اکبر قاضی‌زاده، استاد ارتباطات، روزنامه جام جم، ۸۲۰۲۱۶ و فردین علیخواه، جامعه‌شناس، روزنامه آفتاب یزد، ۹۲۰۲۰۲
۸. عباس عبدی، روزنامه‌نگار، روزنامه اعتماد، ۹۰۱۲۲۴
۹. غلامحسین بلندیان، معاون امنیتی انتظامی وزارت کشور، روزنامه کیهان، ۷۴۰۱۳۰

۱- هم‌جواری فرهنگی

به دلیل آنکه سرگرمی همچون سایر عناصر اجتماعی دارای هنجار و قواعد اخلاقی است، اشتراکات بین فرهنگی، نقش پررنگی در مصرف آن ایفا می‌کند. به همین علت از نظر صاحب‌نظران حرکت هشیارانه رسانه‌های رقیب و ناهشیارانه فرهنگ عمومی به سمت تولید و مصرف محصولات با تشابه فرهنگی بیشتر می‌باشد.^۱ بر اساس همین خصلت و با توجه به رقابت‌های سیاسی کشورهای منطقه همچون کشورهای ترکی و عربی این موضوع می‌تواند دستاویز دیپلماسی عمومی منطقه‌ای و در سطح بین‌المللی تولیدات کشورهای آمریکای لاتین با قرابت فرهنگی بیشتر، به دلیل سطحی بودن، ابزاری برای تنزل افکار عمومی و کاهش سواد رسانه‌ای سایر کشورها قرار گیرد.^۲

۲- سیاست ترس

از نظر صاحب‌نظران شبکه‌های ماهواره‌ای در سطح فراملی، سیاست ترس را در دو بخش اسلام‌هراسی و ایران‌هراسی پیگیری می‌نمایند. در سطح افکار عمومی جهان و منطقه، اسلام‌هراسی از جمله سیاست‌های راهبردی شبکه‌های ماهواره‌ای برای ایجاد یک مقاومت ذهنی در پذیرش ارزش‌های اسلامی و جلوگیری از شکل‌گیری جنبش‌های اسلامی اصیل در جهان است.^۳ هدف‌گذاری دیگر ایران‌هراسی^۴ است که شاید بتوان علت آن را این دانست که ایران یکی از کشورهای تمدن‌ساز و دارای ظرفیت‌های بالقوه در عرصه‌های اقتصادی و تعاملات فرهنگی است و بازنمایی منفی، آن را از گزینه‌های همکاری دولتی و ملت‌ها خارج می‌کند.

۲-۲-۵. تأثیرات شبکه‌های ماهواره‌ای

تأثیرات شبکه‌های ماهواره‌ای را می‌توان در دو سطح فرهنگی و رسانه‌ای صورت‌بندی نمود. تأثیرات فرهنگی در سه سطح فرد، خانواده و جامعه و تأثیرات رسانه‌ای به دو بخش اعتیاد و کانالیزه اخبار قابل تقسیم‌بندی هستند.

۱. هرمیداس باوند، استاد روابط بین‌الملل، روزنامه همشهری، ۸۱۰۴۲۳ و حسام‌الدین آشنا، استاد ارتباطات، روزنامه خبر، ۸۹۰۶۰۲ و فردین علیخواه، جامعه‌شناس، روزنامه اعتماد، ۸۷۰۱۲۰

۲. فردین علیخواه، جامعه‌شناس، روزنامه جام جم، ۹۰۰۷۱۸ و حسام‌الدین آشنا، استاد ارتباطات، روزنامه خبر، ۸۹۰۳۱۰

۳. علی سعیدی، قائم‌مقام سازمان تبلیغات اسلامی، روزنامه جمهوری اسلامی، ۷۳۰۸۰۵

۴. فاطمه عزیززاده آرائی، وکیل پایه یک دادگستری، روزنامه حمایت، ۹۱۰۲۲۱

۵-۲-۱. تأثیرات فرهنگی

۱. فرد؛ افزایش فردمحوری و کاهش جمع‌گرایی

به دلیل تشدت برآمده از تحول و تغییرات هویتی و فرهنگی دوران مدرن، شخص با کاهش مرجعیت جامعه در شکل‌گیری معیارها و هنجارهای زندگی، خود را یا از جامعه و نهادهای سنتی همچون خانواده بی‌نیاز می‌پندارد و یا اگر نتواند از نظام اجتماعی منفک شود به سمت مقاومت در برابر آن حرکت می‌کند. این تحول سبب می‌گردد شخص دچار یک ناآرامی فکری، شکست عاطفی با نهادهای اجتماعی، اطرافیان و هم‌نوعان شود و از سوی دیگر بی‌اعتمادی به جامعه را اختیار کند. در یک کلام می‌توان بیان نمود که تقابل نظام «ما» در برابر نظام «من» یکی از خصوصیات جامعه فعلی می‌باشد.^۱ فضای رسانه‌ای هم می‌تواند به‌عنوان گزینه جایگزین نقش جامعه در این تحول تأثیرگذار باشد و هم آنکه با تنزل نیاز به تعامل، در ایجاد کاهش قیدها به روابط اجتماعی و نهادی بازیگری فعال داشته باشد.^۲ پیامد این جایابی، تنزل عاطفه و سرمایه اجتماعی^۳، افزایش بی‌تفاوتی^۴، افزایش خودمحوری و خشونت^۵ در تمام ابعاد آن از گفتمانی تا عملیاتی، در سطح جامعه است.

۲. خانواده

کوچک‌ترین واحد اجتماعی در جامعه ایرانی، خانواده است که مدل بومی آن، کارکردهای ویژه‌ای نسبت به مشابه آن در سایر جوامع دارد. این نهاد با به رسمیت شناختن نیازهای زیستی و جنسی و محدود کردن آن‌ها به فضایی مطمئن، تلاش دارد بستری مناسب برای شکل‌گیری یک نظام تربیتی سالم برای نسل آینده ایجاد نماید. لازمه موفقیت در راستای این هدف، قرار گرفتن خانواده در یک‌لایه محیطی پاک است. فراهم‌آوری این مقدمه به تنظیم روابط اجتماعی

۱. حامد حاجی حیدری، جامعه‌شناس، روزنامه رسالت، ۸۱۱۱۱۰ و کبری پیروند، روزنامه‌نگار، روزنامه روزان، ۹۱۰۹۲۰

۲. حسین باهر، بنیان‌گذار مکتب رفتارشناسی، روزنامه ایران، ۹۲۰۷۰۲

۳. حامد حاجی حیدری، جامعه‌شناس، روزنامه رسالت، ۸۱۱۱۱۰ و معاونت اجتماعی و مشاوره کلانتری ۱، ۴۸، روزنامه راه مردم، ۹۲۱۰۱۴

۴. اعظم بزارپور، کارشناس روانشناسی، روزنامه رسالت، ۹۰۰۳۰۸

۵. مجید ابهری، روانشناس و کارشناس علوم رفتاری، روزنامه قدس، ۹۱۰۹۲۳

بازمی‌گردد که هم از خانواده و ماهیت آن حمایت کند و هم بتواند تضمین‌کننده تأثیرات آن و حذف‌کننده سایر مداخله‌گرهای منفی باشد. برای این منظور، در نظام اجتماعی اسلامی-ایرانی نهاد حریم-حرمت تعریف شده است. این نهاد با ایجاد لایه محافظتی از خانواده و نیز مقدمه‌ساز برای تربیت و رشد سالم، با قید زدن به روابط اجتماعی تلاش می‌کند هدف مذکور را میسر سازد. بر اساس این مقدمه می‌توان نتیجه گرفت که برای تضعیف خانواده به‌عنوان یک نهاد اجتماعی، لازم است لایه‌های محافظتی آن تضعیف گردد تا بتوان به آن نفوذ کرد. تمرکز بر «تغییر فرهنگ جنسی» و «خوانش جنسی از دیگری» در روابط اجتماعی دو اقدامی می‌باشد که این هدف را محقق می‌نمایند.

• تغییر فرهنگ جنسی

در راستای افق موردنظر، مرحله نخست آن است که معنا و جایگاه مسئله جنسی در روابط زناشویی تغییر یابد. مدل‌سازی و ایدئال‌سازی از زنانگی و مردانگی بر اساس معیارهای غیربومی با محوریت فرهنگ غربی^۱، تقابل ذهنی مسئولیت و محدودیت‌پذیری تشکیل خانواده مخصوصاً در زنان با آزادی اجتماعی آن‌ها^۲، کاهش جذابیت ازدواج برای جوانان با رضای ذهنی از طریق افزایش تماشای تصاویر جنسی^۳، عادی‌سازی تعلیق خیانت^۴، ایجاد تردید در امکان تشکیل خانواده به شکل سنتی و بازتعریف نحوه برطرف کردن نیاز جنسی به شکل مدرن، ارتقای جایگاه نیاز جنسی در زندگی افراد از جمله تأثیرات شبکه‌های ماهواره‌ای که می‌تواند در این زمینه تعریف گردد^۵. موارد مذکور می‌تواند احساس محرومیت جنسی خانواده‌ها را تشدید کند^۶ و همین امر باعث می‌شود

۱. نفیسه ابراهیم‌زاده انتظام، روزنامه‌نگار، روزنامه جوان، ۹۳۰۱۲۶

۲. مجید ابهری، روانشناس و کارشناس علوم رفتاری، روزنامه قدس، ۹۲۰۵۱۵

۳. سعید کریمی، روزنامه‌نگار، روزنامه جوان، ۹۱۱۰۲۷

۴. علی یعقوبی، روزنامه‌نگار، روزنامه تابناک، ۹۲۰۷۲۲ و علی نوین، خبرنگار، روزنامه ابتکار، ۹۰۰۳۰۵

۵. سعید کریمی، روزنامه‌نگار، روزنامه جوان، ۹۱۱۰۲۷ و ابوالفضل جعفری نژاد، روزنامه‌نگار، روزنامه اسرار، ۸۹۰۳۰۴

۶. سعید کریمی، روزنامه‌نگار، روزنامه جوان، ۹۱۱۰۲۷ و حسین باهر، رفتارشناس و آسیب‌شناس اجتماعی، روزنامه عصرایران، ۹۳۰۲۰۹

تنوع‌طلبی، روابط پیش‌سازدواجی^۱ و فراخانوادگی^۲ موضوعیت پیدا کند^۳. با از بین رفتن تعادل جنسی و تغییر بستر برآورده کردن نیاز جنسی از خانواده به جامعه^۴، سنت ارتباطی حریم-حرمت ایرانیان کمرنگ و امکان ایجاد فساد در روابط اجتماعی میسر می‌گردد^۵. از سوی دیگر ترویج فرهنگ ابزارگرایانه در تعریف مردان و زنان به‌عنوان ابژه جنسی^۶ یکدیگر باعث می‌شود هویت‌های عناصر زندگی زناشویی همچون همسر، پدر^۷ و مادر^۸ در مدل ایرانی آن با تغییر مفهومی مواجه گردد. از این‌رو یا افراد به زندگی مجردی سوق پیدا می‌کنند^۹ و یا آنکه با بازآفرینی مدل شکل‌گیری زندگی مشترک، گونه‌ای تعریف می‌کنند که بیشترین امکان آزادی، کمترین بار مسئولیت و هزینه را همراه با برطرف نمودن نیازهای زیستی و عاطفی برای آن‌ها داشته باشند^{۱۰}.

• خوانش جنسی از «دیگری»

اولویت خوانش جنسی از «دیگری» در روابط اجتماعی باعث عدم اطمینان و امنیت در تعامل افراد با یکدیگر می‌شود. در روابط اجتماعی پررنگ شدن نگاه جنسی به افراد باعث تسری این نیاز غریزی به جامعه می‌شود و همین موضوع سایر تعاملات را نیز متأثر می‌سازد. تأثیر ماهواره در سطح خانواده تعامل فرزندان و والدین را باهم و با افراد نامحرم با تهدید جدی مواجه می‌سازد^{۱۱}. صاحب‌نظران پیامد این تحولات را سودانگاری (طریقت برای اهداف منفعت‌طلبانه با تبدیل این گزینه به محصول تجاری تا ابژه‌های جنسی)، لذت‌محوری (تأکید بر حوزه بیولوژیکی انسان) و خوداتکایی (انسان‌گرایی در مقابل معنویت‌گرایی) می‌دانند^{۱۲}. مهم‌ترین نتیجه این تأثیرات را می‌توان

۱. ابوالفضل جعفری نژاد، روزنامه‌نگار، روزنامه اسرار، ۸۹۰۳۰۴
۲. مجید ابهری، روانشناس و کارشناس علوم رفتاری، روزنامه قدس، ۹۱۰۹۲۳
۳. مجید ابهری، آسیب‌شناس اجتماعی، روزنامه خراسان، ۹۰۰۵۱۰، خبرنگار، روزنامه ابتکار، ۹۳۰۳۲۲
۴. روزنامه‌نگار، روزنامه رسالت، ۹۰۰۴۲۲
۵. جعفر بای، محقق و پژوهشگر اجتماعی، روزنامه وطن امروز، ۹۳۰۲۲۵
۶. مریم کمالی فر، روزنامه‌نگار، روزنامه رسالت، ۹۱۰۱۱۴
۷. ابوالفضل جعفری نژاد، روزنامه‌نگار، روزنامه اسرار، ۸۹۰۳۰۴
۸. جعفر بای، محقق و پژوهشگر اجتماعی، روزنامه وطن امروز، ۹۳۰۲۲۵
۹. حسین باهر، رفتارشناس و آسیب‌شناس اجتماعی، روزنامه خیر، ۹۱۰۲۲۸
۱۰. امان‌الله قرایی مقدم، جامعه‌شناس و آسیب‌شناس، سروش، ۹۱۰۲۳۰ و حسین باهر، رفتارشناس و آسیب‌شناس اجتماعی، عصرایران، ۹۳۰۲۰۹ و ابوالفضل جعفری نژاد، روزنامه‌نگار، روزنامه اسرار، ۸۹۰۳۰۴
۱۱. ابوالفضل جعفری نژاد، روزنامه‌نگار، روزنامه اسرار، ۸۹۰۳۰۴
۱۲. روزنامه‌نگار، روزنامه رسالت، ۹۰۰۴۲۲

در تنزل کارکرد بنیادین خانواده به مسائل زیستی و جنسی و به حاشیه رفتن تربیت فرزندان و نسل جدید یافت.^۱

۳. جامعه

تأثیرات در سطح جامعه به سه قسمت اجتماعی، اقتصادی و بهداشتی صورت‌بندی می‌شود که در ادامه به آن‌ها پرداخته می‌شود:

الف) اجتماعی

• زن‌گرایی

به دلیل پایین‌تر بودن هوش هیجانی، استفاده بیشتر زنان نسبت به مردان از رسانه‌ها^۲، وجود تبعیض تاریخی نسبت به آن‌ها در فرهنگ ایرانی و نیاز مضاعف به هویت‌یابی مجدد^۳ آسیب‌پذیری زنان از شبکه‌های ماهواره‌ای افزایش یافته است.^۴ بدین معنا که نبود تعریف اجتماعی از زنان در فرهنگ ایرانی در طول تاریخ به دلیل مردانه بودن جامعه، خلأ و بستری ایجاد کرده تا خوانش‌های جدید، جایگاه بهتری در بین آن‌ها پیدا کنند. شبکه‌های ماهواره‌ای به دلیل وجود این زمینه‌های فرهنگی تلاش می‌کنند تا با جهت‌دهی فرایند تحرک اجتماعی در زنان، مدل تغییر آن‌ها را تعریف نمایند. اولین سیاست در حوزه عملیاتی کردن هدف مذکور آن است که با قرار دادن سوژه‌ها و کاراکترهای اصلی زنانه در برنامه‌ها، همذات‌پنداری زنان با برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای افزایش می‌دهند و در سطح انتزاع نه تنها به زنان قدرت داده می‌شود بلکه در طیف رادیکالی فمینیستی، زنان را اساس تحلیل اجتماعی و برتر از مردان بازنمایی می‌کنند.^۵ از سوی دیگر شبکه‌های ماهواره‌ای با ایدئال‌سازی از زنان کشورهای غربی^۶، تشکیک خوانش سنتی جایگاه زن در فرهنگ ایرانی و ارائه جایگزین با تعریف مدرن جایگاه و پایگاه اجتماعی آن‌ها، تلاش می‌کنند تا زن ایرانی را نسبت به وضعیت موجود مردود و برای قرار گرفتن در فرایند تغییر آماده سازند.

۱. امان‌الله قرایی مقدم، جامعه‌شناس و آسیب‌شناس، مجله سروش، ۹۱۰۲۳۰

۲. آوید طالبیان، روزنامه‌نگار، روزنامه جام جم، ۹۰۰۷۲۵ و روزنامه‌نگار، روزنامه تابناک، ۹۲۰۵۰۶

۳. حسین باهر، رفتارشناس و آسیب‌شناس اجتماعی، روزنامه خبر، ۸۹۰۳۱۰

۴. حسین باهر، رفتارشناس و آسیب‌شناس اجتماعی، روزنامه عصرایران، ۹۳۰۲۰۹

۵. حسین باهر، رفتارشناس و آسیب‌شناس اجتماعی، روزنامه خبر، ۸۹۰۳۱۰

۶. روزنامه‌نگار، روزنامه جوان، ۹۳۰۱۲۶

مهم‌ترین و استراتژی‌ترین هدف‌گذاری در این راستا تحول در نقش سنتی زنان ایرانی در شکل‌دهی به نهاد *مادرانه* به‌عنوان عامل عاطفه‌گستر، پایدار و متعهد به تربیت نسل جدید است که در تقابل با نقش تجددگرایی زنان یعنی پررنگ شدن نقش اجتماعی آن‌ها و تلاش برای رسیدن به آزادی در مدل لیبرالی در جامعه امروز تعریف می‌گردد.^۱ نهاد دیگری که در تعریف نقش جدید تأثیر می‌پذیرد، *حجاب* است. مدیریت بدن و جلوه‌گری زنان به‌عنوان مؤلفه‌های زیستی و هویتی آن‌ها از اهداف رسانه‌ها در این تحول می‌باشند. هنگامی که همه‌چیز در دنیای جدید جنبه اجتماعی پیدا می‌کند بازنمایی آن به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مهم شخصیت‌ساز و هویتی در دوران فردیت محوری و آزادی‌گرایی برجسته می‌گردد. این موضوع با خصلت‌های ذاتی و عرضی زنان (جلوه‌گری و مدیریت بدن) که بیان شد تشدید^۲ و با حجاب تضاد و تغایر پیدا می‌کند.

• بلوغ زودرس، شکاف نسلی و مدگرایی جوانان

کودکان به دلیل عدم شکل‌گیری هویت اجتماعی و فردی^۳، پابندی کمتر به ارزش‌ها و سنت‌های بومی به دلیل غالب بودن وجه احساسی به نسبت عقلایی و انتزاعی^۴، نسبت به سایر قشرها آسیب‌پذیرتر هستند و در تحلیل کارشناسان تا چند دهه برابر تأثیرپذیری بیشتر دارند. نکته دیگری که در اینجا وجود دارد آن است که تحول نسلی در دوران کنونی با نوع مشابه آن در گذشته، با افزایش سرعت رشد رسانه‌های جدید و انتقال اطلاعات، به شکل جهشی اتفاق می‌افتد.^۵ آنچه تأثیر تحولات اجتماعی مذکور را بر کودکان تشدید می‌نماید عبارت‌اند از: *اول* آنکه نظارت خانواده به دلیل «درگیر شدن والدین در بازار کار»، «نبود برنامه‌ریزی‌های خانواده‌محور در سیاست‌های کل کشور»^۶، «تبعیض مثبت فرزندمحوری در مصرف رسانه‌ها به دلیل محدودیت‌های گذشته والدین»^۷،

۱. جعفر بای، محقق و پژوهشگر اجتماعی، روزنامه وطن امروز، ۹۳۰۲۲۵

۲. میثم مصباح، مجله سروش، ۹۱۰۲۳۰

۳. علی زارغان، کارشناس ارشد رسانه و مدیر گروه شبکه کودک، روزنامه جام جم، ۹۰۰۷۱۸

۴. محمدصادق مهدوی، جامعه‌شناس، روزنامه کیهان، ۷۴۰۱۱۷ و علیرضا جعفری، روانشناس، روزنامه شهروند، ۹۲۱۱۱۷

۵. صادقی زاده، جامعه‌شناس، روزنامه همشهری، ۷۸۰۵۲۸

۶. روزنامه نگار، روزنامه رسالت، ۹۰۰۴۲۲

۷. حامد کنگرانی، آسیب‌شناس، روزنامه قانون، ۹۲۱۱۳۰

«مجاورت فرزندان در مصرف رسانه‌ای والدین در خانه و متأثر شدن آن‌ها»^۱، «تأثیرپذیری کودکان از گروه همسالان متأثر از برنامه‌های ماهواره‌ای»^۲، «از بین رفتن توازن تأثیرگذاری نهادهای سنتی نسبت به نوع جدید آن همچون رسانه‌ها و سازمان‌های آموزشی مدرن»^۳ بر فرزندان کاهش یافته است. دوم؛ به دلیل «افزایش دسترسی و تعریف رسانه‌های جدید به‌عنوان ابزار سرگرمی»^۴، «نبود محیط و وسایل جایگزین» و «از بین رفتن نقش بسترهای سنتی در اوقات فراغت کودکان در زندگی شهرنشین»^۵ جهشی در استفاده از اطلاعات به وجود آمده است. عوامل و زمینه‌های بیان‌شده تأثیرات و تحولاتی را ایجاد کرده است که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود.

• تغییر در هویت‌یابی جنسی

کودکان و جوانان با در معرض قرار گرفتن پیام‌های جنسی و وجود کنجکاوی ذاتی و هویت‌یابی در این زمینه که از سن ۴ تا ۵ سالگی شروع می‌شود^۶ بر اساس نگاه روانشناسان به بلوغ زودرس ۳ تا ۵ ساله می‌رسند.^۷ دوران نهفتگی جنسی کودکی در هفت تا یازده سالگی با این هجوم از بین می‌رود و همین امر باعث می‌شود تا افراد قبل از رسیدن به رشد جنسی به رشد فکری و ارتباط با جنس مخالف برسند.^۸ در این حالت جایگاه گزینه جنسی برای کودکان و جوانان به‌درستی تعریف نمی‌گردد، شناخت ناقصی نسبت به آن پیدا کنند^۹ و فضا برای انحراف اجتماعی فراهم می‌آید.

• تغییر در هویت‌یابی اجتماعی

افراد به‌طور خاص در دوران نوجوانی و اوایل جوانی (۱۴ تا ۲۱ سالگی) به دنبال هویت‌یابی

-
۱. رضا تقوی، نماینده مردم تهران و رئیس کمیسیون ارشاد و هنر اسلامی مجلس شورای اسلامی، روزنامه رسالت، ۶۲۸، ۷۳۰
 ۲. حسینی، عضو کمیسیون فرهنگی مجلس، روزنامه خراسان، ۸۸۰۹۰۱ و شهروز پرورش، روان‌شناس بالینی، روزنامه جام جم، ۸۸۰۱۳۱
 ۳. عباس عبدی، روزنامه‌نگار، روزنامه اعتماد، ۹۰۱۲۲۴، عبدالله جوانی، روزنامه‌نگار، روزنامه جوان ۹۳۰۴۱۶
 ۴. حسین باهر، رفتارشناس و آسیب‌شناس اجتماعی، روزنامه عصرایران، ۹۳۰۲۰۹
 ۵. شمس‌الدین کهنی، روانشناس، روزنامه ایران، ۸۹۱۰۰۹
 ۶. علیرضا جعفری، روانشناس، روزنامه شهروند، ۹۲۱۱۱۷
 ۷. مریم کمالی فر، روزنامه‌نگار، روزنامه رسالت، ۹۱۰۱۱۴
 ۸. سمانه بهرامی، روانشناس، روزنامه تهران امروز، ۸۸۰۲۱۲
 ۹. رضا رمضان‌نیکار، روزنامه‌نگار، روزنامه رسالت، ۹۳۰۳۲۶ و امان‌الله قرایی مقدم، جامعه‌شناس و آسیب‌شناس، روزنامه جام جم، ۹۰۰۷۱۸

اجتماعی هستند و اساس این تحول نوگرایی و پویایی می‌باشد^۱. در این سن، الگوسازی برای آن‌ها به‌عنوان یک منبع شناختی و تعریف خود در جامعه اهمیت مضاعفی پیدا می‌کند. جوان بودن، پویایی و الگوپذیری باعث به وجود آمدن به اوج رسیدن تقاضا می‌شود^۲. تأثیری که شبکه‌های ماهواره‌ای در این زمینه می‌گذارند آن است که با فراهم کردن «نیاز ابراز وجود در جوانان»، «مدگرایی»^۳ و «تعریف مرجعیت‌های فرهنگی و فکری برآمده از فرهنگ مسلط غربی»، در مسیر هویت‌یابی آن‌ها قرار می‌گیرند^۴. در این راستا شبکه‌های ماهواره‌ای با پخش سریال‌های طولانی‌مدت و ساده‌سازی هضم مؤلفه‌های مدرن با تکرار و نمایش مداوم^۵، گرایش به مدهای غیربومی و گذر از فرهنگ بومی را در آن‌ها به وجود می‌آورند.

• کاهش هوش هیجانی و ایجاد انقطاع نسلی

تأثیر دیگری که شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های جدید بر نسل کنونی دارند، آن است که به نسبت دوره‌های مشابه با فراهم کردن اطلاعات لازم، جهشی در افزایش هوش خردی و کاهش و هوش تجربی آن‌ها به وجود آورده‌اند^۶. این تحول باعث تغییر معیار تعریف شخصیت شده و بنیان آن را از «دانش و حکمت» به سمت «داده و اطلاعات» سوق داده است. به‌واسطه شکاف اطلاعاتی و تغییر در معیارهای تشخیص اجتماعی، غرور کاذبی در کودکان و جوانان ایجاد شده که به سبب آن جایگاه و احترام پدر و مادر از سوی فرزندان کاهش یافته است. مورد بیان شده در کنار مؤلفه «نشان دادن جهان بزرگ‌ترها به کودکان»^۷، دسترسی انتزاعی و ذهنیت‌سازی نسبت به دنیای نسل قدیمی را ساده‌تر کرده و همین امر ضرورت استفاده از انباشت تاریخی و تجربی نسل گذشته را کمرنگ می‌نماید. شکست ارتباطی بین نسلی ایجاد شده باعث کاهش ارزش سنت^۸ و افزایش

۱. علیرضا جعفری، روانشناس، روزنامه شهروند، ۹۲۱۱۱۷ و محمد عسگری، روان‌شناس، روزنامه قدس، ۸۹۱۱۲۷
۲. محمدرضا رسولی، روزنامه‌نگار، روزنامه جام جم، ۸۶۰۶۱۵
۳. کبری پیروند، روزنامه‌نگار، روزنامه روزان، ۹۱۰۹۲۰
۴. روزنامه‌نگار، روزنامه آفتاب یزد، ۹۰۰۲۲۵
۵. حسام‌الدین استاد ارتباطات، روزنامه خبر، ۸۹۰۶۰۲
۶. حسین باهر، بنیان‌گذار مکتب رفتارشناسی، روزنامه ایران، ۹۲۰۷۰۲
۷. اعظم بزارپور، روانشناس، روزنامه رسالت، ۹۰۰۳۰۸
۸. فهیمه صاحبی، روزنامه‌نگار، روزنامه همشهری، ۷۸۰۵۲۸ و اعظم بزارپور، روانشناس، رسالت، ۹۰۰۳۰۸

قدرت مؤلفه‌های مدرن در تربیت نسل جدید می‌شود.^۱ همین امر در جامعه نوعی ناسازگاری فرهنگی^۲ در پذیرش قواعد اجتماعی ایجاد کرده و جوان را دچار دوگانگی هویتی نموده است. عوامل مذکور باعث نوعی جدایی جوانان و کودکان از جامعه برای پر کردن اوقات فراغت آن‌ها می‌شوند و انزوا گرایی و تبعات آن را سبب می‌گردند.^۳

• تغییر فرهنگ بصری و ایجاد افت تحصیلی

در حوزه آموزش تأثیری که شبکه‌های ماهواره‌ای از دیدگاه صاحب‌نظران بر کودکان و جوانان می‌گذارند آن است که فرهنگ بصری آن‌ها را از خواندن به دیدن تغییر می‌دهد، تمرکز ذهنی آن‌ها را از بین می‌برد^۴، دروس متن‌محور را با مشکل مواجه می‌نماید و افت تحصیلی به همراه خواهد آورد.^۵

• تسری سرگرمی به حوزه غیراخلاقی

شبکه‌های ماهواره‌ای به دلیل وابستگی به بخش خصوصی و نبود نظارت دولت‌ها^۶، این امکان را پیدا می‌کنند که برای جلب مشتری مسائل غیراخلاقی را به حوزه سرگرمی تسری دهند.^۷ هدف‌گذاری مذکور با توجه به تأثیرگذاری بیشتر تصاویر در امر عادی‌سازی^۸، برخلاف چشم‌انداز جمهوری اسلامی برای افزایش قوه عاقله به دنبال تقویت غریزه می‌باشد.^۹ در این راستا شبکه‌های ماهواره‌ای تلاش می‌کنند با حفظ ظواهر، رعایت هنجارهای سرگرمی و جلوگیری از رادیکالی کردن فضای فرهنگی با همدلی که با مخاطب ایجاد می‌کنند اهداف خود را پیگیری نمایند.^{۱۰} آن‌ها با کاهش حساسیت‌های اخلاقی و اجتماعی^{۱۱}، کاهش جذابیت‌های معنوی فرهنگ‌های دیگر و

۱. زهره توکلی، روزنامه‌نگار، ایران، ۹۰۱۰۳۰ و فائزه مقدم، روزنامه‌نگار، ایران، ۹۱۱۰۳۰

۲. فهیمه صاحبی، روزنامه‌نگار، روزنامه همشهری، ۷۸۰۵۲۸

۳. ناصر بهلولی، روزنامه‌نگار، روزنامه وطن امروز، ۹۰۰۹۳۰

۴. اعظم بزارپور، روانشناس، روزنامه رسالت، ۹۰۰۳۰۸

۵. ناصر بهلولی، روزنامه‌نگار، روزنامه وطن امروز، ۹۰۰۹۳۰

۶. زارعی قنوتی، عضو کمیسیون فرهنگ و ارشاد مجلس، روزنامه همشهری، ۷۳۰۶۳۰

۷. عزت‌الله ضرغامی، رئیس سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، روزنامه خبر، ۸۹۰۳۱۰

۸. رضا ناظری، روانشناس، روزنامه عصرایران، ۹۳۰۲۳۰

۹. پروین سلیحی، مدیر دفتر امور زنان و خانواده صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، روزنامه شهروند، ۹۲۰۴۱۹

۱۰. مسعود دهنمکی، کارگردان، مجله بانای فیلم، ۸۹۰۳۱۰

۱۱. الهیار ملکشاهی، رئیس کمیسیون حقوقی و قضایی مجلس، روزنامه آفتاب یزد، ۹۱۰۹۱۵ و علی زارعان،

مدیر گروه کودک و نوجوان شبکه تهران، روزنامه بامداد، ۸۹۰۳۱۸ و علی زارعان، مدیر گروه کودک شبکه

پنج تلویزیون، روزنامه حزب الله، ۹۰۰۳۰۱

افزایش توجه به نفسانیات^۱، ایجاد کنجکاوی (در تمام مقاطع سنی)^۲، تنوع‌طلبی^۳ و خیال‌انگیزی فساد و آزادسازی تمایلات در بستر کمپلکس جنسی^۴ متورم^۵ برآورده نشده در جامعه ایران^۶، باعث ترویج امور ضداخلاقی^۷، شهوت‌رانی و خشونت در جامعه می‌شوند^۸. هدف راهبردی مذکور از نظر صاحب‌نظران در این راستا، پیاده کردن مدل آندلسی^۹ برای فروپاشی نظام اجتماعی^{۱۰} و به تبع آن سیاسی می‌باشد.

• تأخر فرهنگی و رسانه‌ای

«عدم هماهنگی با تحولات تکنولوژیکی»^{۱۱}، «ایجاد شکاف اطلاعاتی»^{۱۲}، «در پیش گرفتن سیاست‌های سلبی همچون سانسورها»^{۱۳} و «عدم آموزش مخاطبان در مواجهه با پدیده‌های نوظهور در این زمینه»^{۱۴}، باعث تأخر رسانه‌ای می‌شود^{۱۵}؛ و از منظر فرهنگی در مواجهه با فرهنگ غرب باعث پرننگ شدن جنبه مادی و نفسانی آن می‌گردد و تبادل معنوی بین فرهنگی را به حاشیه کشانده است. از سوی دیگر تشدید نگرانی فرد نسبت به توانایی پاسخگویی فرهنگ بومی به دلیل سنت‌گرا، محافظه‌کار و دیرهضم بودن فرهنگ ایرانی^{۱۶} در برآورده کردن نیازهای مدرن، شهروندان را دچار چالش هویتی^{۱۷} خواهد کرد. همین موضوع، بی‌انضباطی عملیاتی در صحنه بازیگری در سطح خرد و به تبع آن در سطح اجتماعی ایجاد می‌کند و به‌مرور صحنه جامعه را متأثر می‌سازد.

۱. مریم عرفانیان، روزنامه‌نگار، ۹۳۰۳۲۵
۲. محمدصادق دهنادی، کارشناس مدیریت رسانه، روزنامه جوان، ۸۹۰۴۰۳
۳. غیوری، جامعه‌شناس، روزنامه نسل فردا، ۹۳۰۲۱۱
۴. داریوش سجادی، روزنامه‌نگار، روزنامه پیام آزادی، ۸۷۱۱۲۱
۵. حسین باهر، رفتارشناس و آسیب‌شناس اجتماعی، روزنامه عصرایران، ۹۳۰۲۰۹
۶. علی زارغان، مدیر گروه کودک و نوجوان شبکه تهران، روزنامه بامداد، ۸۹۰۳۱۸
۷. (روزنامه نگار، ۸۹۰۳۲۶)
۸. اعظم بزارپور، روانشناس، روزنامه رسالت، ۹۰۰۳۰۸
۹. محمد قربانی، روزنامه رسالت، ۹۰۰۶۱۵
۱۰. فردین علیخواه، جامعه‌شناس، روزنامه آفتاب یزد، ۹۲۰۲۰۲
۱۱. مسعود هوشمند رضوی، روزنامه‌نگار، روزنامه توسعه، ۸۱۱۱۰۵
۱۲. روزنامه‌نگار، روزنامه همشهری، ۷۱۰۹۲۵
۱۳. مهدی کلهر، مشاور رسانه‌ای رئیس‌جمهور، روزنامه آرمان، ۸۹۰۸۰۲
۱۴. مجید ابهری، روانشناس و کارشناس علوم رفتاری، روزنامه قدس، ۹۲۰۵۱۵
۱۵. احمد صفایی، روزنامه‌نگار، روزنامه رسالت، ۶۹۱۰۰۸
۱۶. روزنامه‌نگار، روزنامه همشهری، ۷۱۰۹۲۵
۱۷. محمدرضا رسولی، روزنامه‌نگار، روزنامه جام جم، ۸۶۰۶۱۵

ب) تأثیرات اقتصادی

شبکه‌های ماهواره‌ای به دلیل پررنگ شدن مادی‌گرایی^۱، کمال‌طلبی متأثر از جامعه جوان ایرانی تحصیل‌کرده^۲، فردگرایی و کاهش ذهن مقتصد خانواده‌محور^۳، تمایزمحوری^۴ در فرهنگ مصرف جامعه معاصر^۵، با پررنگ کردن ضعف‌های داخلی و ایجاد ناامیدی^۶، تغییر ذائقه‌ها^۷، تغییر زیبایی‌شناسی^۸، بالا بردن انتظارات^۹، ساده‌انگاری دستیابی به اهداف^{۱۰}، اسطوره‌سازی و ایدئال‌گرایی^{۱۱} و تعریف الگوی مطلوب زندگی به شکل غربی در سطح انتزاع، نوعی تضاد ذهنی با وضعیت موجود و احساس محرومیت نسبی^{۱۲} به‌وسیله همذات‌پنداری با کاراکترهای فرازمانی و فرامکانی تعریف‌شده در برنامه‌های تولیدشده ایجاد می‌کنند^{۱۳}. عوامل مذکور در عرصه اقتصادی، پیامدهایی همچون مصرف‌گرایی و هزینه پول در خرید کالاهای لوکس و کم‌فایده و به‌تبع آن تضعیف اقتصاد خانواده^{۱۴} و خروج ارز به کشورهای تبلیغ‌کننده کالاهای مذکور^{۱۵} را به دنبال خواهند داشت.

۱. محمد جولایی، روزنامه‌نگار، روزنامه جمهوری اسلامی، ۶۹۰۸۳۰
۲. فردین علیخواه، جامعه‌شناس، آفتاب یزد، ۹۲۰۲۰۲ و حبیب‌الله آقا محمدی، روزنامه‌نگار، طبرستان سبز، ۸۰۱۰۱۵
۳. شهلا باقری، جامعه‌شناس، روزنامه کائنات، ۹۰۰۳۳۱
۴. روزنامه‌نگار، روزنامه آسمان، ۹۱۰۵۱۴
۵. زهرا چیدری، روزنامه‌نگار، روزنامه جوان، ۹۲۱۱۰۱
۶. فردین علیخواه، جامعه‌شناس، آفتاب یزد، ۹۲۰۲۰۲ و محسن رضایی، دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام، روزنامه سیاست روز، ۹۲۰۲۲۵
۷. موسوی مقدم، قائم‌مقام ریاست سازمان صداوسیما، روزنامه رسالت، ۹۱۰۴۳۱
۸. روزنامه‌نگار، روزنامه جوان، ۹۳۰۱۲۶
۹. فردین علیخواه، جامعه‌شناس، روزنامه اعتماد، ۸۷۰۱۲۰
۱۰. فردین علیخواه، جامعه‌شناس، روزنامه بهار، ۸۱۲۲۴
۱۱. مجید ابهری، روانشناس و کارشناس علوم رفتاری، روزنامه قدس، ۹۱۰۹۲۳
۱۲. فردین علیخواه، جامعه‌شناس، روزنامه بهار، ۸۱۲۲۴
۱۳. افسانه مظفری، استاد علوم ارتباطات دانشگاه علوم و تحقیقات، روزنامه خورشید، ۹۲۰۲۲۲ و حسین باهر، رفتارشناس و آسیب‌شناس اجتماعی، روزنامه کیهان، ۸۱۲۱۹ و مجید ابهری، رفتارشناس و آسیب‌شناس، روزنامه تهران امروز، ۹۰۰۹۰۷ و حسین باهر، بنیان‌گذار مکتب رفتارشناسی، روزنامه ایران، ۹۲۰۷۰۲
۱۴. غلامحسین بلندیان، معاون امنیتی انتظامی وزارت کشور، روزنامه کیهان، ۷۴۰۱۳۰ و اسماعیل فیروزی، روزنامه‌نگار، روزنامه حمایت، ۸۴۰۱۲۱
۱۵. اسماعیل فیروزی، روزنامه‌نگار، روزنامه حمایت، ۸۴۰۱۲۱ و روزنامه‌نگار، روزنامه کیهان، ۹۲۰۶۱۶

ج) تأثیرات بهداشتی

بر اساس رویکرد صاحب‌نظران، در زمینه بهداشتی، شبکه‌های ماهواره‌ای در سطح ابتدایی می‌توانند با تبلیغ داروهای غیرمجاز و مضر، سلامت شهروندان را با خطر مواجه سازند^۱ و در لایه‌ای عمیق‌تر، با تغییر زنانگی و مردانگی و تحول در نگرش، انگیزه‌ها و رفتارها باعث دگرگونی هورمونی در زنان و مردان می‌شوند و بیماری‌های بیولوژی را در آن‌ها افزایش می‌دهند^۲.

۵-۲-۲. تأثیرات رسانه‌ای

۱- اعتیاد رسانه‌ای و سطحی نمودن قوه دریافت مخاطب

زمینه‌هایی همچون سواد پایین جهان سوم^۳، توان اندک تحلیل در ایران^۴ و نبود خوراک فکری و زایش فرهنگ ایرانی^۵، باعث شده تا سیاست‌های شبکه‌های ماهواره‌ای در نبود سایر سرگرمی‌ها^۶ از طریق درگیر کردن مخاطب به سریال‌های طولانی و داستان‌پردازانه^۷ به دلیل جایگاه ویژه قصه و روایت در فرهنگ ایرانی^۸، گسترش تولیدات سطحی^۹، تغییر فرهنگ خواندن به فرهنگ تماشا و ارائه اندیشه‌های آماده به جامعه تلویزیونی شده‌ی ایران^{۱۰} اعتیاد رسانه‌ای^{۱۱} را پیگیری نمایند تا در درازمدت با کاهش سطح تحلیل و اندیشه ورزی، انفعال ذهنی^{۱۲}، افزایش هیجانات و احساسات

۱. عزت‌الله ضرغامی، رئیس سازمان صداوسیما، روزنامه اطلاعات، ۸۸۰۴۱۱.
۲. سعید کریمی، روزنامه‌نگار، روزنامه جوان، ۹۱۱۰۲۷.
۳. غیوری، جامعه‌شناس، روزنامه نسل فردا، ۹۳۰۲۱۱ و احمد صفایی، روزنامه‌نگار، رسالت، ۶۹۱۰۰۸.
۴. محسن ایمانی، کارشناس مشاوره و روان‌شناس علوم تربیتی، روزنامه شما، ۹۳۰۳۰۳.
۵. غیوری، جامعه‌شناس، روزنامه نسل فردا، ۹۳۰۲۱۱.
۶. ابراهیم داروغه زاده، قائم‌مقام شبکه بازار، مجله بانی فیلم، ۹۲۰۲۱۰ و حسام‌الدین آشنا، استاد ارتباطات، روزنامه خبر، ۸۹۰۶۰۲.
۷. دکتر حسین باهر، رفتارشناس و آسیب‌شناس اجتماعی، روزنامه خبر، ۸۹۰۳۱۰.
۸. حمید رسولی، روزنامه‌نگار، مجله بانی فیلم، ۸۹۰۳۰۹.
۹. حسام‌الدین آشنا، استاد ارتباطات، روزنامه خبر، ۸۹۰۳۱۰.
۱۰. حسام‌الدین آشنا، استاد ارتباطات، روزنامه خبر، ۸۹۰۶۰۲ و علیرضا سزاوار، روزنامه‌نگار، روزنامه کیهان، ۹۱۰۵۳۱.
۱۱. علی یعقوبی، روزنامه‌نگار، روزنامه تابناک، ۹۲۰۷۲۲.
۱۲. حسام‌الدین آشنا، استاد ارتباطات، روزنامه خبر، ۸۹۰۶۰۲ و علیرضا سزاوار، روزنامه‌نگار، روزنامه کیهان، ۹۱۰۵۳۱ و هادی خانیکی، استاد ارتباطات، روزنامه شرق، ۹۰۰۶۰۵ و حسین باهر، رفتارشناس و آسیب‌شناس اجتماعی، روزنامه خبر، ۸۹۰۳۱۰.

کاذب^۱ مخاطبان، آن‌ها را به سمت پوچ‌گرایی سوق داده شوند^۲.

۲- کانالیزه کردن اخبار

با توجه به تبدیل رسانه به یکی از منابع قدرت در جهان معاصر^۳ و وابستگی شبکه‌های بزرگ رسانه‌ای به کمپانی‌ها، این فرصت برای کشورهای مسلط بر جریان اطلاعات و نظام استعمار^۴ فراهم آمده تا با ارائه یک‌سویه و نامتوازن اطلاعات از شمال به جنوب^۵، تفسیرسازی^۶، گروه‌گرایی در ارائه اخبار^۷، افزایش شایعه‌سازی با کاهش اعتبار رسانه‌های محلی^۸، ایجاد سردرگمی در مخاطب با کثرت اخبار^۹، مرکزیت‌گرایی نگاه اروپایی و آمریکایی در دروازه‌بانی اخبار در راستای اهداف کشورهای رقیب منطقه‌ای^{۱۰} و جهانی، افکار عمومی داخل کشورهای هدف مدیریت^{۱۱} و بر تصمیمات سیاست خارجی آن‌ها تأثیرگذاری گردد^{۱۲}. از نظر کارشناسان کانالیزه کردن اطلاعات، هم می‌تواند مهاجرت نخبگانی را افزایش دهد^{۱۳} و هم آنکه زمینه را برای بسیج‌سازی اجتماعی و استفاده از آن در راستای تغییر سیاسی و فرهنگی فراهم آورد^{۱۴}. تحول سیاستی در این راستا تغییر اشاعه نخبگانی به سمت جهت‌دهی به افکار عمومی می‌باشد و از این روی هر کس به تنهایی هدف این شبکه‌های قرار می‌گیرد^{۱۵}.

-
۱. بنی‌هاشمی، استاد ارتباطات، روزنامه فرهنگ آشتی، ۸۹۰۳۰۴
 ۲. افسانه مظفری، استاد ارتباطات، روزنامه خورشید، ۹۲۰۲۲۲
 ۳. رضا سیف‌پور، روزنامه‌نگار، روزنامه مردم‌سالاری، ۹۲۱۲۰۵ و عباس عبدی، روزنامه‌نگار، روزنامه روزگار، ۹۰۰۲۱۰
 ۴. احمد همدانی، جامعه‌شناس، روزنامه ابرار، ۸۰۱۱۰۴
 ۵. کاظم معتمد نژاد، استاد ارتباطات، روزنامه کیهان، ۷۳۰۲۲۴
 ۶. فردین علیخواه، جامعه‌شناس، روزنامه بهار، ۸۱۱۲۲۴
 ۷. عباس عبدی، روزنامه‌نگار، اعتماد، ۹۰۱۲۲۴ و فرهاد مهدوی، روزنامه‌نگار، کیهان، ۹۰۰۸۲۲
 ۸. غلامحسین بلندیان، معاون امنیتی انتظامی وزارت کشور، روزنامه کیهان، ۷۴۰۱۳۰
 ۹. شهلا باقری، جامعه‌شناس، روزنامه کائنات، ۹۰۰۳۳۱
 ۱۰. روزنامه‌نگار، روزنامه تابناک، ۹۲۰۵۰۶
 ۱۱. کامبیز نوروزی، روزنامه‌نگار، روزنامه همبستگی، ۸۰۰۹۲۷
 ۱۲. شهرود امیر انتخابی، روزنامه‌نگار، روزنامه فرهنگ آشتی، ۸۹۰۶۰۶
 ۱۳. افسانه مظفری، استاد ارتباطات، روزنامه خورشید، ۹۲۰۲۲۲
 ۱۴. شهرود امیر انتخابی، روزنامه‌نگار، روزنامه فرهنگ آشتی، ۸۹۰۶۰۶
 ۱۵. احمد صفایی، روزنامه‌نگار، روزنامه رسالت، ۶۹۱۰۰۸ و روزنامه‌نگار، روزنامه تابناک، ۹۲۰۵۰۶

۶. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

اگر بخواهیم عمده مسائل مطرح‌شده و پیش‌فرض‌های برآمده از آن‌ها را در مسئله‌شناسی شبکه‌های ماهواره‌ای در نگاه صاحب‌نظران صورت‌بندی نماییم می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

۱. افزایش مدیریت‌شده و انتظام بخش قدرت سوژه در مقابل ساختارهای سیاسی و نهادهای اجتماعی اساس تحول شبکه‌های ماهواره‌ای به حساب می‌آید که هم می‌تواند باعث دگرگونی و افزایش گفتمان‌های خرد گردد و هم امکان ایجاد قرائت مرجح کلانی را برای خوانش سایر افکار ایجاد نماید. شکاف بزرگ اطلاعاتی، عدم توازن در تعاملات فرهنگی، شکل‌گیری منابع شناخت اجتماعی فراسرزمینی و نبود راه‌های جایگزین و خلاقانه برآمده از فرهنگ بومی برای تعریف «خود» در تحولات مدرن، باعث شده تا مدیریت این تغییرات بیش‌ازپیش متأثر از جریان و ارزش‌های مسلط جهانی باشد. سوژه‌محوری و مخاطب‌گرایی در سیاست در تقابل با ساختار و به‌خصوص دولت تعریف می‌گردد، علت این امر را می‌توان این‌گونه بیان داشت که هویت تاریخی حکمرانی ایران و به‌طور خاص در صدسال گذشته مداخله‌گرایانه-هنجاری (سیاسی و اجتماعی) با ابزارهای قانونی بوده و همین برداشت تضادگرایی را تشدید نموده است؛ اما در سطح اجتماعی تقابل سوژه، با هنجارها و ارزش‌های برآمده از جمع‌گرایی است که عامل آن می‌تواند انفعال فرهنگ ایرانی در تعامل با «دیگری» خود در عرصه بین‌المللی، ایستا بودن نهادهای بومی و اجتماعی داخلی و عدم توانایی آن‌ها در بازتعریف و بازتولید خود و به‌تبع آن نبود توانمندی عاملان (به‌طور خاص قشرهای آسیب‌پذیرتر همچون زنان و کودکان، نوجوانان و جوانان) در هویت‌یابی باشد. در این حوزه تمرکز بر تحول در فرهنگ جنسی و پررنگ نمودن آن برای تغییر در روابط اجتماعی جمع‌محورانه بومی است که می‌تواند کارکرد و وظایف نهادهای سنتی را تغییر و اولویت‌ها را متحول نماید. پیش‌فرض موجود در اینجا تهاجمی و مادی‌گرا بودن فرهنگ غربی است که به نظر می‌رسد نگاه به جوانب دیگر همچون ابعاد معنوی تعاملات فرهنگی را کاهش داده و تحلیل‌ها را یک‌سویه به سمت برداشت تهدیدمحور بودن آن برده است. بر اساس موارد بیان‌شده، «عامل» در استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای سوژه، اما در تأثیرپذیری ابژه می‌باشد و کمتر به فعال بودن آن توجه می‌شود.

۲. از سوی دیگر سطح سوژه در ایران در سطح ملی تعریف می‌گردد و این موضوع باعث شده است که عنصر هویتی فراسرزمینی بودن ایرانیان با توجه به سابقه امپراتوری و در چهارراه بودن جغرافیای جهانی، کمتر مدنظر قرار می‌گیرد؛ بنابراین جهانی شدن در ایران تنها نمی‌تواند پروژه محور باشد بلکه به دلیل سبقه مذکور پروسه‌ای است که باید برای آن در این عرصه برنامه‌ریزی کرد.

۳. در دوگانه ذهنیت و عینیت، شبکه‌های ماهواره‌ای با پررنگ کردن تصورات سوژه‌ها نسبت به واقعیات تلاش دارند تا «دیگری» آن‌ها را وضع و در ساختار موجود تعریف نمایند و تغییرات آن‌ها را بر اساس شاخصه‌های از پیش تعیین شده کانالیزه نمایند. کاهش هوش هیجانی و کاهش هوش تجربی در راستای پذیرش تحول فرایندها و ساختارها از سوی عامل‌ها بر اساس معیارهای تبلیغ شده یکی از اساسی‌ترین استراتژی‌ها در راستای هدف مذکور می‌باشد. ذهنیت‌گرایی مذکور از سویی با ضعف‌های عینی در حوزه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی و اقتصادی تشدید می‌شود و همین امر اولویت سوژه را در این راستا تغییر می‌دهد. به عبارت دیگر، «دیگری» در نگاه فرهنگ‌عامه، عدم پیشرفت‌گرایی با مرکزیت نگاه غربی می‌باشد و این در حالی است که در نگاه صاحب‌نظران با نگاه مطلوبیت‌محوری، «دیگری» ابتدال فرهنگی و نیز تقابل‌های ایدئولوژیک با فرهنگ غالب جهانی می‌باشد و از این رو ترجیح، منافع واحدهای ملی و اجتماعی بر منافع فردی است.

۴. مسئله دیگری که در مورد شبکه‌های ماهواره‌ای می‌توان بدان اشاره نمود تحول در مرزهای هنجاری سرگرمی است. به دلیل عدم تطابق ارزشی شبکه‌های ماهواره‌ای با محیط کنشی، کم‌رنگ شدن نقش نهادها و سنت‌های بومی در اوقات فراغت و رسانه‌محور شدن سرگرمی ایرانیان، کارکرد لذت‌محوری برآمده از فرهنگ جهانی مسلط در حوزه رسانه‌ای در بخش مذکور چیرگی یافته است.

۵. نکته‌ای که می‌توان در انتها بدان اشاره کرد آن است که شبکه‌های ماهواره‌ای نمی‌توانند به‌عنوان عامل‌های مرکزی در تحولات اجتماعی دخیل باشند و همان‌طور که در مقاله پیش رو آمده است در اکثر مسائل به وجود آمده بر زمینه‌ها و ضعف‌های اجتماعی تمرکز می‌نمایند و از آن‌ها در راستای اهداف خود استفاده می‌کنند. این در مقابل نگاه ذات‌گرایانه و جبر‌گرایانه سیاستی است که تلاش دارد از رسانه مذکور به‌عنوان عامل مستقل استفاده نماید و سایر تأثیرگذاران را در نظر نگیرد.

منابع

۱. بارکر، کریس (۱۳۹۱)، *مطالعات فرهنگی؛ نظریه و عملکرد*، ترجمه مهدی فرجی و نفیسه حمیدی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی،
۲. تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۹)، *پساسیاست؛ نظریه و روش*، تهران: نی،
۳. تامپسون، جان بروکشایر (۱۳۸۰)، *رسانه‌ها و مدرنیته: نظریه‌ی اجتماعی رسانه‌ها*، ترجمه مسعود اوحدی، تهران: سروش،
۴. کستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: طرح نو،
۵. محسنیان راد، مهدی (۱۳۹۰)، «*تحلیل محتوای عمقی و اجرای آن به‌وسیله نرم‌افزار ام. آر. پی*»، فصلنامه *مطالعات اجتماعی ایران*، س ۵، تابستان.
۶. مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۵)، *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
۷. مهدی‌زاده، محمد (۱۳۸۷)، *رسانه‌ها و بازنمایی*، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
۸. نایتینگل، ویرجینیا و کارن راس، (۱۳۹۱)، *خوانش‌های انتقادی پیرامون: مخاطبان و رسانه‌ها*، ترجمه عبدالرضا سپنجی، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
۹. نش، کیت (۱۳۸۴)، *جامعه‌شناسی معاصر: جهانی شدن، سیاست و قدرت*، ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران: کویر.
۱۰. نیومن، ویلیام لاورنس (۱۳۹۰)، *شیوه‌های پژوهش اجتماعی: رویکردهای کمی و کیفی*، ترجمه حسن دانایی‌فرد و سید حسین کاظمی، تهران: مه‌ریان نشر.
۱۱. ویلکن، پیتر (۱۳۸۱)، *اقتصاد سیاسی ارتباطات جهانی و امنیت انسانی*، ترجمه مرتضی بحرانی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

1. Atton, Chris(2002), **Alternative Media**, London: Sage Publication.
2. Bagdikian, Ben(2004), **The New Media Monopoly**, **Boston**: Beacon Press.
3. Bailey, Olga Guedes et al(2010), **Understanding Alternative Media**, New York: Open University Press.
4. Boyd-Barrett, O. (1998). Media imperialism reformulated. In **International Communication**, BY D. K. Thussu London & New York: Routledge, 2010.
5. Cohen, Jean L & Arato, Andrew(1997), **Civil Society and Political Theory**, USA: MIT Press.
6. Croteau, David & William Hoynes(2003), **Media Society**, London: Sage Publication.
7. Downing, John(2010), **Encyclopedia of Social Movement Media**, London: Sage.
8. Gurevitch, Michael et al(2005), **Culture, Society and The Media**, London & New York: Routledge.
9. Katz, Elihu & Liebes(2010), Tamar. Reading Television: Television as Text and Viewers as Decoders, **In International Communication** By D. K. Thussu, London & New York: Routledge.
10. Lewis, Peter(1993). **Alternative Media: Linking Global and Local, Reports and Papers on Mass Communication**, Paris: UNESCO.
11. O’Riordan, Tim(2001), **Globalism, Localism and Identity**, London: Ear Thscan.
12. Rodriguez, Clemencia(2009), **Citizen Media. In, Encyclopedia of Communication Theory** BY S. Littlejohn, & K. Foss California: Sage publication.
13. Schroder, Kim, Christian(2009), **In Encyclopedia of Communication Theory** BY S. Littlejohn, & K. Foss, California, Sage Publication.
14. Thompson, John(1995), **The Media and Modernity**, USA: Blackwell Publishers,.
15. Thussu, Daya Kishan(2010). **International Communication**, London & New York: Routledge.
16. Tomlinson, John(1991), **Cultural Imperialism**, New York: Continuum.
17. Tracy, Karen(2000), Community. **In Encyclopedia of Communication Theory** By S. Littlejohn, & K. Foss, California: Sage Publication.