



بررسی تأثیر عملکرد و احساس نشاط اجتماعی حاصل از رسانه ها بر میزان استفاده خانواده ها از رسانه ملی و شبکه های ماهواره ای: مطالعه موردی شهر رامهرمز

ابراهیم بلدی، کارشناس ارشد جامعه شناسی دانشگاه آزاد، ebrahim.baladi94@gmail.com

عباس تقی پور، دانشجوی دکتری جامعه شناسی فرهنگی دانشگاه تهران. Abas.taghipoor68@gmail.com

محمد اسکندری نسب، کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه تهران، نویسنده مسئول:
eskandar.m1991@gmail.com

احمد ویسی، کارشناس ارشد جامعه شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، Ahmad_vaysi@yahoo.com

مقدمه و طرح مسئله

امروزه، تکنولوژی‌هایی از قبیل ماهواره، تلفن، کامپیوتر، رادیو و تلویزیون این امکان را برای ما فراهم آورده است که باوجود جدایی‌های جمعی و جغرافیایی، با هم‌نوعانمان در سراسر جهان به‌واسطه‌ی الکترونیک در ارتباط قرار گیریم (کمالی پور، ۱۳۷۱: ۶۶). در میان این وسایل، تلویزیون بخشی از واقعیت زندگی روزمره‌ی ماست و عالم صغیر دنیای اجتماعی ما را درنور دیده است. تلویزیون در تنظیم و سازمان‌دهی این جهان نیز دخالت دارد. در برنامه‌ریزی امور روزمره و تعامل اعضای خانواده تأثیر می‌گذارد و چارچوب‌هایی را برای ادراک جمعی عرضه می‌دارد. این رسانه دنیای روزمره را به نظام‌های جامع‌تر و بنیادین حیات اجتماعی و سیاسی پیوند می‌دهد. ما دارای یک فرهنگ تلویزیونی هستیم؛ جرج گربرنر^۱ در جایی تلویزیون را بازوی فرهنگی نظم صنعتی خوانده است (دالگرن، ۱۳۸۰: ۷۰).

به اعتقاد بسیاری از صاحب‌نظران علوم اجتماعی و علوم ارتباطات، رسانه‌های جمعی در سال‌های اخیر کارکرد جدیدتری از خود (ورای کارکردهای اولیه‌شان) مطرح کرده‌اند که همان فرهنگ‌آفرینی است. به اعتقاد آن‌ها رسانه‌ها در جوامع جدید با ایجاد چارچوبی تجربی و نگرش‌های کلی فرهنگی، افراد را در تفسیر سازمان‌دهی اطلاعات یاری می‌دهند و شیوه‌ای را پی‌ریزی می‌کنند که افراد به‌وسیله آن بتوانند زندگی اجتماعی را تفسیر نمایند. در عصر اطلاعات و رسانه و در شرایطی که هیچ نیرویی توان کنترل منابع مخابره اطلاعات را از یک‌سو و کنترل دریافت‌کنندگان پیام را از سوی دیگر ندارند، باید در جست‌وجوی راهی مطلوب به‌منظور حفظ ارزش‌های فرهنگی برای جذب مخاطب بود.

از اوایل دهه ۷۰ شمسی با ورود ماهواره به ایران، شبکه‌های ماهواره‌ای با تلاش گسترده سعی بر آن نمودند که در عرصه رقابت با رسانه ملی، مخاطبان بیشتری را به سمت خود جذب کنند تا از این طریق مقاصد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی خود را پیگیری نمایند. امروزه با توجه به شیوع گسترده، روزافزون و نیز استفاده‌کنندگان ماهواره در ایران می‌توان چنین تعبیر نمود که آن‌ها موفقیت نسبی‌ای را در این عرصه کسب نموده‌اند. چنین امری در منظر بسیاری از اندیشمندان امری نگران‌کننده به نظر می‌رسد. چراکه با توجه به رشد و گسترش استفاده از برنامه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای، سازندگان و کشورهای سازنده این برنامه‌ها قادر خواهند بود به دست‌کاری گرایش‌های مردم بپردازند. نوع پوشش و آرایش، عقاید ملی و مذهبی، تغذیه، اسلوب‌های معماری داخلی و خارجی در

^۱ George Graebner