

نقش ماهواره در شکل گیری هویت ملی جوانان (مطالعه موردی موسسه

همشهری)

دکتر سیدرضا صالحی امیری^۱ محمد صالح افروغ^۲

تاریخ دریافت: ۹۲/۵/۵ تاریخ پذیرش: ۹۲/۶/۱۴

چکیده:

این تحقیق در پی پاسخگویی به این سؤال اساسی که شبکه های ماهواره ای چه تاثیری بر هویت ملی جوانان دارند؟ نخست ادبیات موضوع بررسی و پس از تعیین چهارچوب نظری تحقیق نقش ماهواره بر شکل گیری هویت ملی جوانان از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری شهرستان تهران مورد بررسی قرار گرفته است.

روش تحقیق در این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه اجرا توصیفی- پیمایشی از شاخه تحقیقات میدانی می باشد. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان موسسه همشهری را شامل می شود. جامعه آماری حدوداً ۲۵۰۰ نفر می باشند حجم نمونه از طریق فرمول کوکران محاسبه شده است. از میان پرسش نامه های توزیع شده تعداد ۳۶۸ نفر به سوالات پاسخ داده اند. که پاسخنامه های آنها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شده است.

در این تحقیق داده های حاصل از گردآوری پرسش نامه ها به دو طریق مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند: در مرحله نخست داده ها به شیوه آمار توصیفی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته که در این قسمت از طریق جداول، اشکال و نمودارها و... به توصیف آنها پرداخته شده و در بخش دوم دیدگاه های اعضای نمونه آماری که کارشناسان موسسه همشهری بوده اند در قالب جداول آماری ارائه شده است. در خاتمه به جمع بندی اطلاعات حاصله از انجام تحقیق پرداخته و فرضیات پنجگانه تحقیق مطرح و نتایج نهایی راجع به آزمون هر یک از آن فرضیات مطرح شده است. با توجه به نتایج حاصله کلیه فرضیه های تحقیق تایید شده است.

واژگان کلیدی: ماهواره، هویت جوانان، هویت ملی، هویت ملی جوانان، موسسه همشهری،

^۱ -استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، گروه مدیریت فرهنگی، تهران، ایران

Seyyed reza_amiri@yahoo.com

^۲ -دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، گروه مدیریت فرهنگی، تهران، ایران
Mohammad_afrogh@yahoo.com

مقدمه

فضای مجازی که توسط "ویلیام گیبسون" در ۱۹۸۴ مطرح شده، به عنوان مکانی که بخشی از جهان واقعی و در عین حال خیالی نیز می باشد، تعریف شده است. فضای مجازی با توسعه امکانات، کمک به خلق و یا بازتولید هویت می نماید. کاهش عوامل دیداری، شنیداری و همین طور گمنامی ویژگی هایی هستند که در فضای مجازی امکان تجربه هویت های مختلفی را به فرد می دهند.

"رسانه ای شدن هویت" و "هویت رسانه ای" در همه ابعاد زندگی انسانی رنگی واقعی به خود گرفته است. این تحولات ارتباطی، مفهوم زمان و مکان را دگرگون کرده اند. بدین معنی که رسانه ها، انسان ها را در جریان وقایع و رویدادهای ملی و بین المللی قرار می دهند. در همین زمینه "گیدنز" به جدائی "زمان- مکان"، "هاروی" به "فشرده‌گی زمان- مکان"، و "ریترز" به مفهوم "غیر مکان و غیر زمان" اشاره دارند.

با پیشرفت این رسانه ها، دوره سیال و ابهام آمیزی از پیامدهای احتمالا منفی دنیای مدرن و رسانه های ارتباطی نوین آن برای هویت انسان معاصر، ترسیم می شود. به نظر می رسد، فناوری های نوین ارتباطات و اطلاعات از یک سو وحدت، انسجام و هویت اجتماعی و ملی را تهدید می کنند و از سوی دیگر پادزهری برای تهدیداتی هستند که از طرف سایر نیروهای اجتماعی از قبیل تحرک و دگرگونی سریع، متوجه همین وحدت و انسجام می شود.

"مارک پاستر" معتقد است داده های پایه در اینترنت و رسانه های الکترونیکی جدید هویت افراد کاربر را می سازند. از نظر پاستر این هویت سازی حتی بدون آگاهی افراد از این امر شکل می گیرد.

وی در اثر خود با عنوان "عصر دوم رسانه ها" در این زمینه می گوید: "آنچه در نوآوری های فنی مربوط به عصر دوم رسانه ها یعنی عصر اینترنت، پست الکترونیک و ماهواره مهم است، دگرگونی گسترده فرهنگ، هویت فرهنگی و روش جدید ساخته شدن هویت ها است.

یکی از مسائل اساسی دردوران کنونی، "مساله هویت ملی" یا "جمعی" است، که رشد و توسعه رسانه ها بویژه اینترنت، چالش ها و فرصت هایی را برای آن پدید آورده است.

بررسی تاثیرات و پیامدهای مثبت یا منفی این نوع رسانه‌ها بر ارزش‌ها، باورها، هویت فرهنگی و ملی و نیز شناسایی پیامدهای این پدیده‌های فرامدرن و درک ابعاد مبهم و ناشناخته آن از اهمیت چشمگیری برخوردار است. در دوران کنونی، رسانه‌ها و از جمله ماهواره همواره از آن دست عوامل و متغیرهایی بوده‌اند که در بیشتر جوامع، در مباحث و مطالعات مربوط به هویت چه در سطح فردی و چه ملی، حاضر بوده‌اند.

در عصر کنونی، ماهواره در اکثر جوامع، به فضایی برای دگرگون‌سازی و اختلاط هویت‌های ملی با هویت‌های جهانی تبدیل شده‌اند. به طوری که یکی از کارکردهای اساسی این فناوری‌ها در گستره ملی و فراملی کمرنگ کردن مرزهای هویتی جدید در میان کاربران اینترنت است که این امر از طریق رسانه‌های نوینی مانند: ماهواره و فناوری‌های نوین صورت می‌گیرد.

رسانه‌های الکترونیکی جدید در اثر تغییراتی که در برداشت‌های بشر امروزی بوجود می‌آورند "هویت"‌ها را در وضعیت کاملاً تازه‌ای قرار می‌دهند که متفاوت و حتی مغایر با هویت‌های عصر اول رسانه‌ها یا دوران مدرن است. به عبارت دقیق‌تر، عصر دوم رسانه‌ها و رسانه‌های الکترونیکی جدید، از صورت بندی‌های ذهنی جدیدی حمایت می‌کنند که سازنده هویت بی‌ثبات و تغییرناپذیر انسان جدید است.

یکی از پرجمعیت‌ترین استفاده‌کنندگان ماهواره، جوانان هستند. بررسی و انزمان نشان می‌دهد که بحران هویت در خلال دوران نوجوانی پایان نمی‌یابد، حتی در سطح دانشگاهی ۸۰ درصد جوانان مایلند رشته تحصیلی خود را عوض کنند و این حاکی از آن است که هنوز به مرحله "دستیابی هویت" نرسیده‌اند.

درصد زیاد بحران زدگی حاکی از شکست در حل بحران هویت و ورود به هویت نایافتگی است.

نتایج پژوهش‌ها که نشان می‌دهد "وضعیت بحران زدگی" بیش از سایر وضعیت‌ها در جامعه وجود دارد، همچنین "بحران هویت" و "هویت یافتگی" یکی از عوامل مهم در سلامت روانی جوانان محسوب می‌شود و اغتشاش در هویت جوانان موجب اعتماد، دلمردگی، اضطراب، افسردگی، بی‌تفاوتی و... می‌گردد و تهدیدی جدی برای فرهنگ و

اخلاق برای "حال" و "آینده" کشورمان است. جایگاه فضای مجازی که باعث شکل‌گیری یک نظام ارتباطی جدید مبتنی بر زبان همگانی "دیجیتالی" شده و "بنیاد مادی" جامعه را چنان دگرگون کرده که هیچ‌گونه "انزواگزینی" و "کناره‌گیری" را بر نمی‌تابد و حتی دورافتاده‌ترین و سنتی‌ترین جوامع نیز از بستن مرزهای خود به روی جریان‌ها و شبکه‌های جهانی ناتوان هستند، در این راستا جوانان می‌توانند مرکز ثقل تغییرات جهانی شدن امروز قرار گیرند.

دانشجویان آینده‌ساز کشور و جامعه ما هستند و بحران هویت می‌تواند در آنها بسیار مورد اهمیت واقع شود.

با عنایت به اینکه دانش ما در مورد ماهواره هنوز به مرحله بازپروری و رشد و گسترش نیاز دارد و با توجه به اینکه جوانان و دانشجویان، سرمایه‌های انسانی ارزشمند جامعه هستند و از آنجا که کشورمان دارای بیشترین درصد جمعیت جوان در جهان است آگاهی از هویت ملی در این گروه سنی بسیار مهم است.

به رغم اهمیت بالای فرهنگی این موضوع بر روی دانشجویان و جوانان چندان مورد تحقیق و بررسی کارشناسان و پژوهشگران علم ارتباطات قرار نگرفته تا با شناخت تاثیرماهواره بر هویت ملی کاربران جوان دانشجو، بتوان کمک‌شایانی به حفظ هویت ایرانی و ملی نمود.

بر این مبنای ضروری است که تاثیر شبکه‌های ماهواره‌ای بر بحران‌های روحی، روانی و جسمی جوانان (دانشجویان) مورد بررسی قرار گیرد. بنابراین در پژوهش حاضر، سوال اساسی مورد نظر این است که شبکه‌های ماهواره‌ای چه تاثیری بر هویت ملی جوانان مؤسسه همشهری دارند؟

ادبیات تحقیق

ماهواره‌ها و بحران هویت

امروزه وسایل ارتباط جمعی در تمامی کشورها نقش حساس و مهمی را در زمینه‌های مختلف از جمله سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایفا می‌کنند. اهمیت رسانه‌های گروهی تا حدی است که دانشمندان در تقسیم‌بندی مراحل تاریخی تمدن بشر، آن

را لحاظ کرده‌اند. "آلومین تافلر" "تمدن بشری" را به سه مرحله تقسیم می‌کند که شامل مرحله "کشاورزی"، "مرحله صنعتی" و "مرحله فراصنعتی" یا "عصر ارتباطات و اطلاعات" است. در عصر فراصنعتی، "قدرت" در دست کسانی است که شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی را در اختیار خود دارند (تافلر، ۱۳۷۷: ۵۷).

واقعیت این است که وقوع انقلاب اطلاعات و پیدایش فناوری‌های جدید ارتباطی مانند ماهواره‌ها و اینترنت منجر به ارائه تعریف جدیدی از سیاست و ساختارهای قدرت در جامعه می‌شود. در همین راستا قدرت نیز در دست کسانی تمرکز می‌یابد که امکان تولید، کنترل و انتشار مؤثرتر و کارآمدتر اطلاعات را داشته باشند. بنابر باور بسیاری از صاحب‌نظران، این صاحبان قدرت هستند که با تنظیم اطلاعات، دانش و تصمیم‌های سیاسی در سطح ملی و بین‌المللی و از طریق رسانه‌ها در زمینه‌های مختلف تصمیم‌گیری می‌کنند. از دید آنان، رسانه‌ها ابزاری هستند که به وسیله آنها طبقه حاکم جهان نه تنها موفق به توجیه سلطه خویش می‌شود بلکه موافقت جدی افراد تحت حکومت را نیز به دست می‌آورد.

از سوی دیگر تحول مهم عرصه ارتباطات بین‌الملل یعنی تمرکز و ادغام رسانه‌های جمعی و ظهور غول‌های رسانه‌ای مجهز به شبکه‌های ماهواره‌ای بزرگ را نیز که در طول دو دهه گذشته به وقوع پیوسته، نمی‌توان در روند جهانی شدن نادیده انگاشت. چرا که این تمرکز بر شیوه ترکیب‌بندی و انتشار اخبار و محصولات فرهنگی تأثیر به‌سزایی گذاشته و به تجاری شدن صرف این محصولات منجر شده است.

در تأیید این نظر، بسیاری از نظریه‌پردازان نوین نیز بر این باورند که در فرایند جهانی شدن، یکی از مهم‌ترین جلوه‌های نقش رسانه‌های جدید اعم از "شبکه‌های ماهواره‌ای" و "رایانه‌ای" اهتمام آنها به رشد "تک فرهنگی جهانی" است؛ "فرهنگی" که از سوی رسانه‌های جهانی غرب تبلیغ می‌شود، فرهنگی که به مردم دیکته می‌کند چه بپوشند، چه بخورند و چه زندگی کنند، چه بدانند و چگونه فکر کنند.

جا به جایی اطلاعات که ناشی از نابرابری‌های فناورانه (به ویژه فناوری ماهواره‌ای) بین جوامع پیشرفته و در حال توسعه است، موجب گسترش موج سرمایه‌داری و تسلط و

تأثیرگذاری فرهنگ غالب غربی و در نهایت به حاشیه رانده شدن کشورهای ضعیف خواهد شد. از نظر بسیاری از نظریه‌پردازان، هدف غرب از به کارگیری سیستم‌های ماهواره‌ای، ایجاد بستری مناسب برای "یکسان‌سازی فرهنگی" و "جهانی‌سازی اقتصاد لیبرالیستی" است. (دهشیری، ۱۳۷۹)

زنجیره رسانه‌های جهانی و متحدان آنها در جهان سرمایه‌داری، اکثر انسان‌ها را به مصرف‌کنندگان غیرفعال تبدیل می‌کنند که از هویت فرهنگی خود خالی شده‌اند و توانایی رقم زدن سرنوشت خویش را ندارند. بهره‌مندی کشورهای توسعه‌یافته غربی از روستاها، روبناهای اطلاعاتی و ابزارهای فناوری ارتباطاتی چون ماهواره‌ها، موجبات برتری آنها را در عرصه تحمیل زیرساخت‌های ارتباطی (شامل اندیشه و فرهنگ) به فرهنگ‌های دیگر فراهم آورده است.

گسترش پرشتاب فناوری به ویژه فناوری الکترونیکی به میزان زیادی کیفیت و روند طبیعی زندگی انسان را از حالت عادی و طبیعی خارج کرده است و رفتارهای جدیدی را در عرصه فردی و اجتماعی به وجود آورده است. رفتارهای جدید، به عرصه خانواده نیز گسترش پیدا کرده است. مهم‌ترین مشخصه این رفتار، "فردگرایی" و "کاهش احساس تعلق" و "پیوند عاطفی" در گروه خانواده می‌باشد. بدین شکل که رسانه‌های جمعی به تدریج جای ارتباط بین فردی از نوع چهره به چهره را گرفته و موجب شده اند فضای انفرادی به جای فضای جمعی و عاطفی در خانواده حاکم شود، به طوری که گسترش تکنیکی رسانه‌های شنیداری و رایانه‌ای، ارتباط مستقیمی با فردگرایی و دوری از فضای روانی و عاطفی خانواده را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، این ابزارها به تدریج فضای روانی و محیطی گفتگو را در یک ارتباط بین فردی، خدشه دار می‌کنند و اعضای گروه را به جای همگرایی، به واگرایی سوق می‌دهند تا جایی که هر عضو خانواده صرفاً در یک فضای فیزیکی مشترک زندگی می‌کنند، و تعامل کمتری با هم خواهند داشت. در این مسیر، تعامل واقعی فرد به جای آن که با افراد دیگری در محیط انسانی سامان بیابد، با رسانه‌های الکترونیکی شکل می‌گیرد و به دلیل برتری تکنولوژیکی و تجهیزات خیره‌کننده رسانه‌ای، نوعی رعب فرهنگی و انفعال شخصیتی در فرد ایجاد می‌شود. نتیجه این می‌شود که

افراد خانواده به جای گفتگوی صمیمی با یکدیگر که می‌تواند به تقویت پیوندهای عاطفی و انسجام اعضای خانواده منجر شود، با ابزارهای الکترونیکی ارتباط برقرار می‌کنند؛ ارتباطی که فاقد بار عاطفی، احساسی و هیجانی است و به تعبیر فوکویاما، به دلیل تحدید اخلاق و کیفیت زندگی امروزی، به تدریج شاهد یک فروپاشی بزرگ خواهیم بود. این فروپاشی در زمینه‌های اخلاقی و در نهادها، بیشتر در زمینه خانواده اتفاق خواهد افتاد. (گری، ۱۳۸۳)

با توجه به مطالب فوق و با توجه به گسترش و توسعه روز افزون ماهواره‌های مخابراتی و تلویزیونی، نگرانی‌های خاص مردم در مورد برنامه‌های ماهواره و تلویزیون نامحدود است و به نظر می‌رسد که تمامی دوران زندگی بشر را در بر می‌گیرد. چنین فرض می‌شود که برنامه‌های ماهواره و تلویزیون در جهت تمامی نقایص جامعه امروزی نقش دارد و حتی سبب ایجاد آنها نیز شده است. این نگرانی‌ها بر مسائل اجتماعی مثل خشونت، تربیت ناشایست کودکان، تبعیض جنسی، بی‌بند و باری جنسی متمرکز است. نگرانی‌های فوق بر مسائل سیاسی (تبعیض و تعصب و تأثیر آن بر انتخابات) و حتی عوامل گسترده‌تر فرهنگی مثل مادی‌گرایی (جامعه مصرف‌کننده) و «امپریالیسم رسانه‌ها» نیز اشاره‌هایی دارد. در میان این زمینه‌های بسیار نگران‌کننده چند خصیصه مشابه وجود دارد.

- نگرانی‌ها اغلب منفی‌اند. از میان افرادی که طالب تغییرات هستند، تعداد آنهایی که بر مبارزه علیه تأثیرات ضد اجتماعی موجود در برنامه‌های ماهواره و تلویزیون تأکید دارند، بسیار بیشتر از آنهایی است که معتقدند برنامه‌های ماهواره و تلویزیون باید به عنوان یک نیروی مثبت موافق اجتماع به کار گرفته شود، بسیار غیرمعمول است که شخصی بگوید ماهواره و تلویزیون باعث و بانی و یا مشوق چیز خوبی شده است. این گرایش که تمام نارسایی‌های جهان را به یک رسانه گروهی خاص نسبت دهند، به دوران پیش از ماهواره و تلویزیون بر می‌گردد: ابتدا، کتاب را از هر نوع که باشد مقصر می‌دانستند، و پس از آن داستان‌های تخیلی، فیلم و رادیو مقصر شناخته می‌شدند. در این نگرانی‌ها مقداری بدگمانی، ترس یا خودخواهی و تکبر نسبت به رسانه گروهی نیز دیده می‌شود. یک عامل مهم در مورد ماهواره و

تلویزیون صرفاً مقیاس آن است. اگر این دستگاه‌ها مثل دستگاه ویدئو بودند و مثلاً تنها ۴۰ درصد از مردم آن را فقط به مدت چند ساعت در هفته استفاده می‌کردند، این نگرانی‌ها فرق می‌کردند. مردم از نفوذ بالقوه برنامه‌های ماهواره و تلویزیون واهمه دارند زیرا باور کردن این نکته مشکل است که این همه تماشا کردن اثری نداشته باشد.

- اغلب نگرانی‌ها به انواع خاصی از محتوای برنامه مربوط می‌شود، مثل برنامه‌های سرگرمی و به میزانی کمتر، در آگهی‌ها. برنامه‌های اطلاعاتی باعث ایجاد نگرانی‌های کاملاً متفاوتی می‌شوند، مثل کنترل سیاسی و تبعیض و تعصب در گردآوری و ویرایش اطلاعات.

- در این نگرانی‌ها، این فرض ضمنی وجود دارد که محتوای برنامه‌ها، رفتار یا نگرش‌های بعدی مخاطبان را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد. اگر چنین تأثیراتی وجود نداشت، آن وقت اعتراض منطقی نسبت به محتوای برنامه‌ها احتمالاً از بین می‌رفت و یا کم می‌شد.

- نگرانی‌های مردم غالباً در مورد آثار برنامه‌ها بر بینندگان دیگر است. مردم به ندرت اظهار می‌کنند که خودشان در نتیجه تماشای برنامه‌های ماهواره و تلویزیون مثلاً خشن‌تر، شهوتران‌تر یا مادی‌گرا شده‌اند.

در خصوص این نگرانی‌ها جا دارد به برخی از تحقیقاتی که در زمینه تأثیرات برنامه‌های ماهواره بر نوجوانان و جوانان انجام شده است، اشاره نماییم.

"ریچارد کاندون"، انسان‌شناس، در تحقیقی در خصوص جوانان در منطقه ای از "شمال کانادا"، این دیدگاه را بسط داده و تأثیرات فرهنگی ماهواره را روشن کرده است. جوانان اسکیمو که تا قبل از این اهل رقابت نبودند، با پخش بازی‌های هاکای از جنوب کانادا برای تلویزیون‌هایی که به آنتن ماهواره مجهز بودند، به انسانهای دیگری تبدیل شدند. جوانان هر روز شروع به بازی‌های هاکای کردند که در ابتدا با حسن همکاری همراه بود، ولی به تدریج با رقابت توأم گردید. تأثیر دیگر رسانه‌هایی که پایگاه خارجی دارند، آگاه کردن جوانان از سطح زندگی بالاتر از حد زندگی آنها در دهکده تحت حمایت دولت

خود است. دهکده ای که کمتر کسی مایل به ترک آن است. کاندون احتمال می‌دهد که این امر به احساس عمومی سرخوردگی منجر شود (Condon, 1990: 266-279) "ابولوقد" (۱۹۸۹) از کاربردهای فناوری‌های محبوب مردم یعنی رادیو، تلویزیون و کاست‌های صوتی و تصویری (ویدئو)، در میان بدویان صحرای غربی مصر خبر می‌دهد. تمایل زنان جوان به عشق‌های رمانتیک و کالاهای مصرفی که در تلویزیون می‌بینند، هم‌راهی برای مقاومت در برابر اقتدار بزرگسالان در ترتیب دادن ازدواج‌ها است و هم‌روزنه‌ای برای نفوذ دولت مصر در فرهنگ مقاوم بدوی‌ها. به نظر "ابولوقد" موسیقی پاپ عرب بدوی، به جوانان کمک می‌کند تا اقتدار بزرگسالان را به چالش بکشند (Abu_lughod, 1989: 7-11).

"سوزان دیویس" و "داگلاس دیویس" در پژوهشی تحت عنوان «مسجد و ماهواره» به بررسی و نقش وسایل "ارتباط جمعی" بر جوانان در کشور "مراکش" می‌پردازند. در دهه ۱۹۸۰، یعنی در دوره تحول سریع اجتماعی، جوانان شهر «زاویا» در مراکش، بیش از پیش در معرض انواع وسایل ارتباط جمعی غربی، خاورمیانه‌ای و محلی قرار گرفتند. وضعیت اقتصادی، روابط جنسی نسبتاً آزاد و نقش‌های اجتماعی غیر سنتی برای زنان و استفاده جوانان از تصاویر رسانه‌ای با رفتار اجتماعی، انتخاب همسر و آرزوهای شغلی رابطه داشتند. مردان جوان بیش از زنان جوان در معرض رسانه‌های غربی قرار گرفته و از ذائقه‌های فردی برخوردار شده بودند؛ لیکن همه آن جوانان تمایل مشابهی به آستی دادن ارزشهای سنتی اسلامی با ارزشهای امروزی برگرفته از رسانه‌ها از خود نشان دادند (دیویس، ۱۳۸۰).

"پنابادی" در پژوهشی تحت عنوان «تلویزیون ماهواره ای و اثرات آن بر فرد و جامعه» که در سال ۱۳۷۵ در شهر تهران انجام داد، به نتایج زیر دست یافت:
بیش از نیمی از جامعه نمونه برنامه‌های ماهواره را سودمند دانسته‌اند و نزدیک به نیمی از جمعیت نمونه نیز این برنامه‌ها را در زندگی شخصی مفید ارزیابی کرده‌اند.

مهم‌ترین فایده‌های برنامه‌های ماهواره از نظر آنها، آگاهی زیادی است که این برنامه‌ها در زمینه‌های علمی، پزشکی و تکنیکی به تماشاگر می‌دهند، ولی تمرکز نظرها بر مسئله اطلاع‌رسانی در زمینه اخبار و رویدادهای جهان بوده است.

مهمترین حوزه تأثیر برنامه‌های ماهواره در سطح فردی، برای کودکان و نوجوانان بدآموزی و تهدید سلامت جسمی، روحی و رفتاری آنها بوده است.

تصور غالب این است که تأثیر برنامه‌های ماهواره بر نظام ارزشی و فرهنگ، در درازمدت شکل می‌گیرد و اثرگذاری آن لحظه‌ای و سریع نیست. تحلیل واقعی تأثیرات برنامه‌های ماهواره و نظام ارزشی نیازمند مرور زمان است (پنابادی، ۱۳۷۵).

متغیرهای تحقیق

متغیر، یک مفهوم است که بیش از دو یا چند ارزش یا عدد به آن اختصاص داده می‌شود. به عبارت دیگر، متغیر به ویژگی‌هایی اطلاق می‌شود که می‌توان آنها را مشاهده یا اندازه‌گیری کرد و دو یا چند ارزش یا عدد را جایگزین آنها قرار داد (دلور، ۱۳۸۴: ۵۸).

متغیرهایی که در این تحقیق وجود دارد عبارتند از:

هویت:

می‌دانیم که فرد با داشتن «خود» توانایی کنش متقابل با «خود» این توانایی را پیدا می‌کند که از خود تصویری داشته باشد، با تصور از خود است که فرد می‌تواند به سؤال بنیادین هویت یعنی «من کیستم؟» پاسخ دهد.

هویت ملی:

"هویت ملی" فرایند پاسخ‌گویی آگاهانه یک ملت به پرسش‌هایی پیرامون خود، گذشته، کیفیت، زمان، تعلق، خاستگاه اصلی و دائمی، حوزه تمدنی، جایگاه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ارزش‌های ملهم از هویت تاریخ خود است. هم‌چنین هویت ملی را می‌توان مجموعه‌ای از نشانه‌ها و آثار مادی، زیستی، فرهنگی و روانی‌ای دانست که سبب تفاوت جوامع از یکدیگر می‌شود.

ابعاد هویت ملی:

گفتیم که هویت ملی مقوله‌ای مرکب است، لیکن محققان سنتی بر حسب علایق حرفه‌ای خود به یک یا چند عنصر آن توجه داشته‌اند. و برخی توجه خود را به تحلیل و مطالعه‌ی یک یا چند بعد خاص آن معطوف نموده‌اند. اما شماری هم سعی در برشمردن تمامی ابعاد هویت ملی داشته‌اند. و یا برای سنجش و اندازه‌گیری ابعاد متعدد آن تلاش کرده‌اند. با این وجود، مفهوم مورد بحث دچار خلل و نقص است به نحوی که چارچوب نظری منسجم و برداشت جامعی از مفهوم هویت، به‌ویژه عناصر تشکیل‌دهنده‌ی هویت، در دست نیست. اما به دلیل تأثیر ابعاد و عناصر هویت ملی در اندازه‌گیری دقیق و جامع و آسیب‌شناسی مسأله، ضروری به نظر می‌رسد که کلیه‌ی ابعاد آن بر شمرده و میزان اولویت و سهم هر بُعد تعیین شود. این ابعاد مختلف در حقیقت نقاط گره‌ای هویت ملی هستند که موجب شکل‌گیری و قوام مشترکات بین شهروندان می‌شود. بر اساس بررسی‌های مختلف، ابعاد هویت ملی ایرانیان را، از لحاظ تحلیلی، می‌توان در مورد ذیل مطالعه کرد:

بعد اجتماعی هویت ملی

هر شخص از طریق محیط اجتماعی‌ای که متعلق بدان است یا بدان رجوع می‌کند، هویت خود را می‌سازند و توسعه می‌دهد. از این دیدگاه "اریکسون"، "شرایط اجتماعی" سومین عامل در شکل‌دادن و سامان‌دادن به "شخصیت افراد" می‌باشد. بعد اجتماعی هویت ملی در ارتباط با کیفیت روابط اجتماعی فرد با نظام کلان اجتماعی است. شاخص‌های عملیاتی این بعد عبارت‌اند از:

- اعتماد کامل

- پذیرش مصالح و منافع جمعی بر مصالح و منافع فردی
- برقراری روابط دوستانه و عاطفی در تمامی ابعاد
- ابراز رضایت عمومی از اوضاع موجود
- احساس سودبری از مناسبات موجود
- مشارکت در نظام تقسیم کار و پایبندی به هنجارهای عام.
- بعد تاریخی هویت ملی

هویت تاریخی را می‌توان آگاهی و دانش نسبت به پیشینه تاریخی و احساس تعلق خاطر و دلبستگی بدان دانست. این تعریف در برگیرنده سه بُعد است:

- ۱- "دانش تاریخی"، به معنای آگاهی از مهم‌ترین حوادث و شخصیت‌های تاریخی.
- ۲- "تعلق خاطر تاریخی"، به معنای وجود احساسات و عواطف مثبت و منفی نسبت به حوادث، وقایع و شخصیت‌های مثبت و منفی که نتیجه آن برخورد مثبت و افتخارآمیز با آن یا موفق دانستن فعالیت‌ها و اقدامات شخصیت‌های مؤثر و مثبت در تاریخ کشور و احساس غرور یا ناراحتی و سرافکندگی و تحقیر شدن است.
- ۳- "اهتمام تاریخ"، به معنای میزان اهمیت دادن به تاریخ در مقایسه با سایر موارد مهم است.

- بُعد جغرافیای هویت ملی

هویت ملی هر ملت در درجه نخست زائیده محیط جغرافیایی آن ملت است. محیط جغرافیایی تبلور فیزیکی، عینی، ملموس و مشهود هویت ملی به حساب می‌آید.

شاخص‌های متعددی دارد که از آن جمله‌اند:

- آمادگی برای دفاع از سرزمین در زمان بروز خطر

- مرجح دانستن زندگی در کشور خود بر سایر نقاط جهان

- عدم تمایل به مهاجرت و پذیرفتن سرزمین مشخص به عنوان کشور.

- بعد سیاست هویت ملی

تعلق به یک واحد سیاسی به عنوان یک عنصر ملی، مستلزم تعلق به دولت، نظام سیاسی و ارزش‌های مشروعیت بخش حکومت در هویت ملی است. و امروزه دولت ملی بزرگ

ترین و رایج‌ترین نوع شکل بندی جامعه بشری محسوب می‌شود.

شاخص‌ها و مؤلفه‌های عمده این بعد را چنین می‌توان برشمرد:

- اعتماد و اطمینان به نظام سیاسی

- پذیرش مشروعیت و کارآمدی حکومت

- وفاداری به نهادهای سیاسی

- بُعد فرهنگی یا میراث فرهنگی هویت ملی:

شاید بتوان میراث فرهنگی مشترک، گسترده و فراگیر را در بین شهروندان یک کشور از مهم‌ترین اجزاء هویت ملی دانست که سبب توافق فرهنگی می‌شود.

شاخص‌های مهم این بعد چنین است:

- آیین‌ها و سنت‌های عام

- جشن‌ها و اعیاد و فرهنگ عامه

- ارزش‌های سنتی

- لباس و طرز پوشش

- معماری بناها و مکان‌ها

- آداب و رسوم

- عرف و عادات

- هنرهای ملی و بومی

- باورها

اهداف تحقیق:

هدف اصلی:

شناخت تاثیر ماهواره در شکل‌گیری هویت ملی جوانان از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری

اهداف فرعی:

۱- شناخت تاثیر ماهواره در شکل‌گیری هویت اجتماعی جوانان از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری

۲- شناخت تاثیر ماهواره در شکل‌گیری هویت تاریخی جوانان از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری

۳- شناخت تاثیر ماهواره در شکل‌گیری هویت جغرافیائی جوانان از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری

۴- شناخت تاثیر ماهواره در شکل‌گیری هویت فرهنگی جوانان از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری

۵- شناخت تاثیر ماهواره در شکل‌گیری هویت سیاسی جوانان از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری

فرضیه‌های تحقیق:

فرضیه اصلی:

از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل‌گیری هویت ملی جوانان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی:

۱- از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل‌گیری هویت اجتماعی جوانان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۲- از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل‌گیری هویت تاریخی جوانان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۳- از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل‌گیری هویت جغرافیائی جوانان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۴- از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل‌گیری هویت فرهنگی جوانان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل‌گیری هویت سیاسی جوانان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

متدولوژی تحقیق :

با توجه به اهداف تحقیق روش مورد مطالعه در این پژوهش توصیفی - پیمایشی از شاخه‌ی تحقیقات میدانی می‌باشد .

جامعه آماری و نمونه آماری

«جامعه، شامل گروهی از افراد است که دارای یک یا چند صفت مشترک هستند و این صفات مورد توجه پژوهشگر می‌باشد. جامعه ممکن است همه افراد یک نوع خاص و یا عدّه محدودتری از همان گروه را در برگیرد» (بست، ۱۹۶۱: ۲۴). جامعه‌ی آماری این پژوهش کلیه کارکنان موسسه همشهری را شامل می‌شود. جامعه آماری حدوداً ۲۵۰۰

نفر می‌باشند حجم نمونه از طریق فرمول کوکران محاسبه شده است. از میان پرسش‌نامه‌های توزیع شده تعداد ۳۶۸ نفر به سوالات پاسخ داده‌اند. که پاسخ‌نامه‌های آنها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شده است.

روش و ابزار جمع‌آوری اطلاعات

گردآوری اطلاعات در روش پیمایش مرحله‌ای بسیار مهم است چرا که آزمودن فرضیه‌ها براساس دقت گردآوری اطلاعات امکان‌پذیر می‌شود. روش جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش ترکیبی بوده و برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از روش میدانی و کتابخانه‌ای بهره گرفته شده است. داده‌های مورد نیاز این تحقیق با استفاده از پرسشنامه و با ویژگی‌های زیر سنجیده شده است.

- محقق ساخته است.

- بسته پاسخ می‌باشد.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

داده‌های جمع‌آوری شده در قالب نرم افزار آماری SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شده است. در بخش توصیفی از آمارهای میانگین، درصد فراوانی و ... بهره گرفته شده و در بخش استنباطی از آزمون‌های خی دو (کایسکور) و آزمون "فریدمن" نیز برای رتبه بندی عوامل استفاده شده است.

اعتبار و روایی داده‌های طرح

منظور از اعتبار یک تحقیق، میزان دقت شاخص‌ها و معیارهایی است که در راه پدیده‌ی مورد نظر تهیه شده‌اند. در این تحقیق، جهت تعیین میزان اعتبار ابزار اندازه‌گیری، از اعتبار صوری (محتوایی) استفاده می‌شود. منظور از اعتبار صوری، میزان توافق متخصصان یک امر در رابطه با یک شاخص یا معیار است (ساروخانی، ۱۳۷۳: ۲۸۷-۲۸۶). در این پژوهش از مشاوره و مصاحبه با اساتید و صاحب نظران موضوعی، بهره گرفته شد.

منظور از "پایایی" یا "روایی" این است که ببینیم آیا ابزار سنجش، دارای ویژگی تکرارپذیری هست؟ یعنی در صورت تکرار عملیات تحقیق می‌توان به نتایجی مشابه رسید؟ (ساروخانی، ۱۳۷۳: ۲۸۸).

اعتماد یا پایایی مسئله کمی و تکنیکی است و بیشتر ناظر به این سؤال است که ابزار اندازه‌گیری با چه دقت و صحتی پدیده یا صفت مورد نظر را اندازه‌گیری می‌کند. ضریب "آلفای کرونباخ" از عمومیت بیشتری در این روش برخوردار است. اصولاً این روش برای محاسبه انسجام درونی ابزار اندازه‌گیری یا مقیاس‌ها به کار می‌رود. زمانی که مقیاسی از نوع "لیکرت" وجود داشته باشد و محقق بخواهد از طریق متغیرهای مختلف یک مفهوم پیچیده را اندازه‌گیری کند برای سنجش انسجام درونی مقیاس می‌توان از آماره آلفای کرونباخ استفاده کرد. اگر مقدار بدست آمده از آماره آلفای کرونباخ بیشتر از ۷۰٪ باشد پایایی ابزار اندازه‌گیری، قابل قبول تلقی می‌گردد. اما علاوه بر آلفای کرونباخ گزینه‌ای وجود دارد که نشان می‌دهد با حذف هر یک از متغیرها چه تغییری در مقدار آلفا ایجاد می‌گردد. از طریق بررسی مقادیر این بخش می‌توان تصمیم گرفت که در صورت حذف کدام متغیر یا متغیرها مقدار آلفا افزایش می‌یابد. این گونه متغیرها، مواردی هستند که با سایر متغیرها سازگار نبوده و لذا به حذف آنها دقت اندازه‌گیری مقیاس افزایش می‌یابد. اگر مقدار بدست آمده کمتر از ۷۰٪ باشد باید عمل حذف متغیرهای با آلفای پایین تا جایی ادامه یابد که مقدار آلفای نهایی به ۷۰٪ یا بیشتر از آن برسد. ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای مورد مطالعه با توجه به متغیرهای در نظر گرفته شده را نشان می‌دهد. مقدار ضریب آلفا برای هر یک از معرف‌های در نظر گرفته شده، در طرح پیش‌رو، جهت تعیین این قابلیت و به عبارتی دقیق‌تر همسازي درونی گویه‌ها، جهت سنجش مفهوم و متغیر ترکیبی، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. در مورد آلفای کلی پرسشنامه در این پژوهش ۷۸٪ می‌باشد که نشان از پایایی ابزار اندازه‌گیری تحقیق است. در مجموع ضریب آلفا حکایت از پایا بودن ابزار سنجش است.

یافته‌های ناشی از انجام تحقیق:

از میان پاسخ‌گویان، ۳۰۴ نفر معادل ۸۲.۶ درصد مرد و ۵۶ نفر معادل ۱۵.۲ درصد زن می‌باشند. پایین‌ترین سن متعلق به کسانی است که سن ۲۳ سال دارند و بالاترین سن متعلق به کسانی است که سن ۸۰ سال را دارند. بنابراین، دامنه توزیع سنی برابر با ۶۶ سال می‌باشد. سن بیشترین افراد برابر با ۶۳ سال می‌باشد. سن نیمی از پاسخ‌گویان مساوی یا کمتر از ۴۵ و نیمی دیگر بیش از آن می‌باشد. متوسط سن نمونه آماری برابر با ۴۳ می‌باشد و توزیع سنی پاسخ‌گویان نرمال می‌باشد.

یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که ۲۳.۹ درصد از پاسخ‌گویان نظری کاملاً موافق، ۵۳.۳ درصد نظر موافق، ۱۲ درصد بدون نظر و ۹.۸ درصد نظری مخالف نسبت به اینکه برنامه‌های ماهواره موجب کاهش میزان اعتماد کامل در میان جوانان کشور شده و در شکل‌گیری هویت ملی آنها موثر می‌باشد، داشته‌اند.

در خصوص اینکه برنامه‌های ماهواره از طریق تبلیغ پذیرش مصالح و منافع فردی بر مصالح و منافع جمعی در شکل‌گیری هویت ملی جوانان موثر می‌باشد ۲۳.۹ درصد گزینه‌ی کاملاً موافقم، ۴۵.۷ درصد گزینه‌ی موافقم، ۱۰.۹ درصد گزینه‌ی بدون نظر، ۱۶.۳ درصد گزینه‌ی مخالفم و ۲.۲ درصد گزینه‌ی کاملاً مخالفم را انتخاب کرده‌اند.

از بین پاسخ‌گویان ۱۹.۶ درصد کاملاً موافق، ۴۳.۵ درصد موافق، ۱۸.۵ درصد بدون نظر، ۱۵.۲ درصد مخالف و ۲.۲ درصد کاملاً مخالفند که برنامه‌های ماهواره از طریق ترویج عدم برقراری روابط دوستانه و عاطفی در تمامی ابعاد در شکل‌گیری هویت ملی جوانان موثر می‌باشد. از ضروریات است.

۱۵.۲ درصد از پاسخ‌گویان کاملاً موافق، ۵۰ درصد موافق، ۶.۵ درصد بدون نظر، ۲۵ درصد مخالف و ۳.۳ درصد کاملاً مخالف با این هستند که برنامه‌های ماهواره از طریق ایجاد عدم ابراز رضایت عمومی از اوضاع موجود در کشور در شکل‌گیری هویت ملی جوانان موثر می‌باشد. از ضروریات است.

این گویه که برنامه های ماهواره از طریق ایجاد احساس عدم سودبری از مناسبات موجود در کشور در شکل گیری هویت ملی جوانان موثر می باشد. ۱۸.۵ درصد کاملاً موافق ، ۵۸.۷ درصد موافق ، ۱۶.۳ درصد بدون نظر و ۵.۴ درصد مخالف داشته است.

گویه برنامه های ماهواره از طریق توصیه "عدم مشارکت" در "نظام تقسیم کار" و "عدم پایبندی به هنجارهای عام" در کشور در شکل گیری هویت ملی جوانان موثر می باشد. از ضروریات است، ۱۴.۱ درصد کاملاً موافق ، ۴۸.۹ درصد موافق ، ۱۷.۴ درصد بدون نظر، ۱۷.۴ درصد مخالف و ۲.۲ درصد کاملاً مخالف داشته است.

این گویه که برنامه های ماهواره از طریق ایجاد دانش تاریخی خاص در کشور در شکل گیری هویت ملی جوانان موثر می باشد. ۱۶.۳ درصد کاملاً موافق ، ۴۸.۹ درصد موافق ، ۱۹.۶ درصد بدون نظر، ۱۰.۹ درصد مخالف و ۱.۱ درصد کاملاً مخالف داشته اند.

برنامه های ماهواره از طریق کاهش تعلق خاطر تاریخی به کشور در شکل گیری هویت ملی جوانان موثر می باشد. ۱۹.۶ درصد کاملاً موافق ، ۵۱.۱ درصد موافق ، ۱۴.۱ درصد بدون نظر، ۱۲ درصد مخالف و ۱.۱ درصد کاملاً مخالف داشته است.

۱۵.۲ درصد گزینه کاملاً موافقم ، ۵۱.۱ درصد گزینه موافقم ، ۱۵.۲ درصد گزینه بدون نظر، ۱۳ درصد گزینه مخالفم و ۸ درصد گزینه کاملاً مخالفم را برای گویه برنامه های ماهواره از طریق مرجح ندانستن زندگی در کشور خود نسبت به سایر نقاط جهان در شکل گیری هویت ملی جوانان موثر می باشد. را انتخاب کرده اند.

برای گویه برنامه های ماهواره از طریق توصیه به مهاجرت و پذیرفتن سرزمین دیگر به عنوان کشور در شکل گیری هویت ملی جوانان موثر می باشد. ۱۹.۶ درصد گزینه کاملاً موافقم ، ۴۶.۷ درصد گزینه موافقم ، ۱۰.۹ درصد گزینه بدون نظر و ۲۰.۷ درصد گزینه مخالفم را انتخاب کرده اند.

برنامه های ماهواره از طریق کاهش میزان اعتماد و اطمینان به نظام سیاسی کشور در شکل گیری هویت ملی جوانان موثر می باشد. این گویه ۱۸.۵ درصد کاملاً موافق، ۴۳.۵ درصد موافق ، ۱۶.۳ درصد بدون نظر، ۱۷.۴ درصد مخالف و ۴.۳ درصد کاملاً مخالف دارد.

گویه برنامه‌های ماهواره از طریق کاهش میزان مشروعیت و کارآمدی حکومت در کشور در شکل‌گیری هویت ملی جوانان موثر می‌باشد. ۲۶.۱ درصد کاملاً موافق، ۵۳.۳ درصد موافق، ۱۳ درصد بدون نظر، ۶.۵ درصد مخالف و ۱.۱ درصد کاملاً مخالف دارد.

۱۵.۲ درصد کاملاً موافق، ۵۲.۲ درصد موافق، ۱۴.۱ درصد بدون نظر، ۱۵.۲ درصد مخالف و ۳.۳ درصد کاملاً مخالفند که برنامه‌های ماهواره از طریق کاهش میزان وفاداری به نهادهای سیاسی در کشور در شکل‌گیری هویت ملی جوانان موثر می‌باشد.

۳۴.۸ درصد کاملاً موافق، ۵۲.۲ درصد موافق، ۱۰.۹ درصد بدون نظر و ۱.۱ درصد مخالفند که برنامه‌های ماهواره از طریق ترویج کم‌ارزش بودن آیین‌ها و سنت‌های عام در کشور در شکل‌گیری هویت ملی جوانان موثر می‌باشد.

برنامه‌های ماهواره از طریق کم‌ارزش جلوه دادن به معرفی جشن‌ها و اعیاد و فرهنگ عامه در شکل‌گیری هویت جوانان موثر می‌باشد. گویه‌ای است که ۱۳ درصد کاملاً موافق، ۵۱.۱ درصد موافق، ۲۱.۷ درصد بدون نظر و ۱۴.۱۱ درصد داشته است.

گویه‌ی برنامه‌های ماهواره از طریق تحطئه ارزش‌های سنتی در شکل‌گیری هویت ملی جوانان موثر می‌باشد. ۱۲ درصد کاملاً موافق، ۵۱.۱ درصد موافق، ۲۱.۷ درصد بدون نظر، ۱۳ درصد گزینه مخالف و ۲.۲ درصد کاملاً مخالف را به خود اختصاص داده است.

نظرات راجع به گویه‌ی برنامه‌های ماهواره از طریق معرفی لباس و طرز پوشش خاص در شکل‌گیری هویت ملی جوانان موثر می‌باشد. به شرح ذیل بوده است ۲۸.۳ درصد کاملاً موافق، ۴۳.۵ درصد موافق، ۱۶.۳ درصد بدون نظر، ۷.۶ درصد مخالف و ۴.۳ درصد کاملاً مخالف.

گویه‌ی برنامه‌های ماهواره از طریق معرفی معماری خاصی برای بناها و مکان‌ها در شکل‌گیری هویت ملی جوانان موثر می‌باشد. ۶۸ نفر معادل ۱۸.۵ درصد گزینه کاملاً موافقم، ۱۶۸ نفر معادل ۴۵.۷ درصد گزینه موافقم، ۷۲ نفر معادل ۱۹.۶ درصد گزینه بدون نظر، ۴۴ نفر معادل ۱۲ درصد گزینه مخالفم و ۱۲ نفر معادل ۳.۳ درصد گزینه کاملاً مخالفم را انتخاب کرده‌اند.

برنامه های ماهواره از طریق معرفی معماری خاصی برای بناها و مکان ها در شکل گیری هویت ملی جوانان موثر می باشد. این گویه با ۱۸.۵ درصد گزینه کاملاً موافق ، ۴۵.۷ درصد گزینه موافق ، ۱۹.۶ درصد گزینه بدون نظر، ۱۲ درصد گزینه مخالف و ۳.۳ درصد گزینه کاملاً مخالف پاسخ داده شده است.

برنامه های ماهواره باعث کم ارزش جلوه دادن عرف و عادات در میان جوانان شده و در شکل گیری هویت ملی جوانان موثر می باشد. شامل پاسخ های ۱۸.۵ درصد کاملاً موافق ، ۵۰ درصد موافق ، ۱۵.۲ درصد بدون نظر، ۱۲ درصد مخالف و ۲.۲ درصد کاملاً مخالف بوده است .

برنامه های ماهواره باعث کم ارزش جلوه دادن هنرهای ملی و بومی در میان جوانان کشور شده و در شکل گیری هویت ملی جوانان موثر می باشد. نظرات ارائه شده راجع به این گویه به شرح ۶.۵ درصد کاملاً موافق ، ۳۴.۸ درصد موافق ، ۱۷.۴ درصد بدون نظر، ۳۷ درصد مخالف و ۴.۳ درصد کاملاً مخالف است.

گویه برنامه های ماهواره باعث تضعیف باورهای جوانان کشور شده و در شکل گیری هویت جوانان موثر می باشد. با نظرات زیر پاسخ داده شده است ؛ ۲۰.۷ درصد گزینه کاملاً موافق ، ۵۱.۱ درصد گزینه موافق ، ۱۵.۲ درصد گزینه بدون نظر، ۹.۸ درصد گزینه مخالف و ۲.۲ درصد گزینه کاملاً مخالف را انتخاب کرده اند.

یافته های ناشی از آزمون فرضیه های تحقیق:

آماراستنباطی:

۱ - از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل گیری هویت اجتماعی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

رابطه معنی داری بین استفاده از ماهواره و شکل گیری هویت اجتماعی جوانان

فرضیه	نوع آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	ضریب کرامر	نتیجه آزمون
دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل گیری هویت اجتماعی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.	کایسکور ۵۰.۵۹	۰/۰۰۰	۴	۰.۵۳۴	رابطه معنی دار وجود دارد.

در آزمایش فرضیه: از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل گیری هویت اجتماعی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. از آزمون کایسکور استفاده شده است. با توجه به ارزش ضریب کایسکور بدست آمده تحت درجه آزادی چهار و سطح گویای زیر ۵٪ می توان استدلال کرد که رابطه میان دو متغیر اتفاقی نبوده رابطه مستقیم و معنی داری میان این دو متغیر وجود دارد. ضریب کرامر ۵۳۴٪ نیز مبین شدت رابطه بین این دو متغیر می باشد که در سطح متوسطی ارزیابی می شود.

۲- از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل گیری هویت تاریخی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

رابطه معنی داری بین استفاده از ماهواره و شکل گیری هویت تاریخی جوانان

فرضیه	نوع آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	ضریب کرامر	نتیجه آزمون
دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل گیری هویت تاریخی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.	کایسکور ۴۱.۵۲	۰/۰۰۰	۴	۰.۵۱۱	رابطه معنی دار وجود دارد.

در آزمایش فرضیه: از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل گیری هویت تاریخی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. از آزمون کایسکور استفاده شده است. با توجه به ارزش ضریب کایسکور بدست آمده تحت درجه آزادی چهار و سطح گویای زیر ۵٪

۰۵٪ می‌توان استدلال کرد که رابطه میان دو متغیر اتفاقی نبوده رابطه مستقیم و معنی داری میان این دو متغیر وجود دارد. ضریب کرامر ۵۱۱٪ نیز مبین شدت رابطه بین این دو متغیر می‌باشد که در سطح متوسطی ارزیابی می‌شود.

۳- از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل‌گیری هویت جغرافیائی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

رابطه معنی داری بین استفاده از ماهواره و شکل‌گیری هویت جغرافیائی جوانان

فرضیه	نوع آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	ضریب کرامر	نتیجه آزمون
از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل‌گیری هویت جغرافیائی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.	کایسکور ۶۴٫۸۶	۰/۰۰۰	۴	۰٫۴۸۱	رابطه معنی دار وجود دارد.

درآزمایش فرضیه: از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل‌گیری هویت جغرافیائی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. از آزمون کایسکور استفاده شده است. باتوجه به ارزش ضریب کایسکور بدست آمده تحت درجه آزادی چهار و سطح گویای زیر ۰۵٪ می‌توان استدلال کرد که رابطه میان دو متغیر اتفاقی نبوده رابطه مستقیم و معنی داری میان این دو متغیر وجود دارد. ضریب کرامر ۴۸۱٪ نیز مبین شدت رابطه بین این دو متغیر می‌باشد که در سطح متوسطی ارزیابی می‌شود.

۴ - از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل‌گیری هویت فرهنگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

رابطه معنی داری بین استفاده از ماهواره و شکل گیری هویت فرهنگی جوانان.

فرضیه	نوع آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	ضریب کرامر	نتیجه آزمون
از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل گیری هویت فرهنگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.	کایسکور ۶۰.۸۶	۰/۰۰۰	۴	۰.۴۸۹	رابطه معنی دار وجود دارد.

درآزمایش فرضیه: از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل گیری هویت فرهنگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. از آزمون کایسکور استفاده شده است. باتوجه به ارزش ضریب کایسکور بدست آمده تحت درجه آزادی چهار و سطح گویای زیر ۵٪ می توان استدلال کرد که رابطه میان دو متغیر اتفاقی نبوده، رابطه مستقیم و معنی داری میان این دو متغیر وجود دارد. ضریب کرامر ۴۸۹٪ نیز مبین شدت رابطه بین این دو متغیر می باشد که در سطح متوسطی ارزیابی می شود.

- از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل گیری هویت سیاسی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

رابطه معنی داری بین استفاده از ماهواره و شکل گیری هویت سیاسی جوانان

فرضیه	نوع آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	ضریب کرامر	نتیجه آزمون
از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل گیری هویت سیاسی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.	کایسکور ۵۵.۲۸	۰/۰۰۰	۴	۰.۵۲۳	رابطه معنی دار وجود دارد.

در آزمایش فرضیه: از دیدگاه کارکنان موسسه همشهری بین استفاده از ماهواره و شکل گیری هویت سیاسی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. از آزمون کایسکور استفاده شده است. باتوجه به ارزش ضریب کایسکور بدست آمده تحت درجه آزادی چهار و سطح گویای زیر ۵٪ می توان استدلال کرد که رابطه میان دو متغیر اتفاقی نبوده، رابطه مستقیم و معنی داری

میان این دو متغیر وجود دارد. ضریب کرامر ۵۲۳٪ نیز مبین شدت رابطه بین این دو متغیر می باشد که در سطح متوسطی ارزیابی می شود.

نتیجه گیری:

جهان امروز، تحت تاثیر توسعه رسانه های ارتباطی در عرصه جهانی، عصر ارتباطات و اطلاعات نام گرفته و تاثیر این مفهوم را در علوم انسانی با تعبیری همچون عصر دانایی، انفجار اطلاعات، انقلاب اطلاعات و جامعه اطلاعاتی بیان می کنند. گسترش و نفوذ رو به توسعه رسانه ها و فناوریهای نوین بر نهادهای اصلی جامعه یعنی فرهنگ، سیاست، خویشاوندی، روابط اجتماعی افراد و آموزش تاثیر گوناگونی گذارده است.

پیدایی و گسترش ارتباطات کامپیوتری به عنوان یکی از مهمترین دستاوردهای تکنولوژی جدید ارتباطی- اطلاعاتی، ارتباطات را معنایی تازه بخشیده و موجب دگرگونی در تعاملات اجتماعی شده است. تاکنون هم حضوری فیزیکی، وجه ممیزه تعامل و رابطه محسوب می شد. رابطه به طور ضمنی حکایت از ارتباطی بین شخصی داشت که با وجوه تئوری فیزیکی نیز بتوان آن را حفظ کرد. در حالی که حتی در ارتباطات تلفنی که نسل گذشته تکنولوژی کامپیوتری امروز به حساب می آید، بدون شک طرفین مکالمه، بدون اینکه یکدیگر را ببینند، در فضایی به اصطلاح مجازی به تعامل می پردازند. این موضوع به نحو اولی در موقعیت هایی که تماس فیزیکی از این هم نادرتر است یعنی ارتباطات کامپیوتری، صدق می کند. از این رو که ارتباط، تعامل و رابطه از نو تعریف و تمیز آنها مشخص می شود. ارتباط، به عنوان شکلی از تعامل، محدودیت های زمانی و مکانی را در می نوردد. پیدایی ارتباطات کامپیوتری نیز همانند ظهور و فراگیری رسانه های ارتباطی گذشته، بحث ها و تحقیقات متعددی را بر سر آثار فردی و به ویژه اجتماعی، آثار کوتاه مدت و بلند مدت، آثار سطحی و زودگذر و یا عمقی و دیرپای آن، و برای نشان دادن آثار (مثبت و منفی) آن را به راه انداخته است.

عواملی نظیر توسعه تکنولوژی های ارتباطاتی و اطلاعاتی شدن جامعه، نه تنها زندگی مردم را تغییر داده، بلکه چارچوب های نمادین آنها را نیز دگرگون ساخته است. در این شرایط انسانها، بیش از پیش به هویت به عنوان منبع توانا برای نظم بخشیدن به زندگی

و دنیای اطراف نیازمندند. جهانی شدن رسانه‌ها برخاسته از یک زیربنای فکری و گرایش نوین در اندیشه و تفکر است که در دهه ۱۹۹۰ در محافل علمی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی غرب (و به ویژه آمریکا) رواج یافت. جهانی شدن یک تحول اجتماعی است که در آن، قیدوبندهای جغرافیایی، هنجارهای اجتماعی و فرهنگی از میان می‌رود و روابط انسانی، کیفیت بدون مرز و بدون زمان به خود می‌گیرد. طرفداران این نظریه برای دستیابی به هدف، از وسایل ارتباط جمعی، مانند: ماهواره، اینترنت و پست‌های الکترونیکی به عنوان ابزار مهم و اصلی سودجسته‌اند. بنابراین "جهانی شدن رسانه‌ها" و یا به تعبیر دیگر وسایل ارتباط جمعی فرامرزی (مانند: ماهواره، اینترنت و تلویزیون) فرسایش هویت‌های ملی و فرهنگی را در پی دارد.

منابع

- تافلر، آلوین (۱۳۷۷): جابه جایی در قدرت، شهین دخت خوارزمی، چاپ هفتم، تهران، نشر سیمرغ.
- پنابادی، اعظم (۱۳۷۵): تلویزیون ماهواره ای و اثرات آن بر فرد و جامعه، رساله کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۷۹): جهانی شدن و هویت ملی، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۵، سال دوم.
- دلاور، علی (۱۳۸۲) "مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی" چاپ دوم انتشارات رشد
- دیویس، سوزان و دیویس داگلاس (۱۳۸۰): مسجد و ماهواره: وسایل ارتباط جمعی و جوانان در مراکش، محمود شهابی، نمایه پژوهش، شماره ۱۷، سال پنجم.
- گری، جان (۱۳۸۳): پایان تاریخ یا پایان لیبرالیسم، ترجمه مهراں قاسمی، برگرفته از سایت آینده نگار.

-Abu_lughod، L. (1989): Bedouins، cassettes and technologies of public culture، Middle East report، vol 19.

-Condon، R.G (1990): The rise of adolescence: social change and life stage dilemmas in the central Canadian arctic، human organization.