

# بررسی تأثیر انگیزه استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای بر ناهنجاری‌های رفتاری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر

رقیه پرهام ۱، فرزانه اولیا زاده ۲

## چکیده

هدف اصلی پژوهش تأثیر انگیزه استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای بر ناهنجاری‌های رفتاری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر بوده است. روش تحقیق علی (پس از وقوع) بود. از بین جامعه آماری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی ابهر ۳۸۰ نفر بصورت تصادفی سیستماتیک و بر اساس فرمول کوکران انتخاب شدند. دانشجویان پرسشنامه محقق ساخته در زمینه ناهنجاری رفتاری و انگیزه استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای را تکمیل کردند. داده‌ها با استفاده از روش آماری آزمون T و آنالیز واریانس یکطرفه تجزیه و تحلیل شدند.

---

۱. عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر، گروه روانشناسی، ابهر، ایران

parham.roghayeh@gmail.com

۲. عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر، گروه علوم پایه، ابهر، ایران. farz.oli@gmail.com

نتایج نشان دادند: ناهنجاری رفتاری، بین دو جنس استفاده کننده از برنامه‌های ماهواره‌ای تفاوت معنادار وجود نداشت. همچنین محل سکونت استفاده کننده از برنامه‌های ماهواره‌ای بر ناهنجاری رفتاری مؤثر نبود و انگیزه استفاده کننده از ماهواره در ناهنجاریهای رفتاری دانشجویان تأثیر داشته است. ( $P < 0.05$ ).

**واژگان کلیدی:** ماهواره ، ناهنجاری رفتاری، انگیزه

## مقدمه

بی‌هنجاری از نظر ریشه‌ی لغوی فقدان هنجارها یا قوانین را می‌رساند و امروزه جامعه‌شناسانی نظیر مرتن و دیگران این مفهوم را در معنای رفتاری انحرافی در برابر هدفها و هنجارهایی که علی‌الاصول گروه به پذیرش آنان پرداخته است به کار می‌برند، علاوه بر این از این واژه دیدی حاکی از تنازع و عدم پذیرش در برابر شیوه‌هایی که در یک جامعه برای تحقق مدل‌های اجتماعی رفتار، پذیرفته است بر می‌آید.

اساساً هنجارها در جوامع سنتی بنا به شرایط و عوامل مختلف از ثبات بیشتری برخوردار بوده است و مسئله به چالش کشیده شدن هنجارهای تعریف شده کمتر مطرح بوده است، اما در جوامع جدید سرعت دگرگونی‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و ... بسیار بیشتر است و لذا می‌توان شاهد تغییرات بیشتر در ارزشها و هنجارها و رفتارهای اجتماعی بود و می‌توان انتظار به چالش کشیده شدن هنجارهای گذشته را داشت.

مطالعات فرهنگی در مناطقی که علم در آنها پیشرفت بیشتری داشته است به عنوان یک پژوهش نوین مورد توجه قرار گرفته است. در این مطالعات علوم ارتباطات جایگاه ویژه‌ای داشته است، جایگاهی

که باید هر چه بیشتر و بهتر توسعه یابد. رشد چشمگیر فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی بر آرایش فرهنگی و سیاسی جهان تأثیر گسترده‌ای داشته است. هنجار که به نوعی تجلی محتوای شبکه روابط اجتماعی است بیشتر از این تحولات تأثیر می‌پذیرد. فن آوری‌های ارتباطی با سرعت، سهولت و گستردگی روز افزون رهاوردها، رهیافت‌ها، رموزها و نشانه‌های فرهنگی متفاوت را در سراسر جهان منتشر می‌سازد، این رموزها وقتی که در متن فرهنگی دیگر کشورها گشوده می‌شوند غالباً آشفتگی اقوام و ملل را به همراه دارند.

نقش پیشرفت‌های فنی در جوامع مدتهاست که به عنوان یک موضوع مهم مفهومی مد نظر محققین است. تغییرات تکنولوژیک باعث سریعتر شدن تغییرات دنیای کنونی شده است. تغییرات در کلیه زمینه‌های زندگی در حال وقوع هستند و این تغییرات در نهایت منجر به تغییر سیستم فرهنگی و اجتماعی خواهد شد. پیشرفت‌های تکنولوژیک نقش بسیار مهمی در این تغییرات دارند. تلویزیون‌های ماهواره‌ای یکی از ابعاد این پیشرفت‌های تکنولوژیک هستند که تأثیر زیادی بر فرهنگ و جامعه کشورهای در حال توسعه داشته‌اند. در راستای این تغییرات رفتار انسان‌ها نیز تغییر می‌کند (Shamsheer, 2012).

بر اساس تحقیق (zia,2007) نگاه کردن به برنامه‌ی تلویزیون‌های ماهواره‌ای تنها به طبقه متوسط به بالا محدود نمی‌شود و با توجه به در دسترس بودن شبکه‌های ماهواره‌ای برای تمام جامعه، استفاده از این برنامه‌ها در کل جامعه فراگیر شده است. بینندگان به حوزه گسترده‌ای از کانال‌های داخلی و خارجی دسترسی دارند که به آنها امکان دیدن انواع مختلفی از برنامه‌ها را می‌دهد. این منبع رسانه‌ای بیننده را در معرض اطلاعات جدیدی از دنیای خارج و سایر شیوه‌های زندگی قرار می‌دهد، این اطلاعات می‌تواند نگرش‌ها و رفتارها (Gentzkow, Shapiro, 2004) و فرهنگ کلی جامعه (Zahid, 2007) را تغییر دهد. تحقیقات مختلفی به بررسی تأثیر تلویزیون‌های ماهواره‌ای بر روی بینندگان پرداخته‌اند، مخصوصاً بر روی رفتار آنها (Bukhari,2002) (Naseem,2000, Malik,2001). دسترسی آسان، هزینه کم، و علاقه زیاد به تماشای برنامه‌های تفریحی باعث رشد سریع تلویزیون‌های ماهواره‌ای در سرتاسر دنیا شده است (Zia, 2007).

در جهان کنونی ماهواره‌ها از جمله رسانه‌های ارتباطی هستند که به طور فراگیری توجه جوانان را به سوی خود جلب کرده است آنان از این وسیله به انحاء مختلف از قبیل سرگرمی و تفریح و پر کردن اوقات فراغت، برای کسب آگاهی از مسائل و رویدادهای اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، آموزشی، کسب خبر... استفاده می‌کنند. قرار گرفتن جوانان در برابر این رسانه‌ها با سیل عظیمی از

اطلاعات و برنامه های متنوع از سراسر جهان تغییرات فراوانی را در رفتارها، ارزشها و هنجارهای آنان بوجود می آورد که می تواند با ارزشها و هنجارهای خودشان متفاوت باشد تحقیقات مختلف تأثیر برنامه های ماهوارهای را بر متغیرهای مختلف بررسی کرده اند از جمله شمشیر (Shamsher, 2012) در پژوهشی به این نتیجه رسید که به علت وجود کانالهای ماهوارهای خارجی مردم هنجارها و ارزشهای خودشان را از دست می دهند و از سبکهای زندگی خارجی که زیانبخش برای هنجارها و ارزشهای بنگلادش می باشد استفاده می کنند. قوام زاده و مظفری (۲۰۱۴) نیز کانالهای ماهوارهای فارسی زبان را در تغییر سبک زندگی زنان ایرانی مؤثر می دانند. همچنین پژوهش اعظم زاده (۲۰۱۴) نیز حاکی از تأثیر بیشتر برنامه های ماهوارهای روی جوانان در مقایسه با بزرگسالان بوده و نشان می دهد که این برنامه ها بر جنبه های بیشتری از زندگی همچون سبک مو و رفتار و کلمات و حتی پیشرفت و عدم موفقیت دانشجویان تأثیر داشته است. تحقیقات دیگر نیز تأثیر برنامه های ماهوارهای را بر مدگرایی و تغییر رفتار اجتماعی (خراسانی، ۱۳۸۶)، تأثیر آن بر بزهکاری نوجوانان و جوانان (نامداری، ۱۳۸۵)، اعتقادات و نگرشهای مردمان (غیاثوندی و مظفری، ۲۰۱۳) بررسی کرده اند.

در این پژوهش نظریات غالب عبارتند از نظریه دهکده جهانی، جهانی شدن فرهنگ، جهانی شدن ارتباطات، نظریه پرورش، ارزش انتظار، کاربردها و خشنود سازی، وابستگی، شکاف آگاهی، ارزش انتظار و... که در ادامه به آنها اشاره می شود.

## جامعه‌ی همه جایی ژان کازنو

شکستن پوسته های محدوده های بسته جغرافیایی می تواند به تسطیح فرهنگی و یکسان شدن الگوها و اندیشه ها بیانجامد و نوید جامعه ای دهد با مفهوم توده سازی، بدینسان فرهنگ خواص و انحصاری، گروههای بسته، سلک ها یا واحدها و گروههای باطنی، جای خود را به گروههای باز، با جمعیتی بسیار فاقد مناسک ویژه و آداب و سنن انحصاری می دهد. این وسایل ارتباطی در همه ی زوایای دور دست جامعه رخنه نموده است و همواره در جای جای جامعه حاضر است. در چنین جامعه ای خانه، قهوه خانه و به طور کلی همه جا می تواند محل آموزش قرار گیرد؛ هم آموزش سنتی، هم اطلاع از حوادث جدید و دنیای نو. در جامعه ی همه جایی به زعم کازنو فواصل جغرافیایی معنای سنتی خود را از دست می دهند و همه ی انسانها در سراسر کره همسایه یکدیگرند، جهان همچون دهکده یا خانواده و یا به زعم مک لوهان قبیله ای واحد است که مقدمات پیدایش فرهنگی جهانی فراهم می آید. (کازنو، ۱۳۹۱)

## مک لوهان و نظریه‌ی دهکده‌ی جهانی

مک لوهان معتقد است که در پرتو وسایل ارتباطی الکترونیک چهره‌ی کار و زندگی اجتماعی دگرگون می‌شوند، جوامع و ملت‌ها به هم نزدیک می‌گردند و در نهایت دهکده‌ای به پهنای کره‌ی ارض، پدید می‌آید که او آن را اصطلاحاً "دهکده جهانی" می‌نامد. به نظر او تحت تأثیر وسایل ارتباطی الکترونیکی به ویژه تلویزیون اساس زندگی اجتماعی زیرورو شده و طرز زندگی، نظام آموزشی، ادبیات و هنرها و به طور کلی همه مظاهر فرهنگ انسانی در حال دگرگونی هستند (معمد نژاد، ۱۳۹۱)

## نظریه پرورش جرج گربنر

جرج گربنر و همکارانش معتقدند چون تلویزیون تجربه‌ی رایج و معمول تقریباً تمام افراد است، این تأثیر را دارد که روش مشترکی برای دیدن جهان ارائه دهد. "تلویزیون سیستمی مرکزی برای داستان سرایی است. تلویزیون جزء و بخشی از زندگی است. نمایش، تبلیغات، اخبار و برنامه‌های دیگر آن دنیایی نسبتاً منسجم از تصورها و پیام‌ها را به داخل همه‌ی خانه‌ها می‌آورد. گربنر این اثر را "پرورش" می‌نامد، زیرا گفته می‌شود تلویزیون عاملی هماهنگ و همگون ساز در فرهنگ است. بررسی پرورش در مورد کلیت الگویی است که به تدریج توسط تلویزیون در مدت طولانی به جای محتوا با تأثیری مخصوص ارائه می‌شود. (لیتل جان، ۱۳۹۰)

## جهانی شدن ارتباطات

یکی از ویژگی‌های چشمگیر ارتباطات در جهان مدرن این است که در مقیاسی بیش از پیش جهانی صورت می‌پذیرد. پیام‌ها از فواصل بسیار دور و به آسانی ارسال می‌شود، آنچنان که افراد به اطلاعات و ارتباطی که از منابع دور سرچشمه می‌گیرد، دسترسی دارند. افزون بر این، با جدایی مکان و زمان، از طریق رسانه‌های الکترونیکی، دسترسی به پیام‌های صادره از منابع دور از نظر مکان می‌تواند آنی (یا در عمل، آنی) باشد. فاصله یا مسافت با رشد فزاینده‌ی شبکه‌های ارتباط الکترونیکی در عمل محو شده است. افراد می‌توانند با یکدیگر تعامل داشته باشند، یا در چارچوب‌های شبه تعامل باواسطه (رسانه ای) حتی اگر از لحاظ بافتهای عملی زندگی روزمره در نقاط مختلف جهان قرا گرفته باشند به کنش بپردازند.

ترتیب مجدد زمان و مکان که با تحوّل رسانه‌ها میسر شده است، خود بخشی از یک مجموعه‌ی گسترده تر فرآیندهایی است که جهان مدرن را دگرگون کرده اند. این فرآیندها را امروزه معمولاً به

عنوان " جهانی شدن " یا " جهانی کردن " توصیف می کنند. فرآیند جهانی شدن شامل چیزی بیش از توسعه‌ی فعالیت‌ها در فراسوی مرزهای حکومت‌های ملت محور خاص است. جهانی شدن هنگامی به ظهور می‌رسد که الف) فعالیت‌ها در عرصه‌ای عمومی صورت گیرد که جهانی یا تقریباً جهانی باشد ( نه این که به عنوان مثال، صرفاً منطقه‌ای باشد)، ب) فعالیت‌ها سازمان یافته، برنامه ریزی شده یا در مقیاس جهانی هماهنگ باشد، ج) فعالیت‌ها حاوی میزانی از دو جانبگی و وابستگی متقابل باشد، آن چنان که فعالیت‌های محلی واقع در نقاط مختلف جهان توسط یکدیگر شکل می‌گیرند. (تامسپون، ۱۳۸۹،

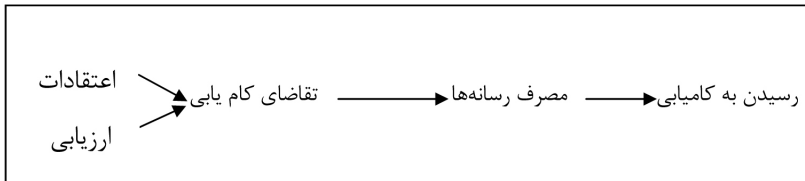
### نظریه کاربردها، خشنود سازی

یکی از مشهورترین نظریه‌های ارتباط جمعی رویکرد کاربردها و خشنود سازی است که به جای پیام، بر مصرف کننده- مخاطب- تأکید می‌کند. در اینجا مخاطب فعال و هدف محور فرض می‌شود. مخاطب تا حد زیادی مسؤول انتخاب رسانه‌ها برای رفع نیاز است. احتیاجاتش را می‌شناسد و می‌داند آنها را چگونه برآورده کند. رویکرد استفاده و خشنودی عملاً می‌تواند دانش ما را راجع به اثرهای ارتباط جمعی افزایش دهد. اثرها ممکن است وابسته و یا مرتبط با نیازها و انگیزه‌های مخاطبان باشد. در نوشته‌های مربوط به استفاده و خشنودی راه‌های متعددی برای طبقه بندی نیازها و خشنودی‌های مخاطب به دست می‌آید. برخی از خشنودی‌های فوری و تأخیری سخن گفته اند بعضی دیگر خشنودی را اطلاعاتی - آموزشی و تخیلی - فراغتی ( تفریحی) خوانده اند. (سورین و تانکارد، ۱۳۹۰)

نظریه ارزش انتظار

فیلیپ پالم گرین، (Philip palmgreen) با نپذیرفتن فقدان انسجام نظری در کار اولیه کاربردها و ارضا، نظریه‌ای را بر اساس کار، کارل روزنگرن و دیگران خلق کرد. این نظریه بر اساس نظریه‌ی ارزش انتظار است. بر اساس این نظریه مردم خود را بر اساس اعتقاد و ارزیابی‌ها با جهان هماهنگ و سازگار می‌کنند. به طور خلاصه، نگرش شما به بخشی از رسانه‌ها بوسیله اعتقادات تان در مورد آن و ارزیابی آن تعیین می‌شود.

پالم گرین و همکارانش طلب رضایت را بر حسب اعتقادات تان از آنچه رسانه می‌تواند فراهم سازد و ارزیابی شما از محتوا و مفهوم رسانه تعریف کرده اند. فردی که برای رفع نیازهای خاصی به برنامه‌های تلویزیون تکیه می‌کند نسبت به آن نوع برنامه جهت گیری مثبت دارد، در حالی که فردی که به خاطر مجموعه‌ی منفی عقاید و ارزیابی‌ها از برنامه‌های تلویزیونی اجتناب می‌کند بر این نوع برنامه تکیه نمی‌کند و در واقع از آن اجتناب خواهد کرد. ( لیتل جان، ۱۳۹۰ )



شکل (۱-۱) الگوی ارزش انتظار تقاضای کام‌یابی‌ها و دست‌یابی به کام‌یابی‌ها

### نظریه وابستگی بال - روکیچ و دی فلور (Ball- Rokeach and Deflur)

بال روکیچ و دی فلور (۱۹۷۶) نظریه‌ای را ارائه کردند و آن را "نظریه‌ی وابستگی" نامیدند. این نظریه حاکی از آن است که افراد وابستگی‌های متفاوتی به رسانه‌ها دارند و این وابستگی‌ها از شخصی به شخص دیگر، از گروهی به گروه دیگر و از فرهنگی به فرهنگ دیگر تفاوت می‌کند. آنها استدلال می‌کنند که، به طور خاص در جامعه جدید شهری صنعتی، مخاطبان وابستگی زیادی به اطلاعات رسانه‌های جمعی دارند.

بال روکیچ و دی فلور استدلال می‌کنند که هر چقدر وابستگی رسانه‌ای در ارتباط با یک پیام ویژه بیشتر باشد، این احتمال که پیام، شناخت‌ها، احساسات و رفتارهای مخاطب را تغییر دهد بیشتر است. (سورین وتانکارد، ۱۳۹۰)

### فرضیه‌ی شکاف آگاهی

ارتباط جمعی ممکن است عملاً اثرش افزایش تفاوت یا شکاف آگاهی میان افراد گروه‌های اجتماعی مختلف باشد. این پدیده "فرضیه شکاف آگاهی" خوانده شده است، نخستین بار توسط تیکنور، دونوهو و اولین (Tichenor, Donohue and olien) در سال ۱۹۷۰ مطرح شد. مؤلفان، فرضیه شکاف آگاهی را به این طریق بیان کردند: وقتی ریزش اطلاعات رسانه‌های جمعی به نظام اجتماعی افزایش می‌یابد، بخش‌هایی از جمعیت با پایگاه اجتماعی اقتصادی بالاتر سریع‌تر از بخش‌هایی با پایگاه پایین‌تر این اطلاعات را کسب می‌کنند، به طوری که شکاف در آگاهی میان این بخش‌ها به جای اینکه کاهش یابد، افزایش پیدا می‌کند.

در این فرایند یکی از متغیرهای مهمی که در مطالعات متعدد شناخته شده است علاقه یا انگیزش است، اگر علاقه کافی وجود داشته باشد و به ویژه اگر توزیع اطلاعات در جامعه عادلانه باشد به بستن



شکاف آگاهی کمک می‌کند دوّم این که شکاف‌هایی که به خاطر ارتباط پیدا می‌شوند، محدود به شکاف آگاهی نیستند و ممکن است نگرش‌ها و رفتار را نیز در برگیرند. (سورین و تانکارد، ۱۳۹۰) در تحقیق حاضر سعی شده با استفاده از نظرات روانشناسی و جامعه‌شناسی و بهره‌گیری از یافته‌های تحقیقاتی اندیشمندان به بررسی تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای بر ناهنجاری رفتاری دانشجویان پرداخته شود. در همین راستا فرضیه‌های زیر آزمون می‌شوند.

- ناهنجاری‌های رفتاری دانشجویان دختر و پسر متفاوت است.
- ناهنجاری‌های رفتاری دانشجویان ساکن شهر و روستا متفاوت است.
- انگیزه استفاده‌کننده از ماهواره بر ناهنجاری رفتاری دانشجویان تأثیر دارد.
- 

جدول (۱) ارتباط بین فرضیات و الگوهای نظری موجود در تحقیق

ردیف	فرضیات	نظریه
۱	تأثیر جنسیت استفاده‌کننده از ماهواره بر ناهنجاری رفتاری دانشجویان	نظریه گروه خاموش یا بی صدا
۲	تأثیر محل سکونت استفاده‌کننده از ماهواره بر ناهنجاری رفتاری دانشجویان	نظریه دهکده جهانی، جهانی شدن فرهنگ، جهانی شدن ارتباطات، جامعه همه جایی
۳	تأثیر انگیزه استفاده‌کننده از ماهواره بر ناهنجاری رفتاری دانشجویان	نظریه خشنود سازی، وابستگی

## روش پژوهش

روش تحقیق در پژوهش حاضر "علّی - مقایسه‌ای" است.

**جامعه آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری:** جامعه آماری مورد بررسی در این تحقیق دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر می‌باشد که بر اساس گزارش دانشگاه در سال ۱۳۹۱ تعداد دانشجویان بالغ بر ۱۰۱۶۱ نفر بوده، که از این تعداد ۳۷۶۱ نفر زن و ۶۴۰۰ نفر دانشجوی مرد می‌باشد. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۰ نفر محاسبه گردید.

برای دقت بیشتر پرسشنامه‌ها در بین ۳۸۰ نفر توزیع گردید که نهایتاً ۳۷۰ پرسشنامه تکمیل شده جهت تحلیل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت، از این میان ۱۳۷ نفر از پاسخ‌دهندگان دختر و ۲۳۳ نفر پسر بودند.

در تحقیق حاضر با توجه به ویژگی‌های جامعه آماری نمونه‌گیری در سه مرحله انجام گرفت: مرحله اول - نمونه‌گیری طبقه‌ای یا سهمیه‌ای: سهم دادن برای هریک از دانشکده‌ها مرحله دوم- نمونه‌گیری خوشه‌ای: انتخاب ۲۰ رشته تحصیلی از میان ۱۱۷ رشته تحصیلی مرحله سوم- تصادفی سیستماتیک: انتخاب دانشجویان در هر رشته از روی لیست حضور غیاب با دادن شماره.

#### ابزار پژوهش: ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته است.

از آنجایی که هدف کلی پژوهش تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای بر ناهنجاریهای رفتاری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر است. لذا برای سنجش متغیرها باید ابزار اندازه‌گیری مناسبی استفاده می‌شد. ابزاری که بوسیله آن متغیرهای تحقیق را مورد اندازه‌گیری قرار دادیم، پرسشنامه است که اجزای تشکیل دهنده آن در جدول ذیل آورده شده است.

جدول (۲) ابزارها و شاخصهای مرتبط

نام متغیرها	نوع طیف مورد استفاده	شاخصها
جنسیت	_____	مذکر، مؤنث
محل سکونت	_____	شهر - روستا
انگیزه استفاده	طیف پنج درجه‌ای لیکرت	تماشای آهنگهای خارجی و ایرانی ماهواره - شو و مدل‌های لباس - سریال‌های شبکه‌های river، PMC، GEM و ... ، فیلم‌های سینمایی، فیلم‌های مستند و آموزشی، کسب خبر و اطلاع از رویدادهای مهم جهان - برنامه‌های آموزشی - برنامه‌های علمی - بهداشتی.
ناهنجاری‌های رفتاری	طیف پنج درجه‌ای لیکرت	دست و پا گیر بودن قوانین و مقررات، بدون پارتی انجام نیافتن کارها، هر کسی حق خودش را باید خودش بگیرد، رعایت نکردن قوانین ترافیک، عمل کردن به قانون، وقت شناسی، بدتر شدن اوضاع و احوال مردم، ناتوانی در مقابل اتفاقات، ندانستن انتظارات دیگران، از بین رفتن محبت و ادامه آن، ناتوانی در برابر اتفاقات جامعه، بی اطمینانی به فردا، احساس ناخشنودی و بی هنری در خود

به منظور سنجش اعتبار پرسشنامه تحقیق از اعتبار صوری استفاده شده است (با گرفتن نظرتأیید چندتن از اساتید و صاحب نظران پیرامون دقت و انسجام سوالات پرسشنامه) که منظور از اعتبار صوری شناسایی اعتبار شاخص‌ها یا معرفی‌های پژوهش است از طریق مراجعه به داوران. (ساروخانی، ۱۳۹۰)

در این تحقیق به منظور سنجش اعتماد سئوالات از روش آزمون (آلفای کرونباخ) استفاده می‌شود. در این پژوهش مقدار آلفا برای کل مقیاس ۰/۸۰ و نمایانگر قابلیت اعتماد و همسازی درونی مناسب پرسشنامه است.

### یافته‌های پژوهش

نتایج یافته‌ها نشان می‌دهد که ۶۴/۲ درصد از پاسخگویان پسر و ۳۵/۸ درصد از پاسخگویان دختر می‌باشند، سن ۴۴/۲ درصد از پاسخگویان کمتر از ۲۱ سال (۲۱-۱۸ سال)، ۳۸/۷ درصد ۲۵-۲۲ سال و سن ۱۷/۱ درصد از پاسخگویان بالاتر ۲۶ سال می‌باشد، محل سکونت ۸۸/۲ درصد از پاسخگویان شهر و ۱۱/۸ درصد از پاسخگویان در روستا سکونت دارند، ۸۴/۵ درصد از پاسخگویان مجرد و ۱۵/۵ درصد از پاسخگویان متأهل می‌باشند، ۵۲/۶ درصد از پاسخگویان کمتر از ۵ سال است که در منزل ماهواره دارند، ۳۱/۳ درصد ۱۰-۶ سال و ۱۶/۱ درصد پاسخگویان بیش از ۱۱ سال است که در منزل ماهواره دارند، ۳۰/۹ درصد از پاسخگویان کمتر از ۲ ساعت برنامه‌های ماهواره را تماشا می‌کنند، ۲۶/۳ درصد ۴-۲ ساعت، ۱۷/۱ درصد ۶-۴ ساعت و ۲۵/۷ درصد پاسخگویان بیش از ۶/۱ ساعت برنامه‌های ماهواره را تماشا می‌کنند و میانگین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره ۴ ساعت و ۲۹ دقیقه می‌باشد.

نابهنجاری رفتاری ۴/۵ درصد از پاسخگویان پایین، ۳۸/۹ درصد متوسط و ۵۶/۶ درصد بالا می‌باشد.

و میانگین میزان نابهنجاری رفتاری در بین پاسخگویان ۳/۶ از ۵ نمره می‌باشد.

انگیزه استفاده ۲۷/۹ درصد پاسخگویان از ماهواره منفی، ۲۱/۳ درصد بینابین و ۵۰/۸ درصد مثبت می‌باشد.

**جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش به ترتیب زیر عمل شد.**

- فرضیه اول: ناهنجاری رفتاری در دانشجویان دختر و پسر متفاوت است.

جدول (۳) نتایج آزمون t برای مقایسه ناپهنجاری رفتاری در دو جنس

شاخص گروه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	t	درجه آزادی	سطح معنی دار
مرد	۲۴۴	۲/۵۲۴۶	۰/۵۲۴۶	۰/۱۵۸	۳۷۸	۰/۸۷۴
زن	۱۳۶	۲/۵۱۴۷	۰/۶۲۰۴۶			

با توجه به سطح معناداری به دست آمده، بین دو گروه (دختر/ پسر) به لحاظ میزان ناپهنجاری رفتاری تفاوت معنی داری وجود ندارد.

- فرضیه دوم: ناپهنجاری رفتاری در دانشجویان ساکن شهر و روستا متفاوت است.

جدول (۴) نتایج آزمون t جهت مقایسه ناپهنجاری رفتاری دانشجویان ساکن شهر و روستا

گروه	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	t	درجه آزادی	سطح معنی داری
شهر	۳۳۵	۳/۶۳۰۳	۰/۶۱۲۸۴	۰/۸۹۷	۳۷۸	۰/۳۷۱
روستا	۴۵	۳/۴۵۴۴	۰/۵۲۲۰۸			

باتوجه به سطح معنی داری آزمون به دست آمده که بالاتر از ۰/۰۵ می باشد می توان گفت بین دو گروه (دانشجویان ساکن شهر/ روستا) به لحاظ میزان ناپهنجاری رفتاری تفاوت معنی داری وجود ندارد.

- فرضیه سوم: انگیزه استفاده کننده برنامه‌های ماهواره بر ناپهنجاری رفتاری تأثیر دارد .

جدول (۵) نتایج تحلیل واریانس

Sig	F	میانگین مجزورات	df	مجموع مجزورات	
۰/۰۰۵	۵/۳۷۷	۱/۹۱۰	۲	۳/۸۲۰	بین گروه هی
		۰/۳۵۵	۳۷۷	۱۳۳/۹۰۷	درون گروهی
			۳۷۹	۱۳۷/۷۲۷	جمع

جدول (۶) نتایج آزمون‌های تعقیبی

Sig	خطای معیار	تفاوت میانگین	انگیزه استفاده ماهواره	انگیزه استفاده ماهواره
۰/۰۰۸	۰/۰۸۷۹۵	۰/۲۷۴۶۲*	بینابین	انگیزه منفی
۰/۰۴۵	۰/۰۷۲۰۵	۰/۱۸۰۲۸*	انگیزه مثبت	
۰/۰۰۸	۰/۰۸۷۹۵	-۰/۲۷۴۶۲*	انگیزه منفی	بینابین
۰/۴۹۰	۰/۰۷۸۹۰	-۰/۰۹۴۳۴	انگیزه مثبت	
۰/۰۴۵	۰/۰۷۲۰۵	-۰/۱۸۰۲۸*	انگیزه منفی	انگیزه مثبت
۰/۰۴۹۰	۰/۰۷۸۹۰	۰/۰۹۴۳۴	بینابین	

\*تفاوت میانگین در سطح ۰/۰۵ معنی دار می‌باشد

با توجه به جدول فوق و اطلاعات به دست آمده از تحلیل واریانس یک طرفه، تفاوت میانگین ناهنجاری رفتاری دانشجویان به تفکیک انگیزه استفاده از برنامه‌های ماهواره با مقدار  $F(۵/۳۷۷)$  با درجه آزادی ۲ و ۳۷۷ و در سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد که با توجه به این سطح معنی داری با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت بین گروه‌های مورد بررسی به لحاظ ناهنجاری رفتاری تفاوت معنی داری وجود دارد.

طبق معمول، با افزایش واریانس بین گروهی و کاهش واریانس درون گروهی، احتمال معنی داری تحلیل واریانس افزایش می‌یابد.

با توجه به آزمون فوق، ناهنجاری رفتاری دانشجویان با انگیزه منفی استفاده از ماهواره بیشتر از دانشجویان با انگیزه مثبت یا بینابین می‌باشد. لذا فرض تحقیق تایید می‌گردد.

## بحث و نتیجه گیری

در رابطه با تأثیر ماهواره در زمینه هنجارها، ارزشها، رفتار و فرهنگ و... می‌توان گفت ماهواره یکی از ابزارهای مهم و تأثیرگذار محسوب می‌شود. زیرا فن آوریهای ارتباطی با سرعت، سهولت و گستردگی روز افزون رهاوردها، رهیافتها، رمزا و نشانه‌های فرهنگی متفاوت را در سراسر جهان منتشر می‌سازد، این رمزا وقتی که در متن فرهنگی دیگر کشورها گشوده می‌شوند غالباً آشفتگی اقوام و ملل را به همراه دارند و هنجار که به نوعی تجلی محتوای شبکه روابط اجتماعی است بیشتر از این تحولات تأثیر می‌پذیرد در مجموع نتایج حاصل از تبیین داده‌های جمع آوری شده به شرح زیر است.

نتایج این بررسی نشان می‌دهد که در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر ناهنجاری رفتاری نسبتاً بالا می‌باشد، چرا که میزان میانگین ناهنجاری رفتاری در این گروه ۳/۶ از ۵ نمره می‌باشد و میزان تماشای برنامه‌های ماهواره در ناهنجاری رفتاری دانشجویان تأثیر داشته (هر چه میزان تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای بیشتر بوده تأثیر آن بر روی ناهنجاری رفتاری نیز بیشتر بوده است). ناهنجاری رفتاری در بین دانشجویان دختر و پسر استفاده کننده از ماهواره مشابه و یکسان می‌باشد یکی از دلایل عمده‌ی آن این است که جوانان برای رسانه‌ها گروه هدف هستند و اختلاط نقشهای زنانه و مردانه در رسانه‌ها از دلایل دیگر آن می‌باشد.

از طرف دیگر ناهنجاری رفتاری دانشجویان شهری و روستایی استفاده کننده از ماهواره نیز مشابه و یکسان می‌باشد، به عبارت دیگر محل سکونت استفاده از ماهواره بر ناهنجاری رفتاری دانشجویان تأثیری نداشته و یکی از دلایل آن می‌تواند به دلیل تکنولوژیهای ارتباطی باشد که تفاوت‌های بین شهر و روستا را به حداقل کاهش داده و باعث نزدیکی فکری و رفتاری در بین آنان شده است. نتیجه دیگری که از این پژوهش حاصل شده این است که ناهنجاری رفتاری در طبقات پایین و بالای جامعه نیز بصورت یکسان و مشابه بوده و تفاوتی در آنها وجود نداشته که یکی از دلایل عمده‌ی آن را می‌توان دسترسی همه طبقات جامعه به علت ارزان بودن به این وسیله ارتباطی دانست. از نتایج دیگر این پژوهش این است که افرادی که با انگیزه مثبت همچون علمی و آموزشی و... از ماهواره استفاده می‌کنند ناهنجاری رفتاری در میان آنها کمتر از افرادی است که با انگیزه منفی از آن استفاده می‌کنند.

### راهکارها و پیشنهادات

بر اساس مطالعاتی که انجام شده و بررسی‌های تجربی که در این زمینه صورت گرفته است برای کاهش ناهنجاری رفتاری جوانان بالاحض دانشجویان در برابر موج شدیدی از برنامه‌های گوناگون ماهواره پیشنهادات ذیل ارائه می‌گردد.

آموزش رفتارهای نوین به جوانان و دانشجویان در عصری که پیشرفتهای فن آورانه و اطلاع رسانی به سرعت در حال گسترش است و روز به روز وسایل ارتباطی جدید وارد بازارهای جهانی می‌شود و در اختیار همگان قرار می‌گیرد لذا جوانان باید در برابر رسانه‌های نوین رفتارهای نوین را بیاموزند.

رسانه‌ها بالاحض تلویزیون در انتخاب هنجارها و ارزشهای جامعه و علاقمند ساختن جوانان به آنها نقش اساسی دارند باید کوشید تا نسل جوان از دوران کودکی در فضایی شاد و سرزنده جذب هنجارها و ارزشهای مورد قبول جامعه گردند و با رغبت و شور از آنها پیروی کنند، لذا ساخت برنامه‌ها و سریالها

و فیلمهای جذاب و شاد و در عین حال آموزنده برای نسل جوان که در عین سرگرم کردن، انتقال ارزشها و هنجارهای جامعه را نیز در بر می‌گیرد به طوری که جوانان احساس بی‌نیازی کرده و وابسته به رسانه‌های خارجی نگردند.

با توجه به این که جوانان بیشتر الگوهای خود را از رسانه‌ها انتخاب می‌کنند و از شخصیت‌های موجود در آنها سر مشق می‌گیرند باید مسئولین امر بتوانند شخصیت‌هایی را در وسایل ارتباط جمعی داخلی بر جسته سازند که از هر لحاظ نمونه بوده و با ارزشها و هنجارهای حاکم در جامعه سنخیت داشته باشند تا جوانان به سوی الگو گیری از شخصیت‌های بیگانه کشیده نشوند.

اختصاص کانالهای خاص مختص جوانان که برخواسته از بطن مشکلات و نیازهای جوانان باشد می‌تواند رغبت جوانان را به استفاده از وسایل ارتباطی جمعی داخل کشور افزایش دهد و به تبع آن دیگر جوانان نیازهای خود را در رسانه‌های خارجی جستجو نمی‌کنند.

پیشنهاد بسیار مهم این است که در جامعه‌ی ما تحقیقات در زمینه‌ی اثرات وسایل ارتباطی نوین از جنبه‌های فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی به طور گسترده انجام نگرفته، رسالت شورای فرهنگی کشور در این مسئله مهم این است که با انجام یک سری تحقیقات، اطلاعات روز آمد و دست اول پیرامون مسئله را در اختیار مسئولین امر قرار دهند.

آموزش اعتقادات دینی و پایبندی به آنها از دوران کودکی ابتدا توسط خانواده سپس توسط مدرسه و رسانه‌های جمعی به صورت عمیق به فرزندان، زیرا هر چه اعتقادات مرکزی تر (اصلی تر) باشد مقاومت بیشتری برای تغییرات را می‌طلبند.

برای جوانان فرهنگ سازی شود که چگونه از رسانه‌های نوین استفاده‌ی درست داشته و انگیزه‌های استفاده از این رسانه‌ها انگیزه‌های درست و در راستای رسیدن به توسعه‌ی علمی خود و کشورشان باشد.

## منابع و مأخذ

### الف) فارسی

۱. بهرامی کمیل، نظام. (۱۳۹۱). نظریه رسانه‌ها (جامعه‌شناسی ارتباطات)، تهران: انتشارات کویر
۲. بیرو، آلن. (۱۳۹۳). فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران: انتشارات کیهان
۳. تافلو، الوین. (۱۳۸۷). موج سوم، ترجمه شهیندخت خوارزمی، تهران: نشر فاخته
۴. تامپسون، جان ب. (۱۳۸۹). رسانه‌ها و مدرنیته، نظریه اجتماعی رسانه‌ها، تهران: انتشارات سروش
۵. دلاور، علی. (۱۳۸۹). راهنمایی تحقیق و ارزشیابی در روان‌شناسی و علوم تربیتی، تهران: نشر ارسباران
۶. رزاقی، افشین. (۱۳۸۸). نظریه‌های ارتباطات اجتماعی، تهران: نشر پیکان
۷. سارو خانی، باقر. (۱۳۹۲). جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران: انتشارات اطلاعات
۸. سارو خانی، باقر. (۱۳۹۰). روشهای تحقیق در علوم اجتماعی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۹. سورین، ورنر؛ تانگارد، جیمز. (۱۳۹۰). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران
۱۰. کازنو، ژان. (۱۳۹۱). جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی؛ منوچهر محسنی، تهران: انتشارات اطلاعات
۱۱. کوئن، بروس. (۱۳۹۰). درآمدی بر جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات توتیا
۱۲. گروه مطالعات حقوقی سازمان صدا و سیما. (۱۳۸۰). چالشهای پخش مستقیم برنامه‌های ماهواره ای، تهران: انتشارات سروش
۱۳. لیتل جان، استیفن. (۱۳۹۰). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه سید مرتضی نوریبخش، تهران: نشر جنگل
۱۴. معتمدنژاد، کاظم. (۱۳۹۱). تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی
۱۵. معتمدنژاد، کاظم. (۱۳۹۱). وسایل ارتباط جمعی، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی
۱۶. مک کوایل، دنیس. (۱۳۹۰). درآمدی بر نظریه‌ی ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها
۱۷. منصورفر، کریم. (۱۳۸۷). روش‌های پیشرفته آماری، تهران: انتشارات پیام نور



۱۸. مهرداد، هرمز (۱۳۸۸). نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، تهران: ناشر موسسه فرهنگی پژوهشی فاران
۱۹. هارپر، کریستوفر (۱۳۸۷). رسانه‌های نوین، ترجمه، علی اصغر کیا، تهران: شرکت تعاونی سازمان معین ادارات

#### ب) انگلیسی

1. Bukhari, B. (2002). The effect of television programmes on youth; Unpublished mester's thesis, department of Mass Communication, University of the Punjab, Lahore, Pakistan.
2. Gentzkow, M. & Jesse, S. (2004) Media, Education and Anti-Americanism in the Muslim World. Journal of Economic Perspectives, 18, 117-133.
3. Ghaysvandi A. & Mostafaei F. (2013). Investigation of satellite impact on the people's beliefs and attitudes (A case study: Saghez city). International Journal of Advanced Studies in Humanities and Social Science, Volume 1, (2): 127-143.
4. Malik, M.A. (2001). Effects of TV advertisements on teenagers of tow different classes. Unpublished master's thesis, department of Mass Communication, University of the Punjab, Lahore.
5. Olken, Ben, (2006). Do Television and Radio Destroy Social Capital? Evidence from Indonesian Villages, " NBER Working Paper, No. 12561.
6. Sharafi, M. (2002). Youth and identity criticism. 3<sup>rd</sup> Edition, Tehran: Soroosh.
7. Tompson, Brookshire, J. (2000). The media and modernity. Translated by: Isari Kasmaei, A., Tehran: Institution of Iran.
8. Shomsher R. and Abdullah M. N. (2012). Effect of Satellite Television on the Culture of Bangladesh. The Viewers Perception, European Journal of Business and Management, Vol 4, No.9.
9. Zahid, D. (2007) " Impact of Cultural Globalization on the Upper Class Youth in Dhaka City: A Sample Study Bangladesh e-Journal of Sociology. Volume 4 Number 2. 1-11.