

بررسی جامعه‌شناختی تأثیر فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV بر سبک زندگی خانواده‌های ساکن در شهرستان نورآباد

ممسنی

شهرام باسیتی^{۸۳}

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی جامعه‌شناختی تأثیر فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV بر سبک زندگی خانواده‌ها است. روش تحقیق پیمایش و جامعه آماری شامل کلیه خانواده‌های شهرستان نورآباد ممسنی می‌باشد، حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۷۲ نفر محاسبه گردید و روش نمونه‌گیری به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی می‌باشد. ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه بود، روایی پرسشنامه از طریق روایی صوری و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ محرز گردید. داده‌ها از طریق نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل شده‌اند. یافته‌ها حاکی از آن بود که؛ میزان تماشای فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV در بین خانواده‌های شهرستان نورآباد ممسنی متوسط رو به بالاست. در حالی که ۶۹.۴ درصد از جمعیت نمونه مورد بررسی از سبک زندگی سنتی- مدرن برخوردار هستند. نتایج پژوهش بیانگر آن است که بین تماشای فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV و سبک زندگی خانواده رابطه منفی و معناداری وجود دارد. بین تماشای فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV و بعد اجتماعی، فرهنگی و طایفه‌گرایی سبک زندگی خانواده رابطه منفی و معناداری وجود دارد. در حالی که بین تماشای فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای

۸۳. استادیار و عضو هیئت علمی گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور، دامغان، ایران.

شبکه GEM TV و بعد اقتصادی سبک زندگی خانواده رابطه معناداری وجود ندارد. نتایج نشان داده است که تماشای فیلم و سریال‌های ماهواره-ای شبکه GEM TV با بعد اجتماعی سبک زندگی خانواده بیشترین همبستگی را داشته است.

کلمات کلیدی: فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای، شبکه GEM TV، سبک زندگی خانواده

فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی و پژوهش‌های اجتماعی (شماره زمستان ۱۴۰۰)

بیان مسأله

سبک زندگی^{۸۴} یک امر اجتماعی است، به عبارت دیگر، می‌توان آن را پازلی دانست که اجزای به کار رفته در آن از متن زندگی اجتماعی فراهم می‌آید، اما نوع تلفیق و ترکیب آن‌ها چیزی است که انسان فردیت یافته، بر حسب ذوق و سلیقه خود آن را می‌سازد، لکن همان باورها و ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی در جهت دهی این سلیقه اثرگذار است (قریشی‌کریں و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۰۸) و طبق فرمایش مقام معظم رهبری (۱۳۹۱)، رفتار اجتماعی و سبک زندگی تابع تفسیر ما از زندگی است، هدفی که ما معین می‌کنیم به طور طبیعی یک سبک زندگی به ما پیشنهاد می‌کند (اکبرزاده و فرخ‌پور، ۱۳۹۳: ۱۲۳). در زندگی روزمره ما، طیف وسیعی از شواهد وجود دارد که نشان می‌دهد، چگونه صفات فرهنگی، شیوه زندگی و کالا وجود دارد که تمامی این فعالیت‌ها برای سازماندهی احساس ما از جهان و برای ساختن معنای نمادین به طور فزاینده‌ای استفاده می‌شود (سالدیور^{۸۵}، ۲۰۱۰: ۵) و سبک زندگی، مهمترین عاملی است که هرکس شیوه زندگی-اش را بر اساس آن تعیین می‌کند (فوجینو^{۸۶} و همکاران، ۲۰۰۳). اهمیت سبک زندگی در این است که سطحی‌ترین لایه‌های زندگی را (آرایش و لباس، حالات ژست صورت و بدن) به عمیق‌ترین لایه‌های زندگی (مصرف، هویت، انتخاب و ارزش) پیوند می‌زند (سیدی و دیگران، ۱۳۹۱: ۳۷) و با ارزیابی سبک زندگی افراد می‌توان به میزان موفقیت‌های فردی و اجتماعی آنان در زندگی دست یافت (میرزایی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۷۸ به نقل از کراهام^{۸۷}، ۲۰۰۵). پس انتخاب نوع خاصی از سبک زندگی منجر به شکل

⁸⁴ Lifestyle

⁸⁵ Saldiver

⁸⁶ Fuchino

⁸⁷ Cockerham

دادن به حوزه‌های فردی و عمومی هر شخص می‌شود. سبک زندگی، سبکی گروهی و اجتماعی است که نه تنها توسط موقعیت‌های اجتماعی ثابتی همچون طبقه، جنس و یا فعالیت‌های اجتماعی همچون مشاغل مشخص می‌شوند، بلکه به وسیله رفتارهای مصرفی مشترک (همچون ذائقه‌های مشترک)، الگوهای مشترک فعالیت اوقات فراغت (علاقه به ورزش)، نگرش‌های مشترک به موضوعات کلیدی نیز مشخص می‌شوند (خواجه نوری و دیگران، ۱۳۹۰: ۹۰). بورديو بررسی سبک زندگی را شامل دارایی (کالاها، تجملی یا فرهنگی) می‌داند که افراد دور خود جمع کرده‌اند (همان منبع: ۱۳۶). از نظر بورديو، سلیقه شاخصی است که به وسیله جایگاه اجتماعی شکل گرفته و تثبیت می‌شود. وی تأکید می‌کند که ترجیحات غذایی، سلیقه موسیقایی و نحوه گذراندن اوقات فراغت، شاخص‌های مهم سبک زندگی هستند (استونز، ۱۳۷۹: ۳۴۰) و لوید وارنر، افزون بر نحوه گذران اوقات فراغت و تفریحات و سلیقه‌های ورزشی، به تفاوت‌های دینی و چشم‌اندازهای اخلاقی، ارزش‌های سیاسی، الگوهای زندگی خانوادگی، روابط زناشویی و تربیت کودک در تحقیقات خود اشاره کرده است (نیازی، ۱۳۹۰: ۱۳۶).

سبک زندگی هر فرد متأثر از نظام معنایی اوست (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۱۸۸) و سبک زندگی فرد بازتابی از ارزش‌های فرد و هنجارهایی است که به ارزش‌ها مربوط می‌شوند و از سویی ارزش‌های هر فردی جهت دهنده سبک زندگی او هستند (کمپبل^{۸۸}، ۲۰۰۱: ۵۲۲). نیز کارشناسان علوم اجتماعی و بسیاری از روان‌شناسان معتقدند که در عصر ارتباطات، ابزاری به نام ماهواره، نمادها و باورها، هویت و فرهنگ جوامع را دچار تغییر و تحول کرده است (حصاری، ۱۳۹۴: ۲ به نقل از استاجی، ۲۰۰۶).

امروزه پس از خانواده، نقش رسانه‌های دیداری مانند تلویزیون و ماهواره برای تولید و معرفی سبک زندگی و شکل‌دهی به هویت و شخصیت افراد دارای اهمیت است. رسانه‌های ارتباطی و اطلاعاتی نوعی بازنگری منش نمادین زندگی اجتماعی و شیوه‌های ارتباطی نوین را در بین مردم به همراه می‌آورد که ممکن است با فرهنگ جامعه و سبک زندگی دینی و ملی همخوانی نداشته باشد (یعقوبی دوست و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۶۹-۱۶۸). رسانه‌ها با اثرگذاری بر روند اجتماعی شدن افراد و نگرش آنها، با ورود ارزش‌های جدید به جامعه از طریق خانواده‌ها می‌توانند منجر به دگرگونی‌های اساسی در جامعه گردند (اسماعیلی و دیگران، ۱۳۹۳: ۱۰). به نظر گیدنز، رسانه‌ها نقش مهمی در تبلیغ سبک‌های زندگی مختلف دارند، طیف سبک‌های زندگی با گونه‌های آرمانی سبک زندگی که در رسانه‌ها طرح می‌شوند، شاید محدود باشند ولی باز هم گسترده‌تر از سبک‌های زندگی هستند که افراد قاعدتاً در زندگی روزمره خود در قالب آنها قرار می‌گیرند (فتحی و همکاران، ۱۳۹۳: ۷۰).

بنا به نظر برخی از جامعه‌شناسان، ماهواره^{۸۹} هر چند دارای کارکردهای مختلف چون آگاهی‌بخشی، اطلاع‌رسانی و سرگرم‌کننده می‌باشد، بر خانواده تبعاتی را به دنبال داشته است که عبارتند از: تخریب سنتی ساختار خانواده‌ها، تضعیف اخلاق در بین اعضای خانواده و جامعه و تقویت سبک زندگی مصرفی و متظاهرانه (مزیدی شرف‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۲۵ به نقل از سخایی، ۱۳۹۱). ماهواره به عنوان ابررسانه جمعی در بین جوامع گوناگون به عنوان وسیله ارتباطی و حضور آن، حتی در حریم خلوت و خصوصی مردم، این ابزار را به عنوان پذیرفته‌ترین پیام‌آور و پذیرفته‌ترین فرمانروای اجتماعی و فرهنگی تبدیل کرده است و همچنین استفاده از آن

⁸⁹ satellite

به شکل‌گیری سبک زندگی ویژه‌ای می‌انجامد و در هر یک از جنبه‌های مختلف سبک زندگی، نظام ارزشی و جهان‌بینی متفاوتی را ایجاد می‌کند که منجر به کنش‌های گوناگونی از جانب افراد می‌شود و باعث می‌شود تا افراد در حوزه‌های مختلف اوقات فراغت و شیوه‌گذران آن، نگرش به ازدواج (شیوه همسرگزینی)، رفتارهای دینی و مدگرایی از الگوهای متفاوتی پیروی کنند (پورجمالی، ۱۳۹۴: ۴۰). در این بین چند سالی است شاهد رشد قارچ گونه شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان به منظور تهیه خوراک فکری، سرگرمی و خبری برای مخاطبان ایرانی و فارسی‌زبانان هستیم از جمله شبکه‌های جم‌تی‌وی و فارسی وان.

شبکه GEM TV شبکه فارسی زبان است که از طریق ماهواره هاتبرد برنامه‌های خود را در معرض دید مخاطبان قرار می‌دهد و نقش عمده‌ای در پرکردن اوقات فراغت خانواده‌های ایرانی بر عهده دارد. شبکه جم تی وی در مقایسه با شبکه‌های دیگر مانند فارسی وان دارای ویژگی‌هایی است که بیشتر مخاطب را جذب می‌کند. از جمله این ویژگی‌ها می‌توان به دوبله بهتر و پخش سریال‌های ترکیه‌ای که با فرهنگ ملی ما قرابت بیشتری دارد، اشاره کرد. سریال‌های شبکه جم تی‌وی در درون ساختار پیچیده‌ای از روابط خانوادگی و اجتماعی است که مسائلی مثل خیانت، عادی نشان دادن روابط نامشروع و عدم پایبندی به خانواده را به نمایش می‌گذارد. این شبکه به وسیله انواع رمزگان ایدئولوژیک، اجتماعی و فنی معانی مورد نظر خود را القاء می‌کند (تقی‌زاده، ۱۳۹۲: ۳).

با توجه به مطالب بیان شده سبک زندگی خانواده‌ها و مکانیسم‌های حاکم بر شکل‌گیری و حفظ آن به واسطه پیدایش و ورود رسانه‌های نوین چون ماهواره در حال دگرگونی است. این دگرگونی به این معناست که ماهواره قادر است، نقش بسزایی را در تغییر شیوه و سبک زندگی ما ایفا کند، که خانواده‌های شهرستان نورآباد ممسنی نیز از این قاعده مستثنی نیستند.

مردم شهرستان نورآباد ممسنی همچون سایر مناطق از دیرباز سنن فرهنگی خویش را از گذشتگان به ارث برده و این سنن و آداب و رسوم از بدو تاکنون در شهرستان نورآباد رایج و مردمان این شهرستان به آن پای بند و در اجرای آن راغب هستند و خصایصی از جمله مهمان‌نوازی- شجاعت- صله‌ارحام- از خودگذشتگی- صداقت در گفتار و کردار- دین‌باوری- تعصبات مذهبی- تعصبات قومی و طایفه‌ای و رسوم و جشن‌های شادمانه (عروسی و عزاداری) از مشخصات بارز فرهنگ این شهرستان است. نیز این شهرستان از طوایف مختلف لر تشکیل شده است که تعصبات ویژه- ای نسبت به آداب و رسوم و ارزشهای حاکم در میان مردم دارند. حال با گسترش استفاده از ماهواره این سوال به ذهن خطور می‌کند که آیا با ورود رسانه‌ای همچون ماهواره به کانون گرم خانواده‌های شهرستان نورآباد ممسنی، سبک زندگی آنها در حال تغییر است؟ یا به عبارت دیگر آیا تبلیغ سبک‌های زندگی متنوع توسط ماهواره، توانسته است بر شکل سنتی بعد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و طایفه‌گرایی سبک زندگی خانواده‌های نورآباد ممسنی مؤثر واقع شود؟

اهداف پژوهش

هدف اصلی: بررسی جامعه‌شناختی تأثیر فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV بر سبک زندگی خانواده‌های ساکن در شهرستان نورآباد ممسنی در سال ۱۳۹۵ است.

اهداف فرعی:

- بررسی تأثیر فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV بر بعد اقتصادی سبک زندگی خانواده‌های شهرستان نورآباد ممسنی
- بررسی تأثیر فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV بر بعد اجتماعی سبک زندگی خانواده‌های شهرستان نورآباد ممسنی

- بررسی تأثیر فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV بر بعد فرهنگی سبک زندگی خانواده‌های شهرستان نورآباد ممسنی
- بررسی تأثیر فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV بر بعد طایفه‌گرایی سبک زندگی خانواده‌های شهرستان نورآباد ممسنی

پیشینه پژوهش

بابایی‌فرد و روحی (۱۳۹۴) در بررسی تأثیر ماهواره بر سبک زندگی خانواده با روش اسنادی نشان داده است که، محتوای برنامه‌های ماهواره بر شیوه‌های زندگی و سلیقه‌های عمومی در جامعه تأثیر می‌گذارند و عادات، ارزش‌ها و رفتارهای افراد که بنیادهای سبک زندگی را تشکیل می‌دهند دچار تغییر می‌نماید.

نزیمی (۱۳۹۳) در بررسی نقش سریال‌های شبکه ماهواره جم در تغییر سبک زندگی زنان شهر تهران نشان داده است که رابطه بین تماشای سریال‌های شبکه جم و تجمل‌گرایی، مصرف‌گرایی مورد تأیید قرار گرفته است. اما رابطه بین تماشای سریال‌های شبکه جم و اعتقادات مذهبی و نوع پوشش مورد تأیید قرار نگرفته است.

جعفری بالابند (۱۳۹۲) در بررسی رابطه سریال‌های تلویزیونی شبکه ماهواره‌ای جم و سبک زندگی مخاطبان جوان شهر تهران با استعانت از روش پژوهش کیفی مردم‌نگاری نشان داده است که سبک زندگی در سریال‌های ماهواره‌ای شبکه جم طیفی از رفتارهای مادی و رفتارهای فرهنگی را شامل می‌شود. سبک زندگی ارائه شده در سریال‌ها در بعد مادی آن، در اکثر موارد مورد پسند افراد مورد مطالعه در این پژوهش قرار گرفته است به گونه‌ای که مخاطبان مورد نظر تمایل دارند آن را وارد زندگی خود کنند. این تمایل در زمینه «مصرف کالاهای تجملی» به چشم می‌خورد. اما در بعد فرهنگی به دلیل عدم تطابق با زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی

مخاطبان، سبک زندگی ارائه شده در سریال‌ها مورد پسند افراد مورد مطالعه قرار نگرفته و افراد تمایلی برای همراهی با آن ندارند.

زنده باد (۱۳۸۹) در پایان‌نامه خویش تحت عنوان بررسی تاثیر تماشاگری کانالهای ماهواره‌ای فارسی و کردی زبان بر سبک زندگی با روش نمونه-گیری تصادفی طبقه‌بندی شده با حجم نمونه ۳۵۱ نفر از دانشجویان دانشگاههای پیام نور و آزاد شهرستان بوکان نشان داده است که، هرچه استفاده از ماهواره بالاتر رود، از شیوه‌های مدرن‌تری برای همسرگزینی استفاده می‌کنند، کم و کیف استفاده از اوقات فراغت دگرگون می‌شود، به این معنی که از اوقات فراغت‌شان به شیوه‌های جدید و مدرن مانند رفتن به باشگاه، پارک و... استفاده می‌کنند، هنجارهای مصرفی تغییر بیشتری می‌یابند، یعنی توجه بیشتری به آرایش و پوشش به شیوه‌ای مدرن نشان می‌دهند. و مدیریت و توجه به بدن نیز افزایش می‌یابد. یافته‌ها نشان می‌دهد با ارتقای سطح اقتصادی خانواده‌ها و میزان درآمد دانشجویان، میزان تماشای ماهواره افزایش می‌یابد.

مهدی زاده و خسروی (۱۳۸۸) در بررسی میزان تماشای ماهواره و تاثیر آن بر روی سبک زندگی نشان داده است که بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره و سبک زندگی مادی و فرهنگی رابطه معنادار وجود دارد. در تحلیل رفتار رسانه‌ای (انتخاب نوع برنامه) ماهواره براساس یافته‌ها می‌توان مطرح نمود که ارتباط مثبت معناداری بین انتخاب نوع برنامه و سبک زندگی فرهنگی وجود دارد. بدین ترتیب که با افزایش تنوع برنامه، گرایش دانشجویان به برنامه‌های فرهنگی بیشتر می‌شود و به این ترتیب سبک زندگی فرهنگی افزایش می‌یابد.

اشهدالزمان (۲۰۱۱) در مقاله‌ای با عنوان تأثیر تبلیغات تلویزیونی بر روی خرید الگوی زنان در شهر داکا در بنگلادش مشخص کرد که تبلیغات تلویزیونی نقش مهمی در تغییر رفتار مصرف‌کننده دارد. او نشان داد که

تبلیغات تلویزیونی، الگوهای جدید برای خرید یا استفاده از هر نوع کالا و خدمات به مخاطبان ارائه می‌دهد، چرا که آنها با مشاهده تبلیغات، رضایتشان برای خرید محصولات و خدمات تبلیغ شده جلب می‌گردد. ونیک رشینان و باج پای (۱۹۹۶) در پژوهشی گسترده تأثیر برنامه‌های تلویزیون کشور هند را بر الگوهای رفتاری، نگرش‌ها و سبک زندگی بررسی کرده‌اند. طبق نتایج تأثیر برنامه‌های تلویزیونی بر الگوهای رفتاری، نگرش و سبک زندگی تحت تأثیر عوامل مختلفی چون: سن، طبقه اجتماعی و اقتصادی، نحوه ارائه پیام، ساخت خانواده و روابط حاکم بر آن و مدت زمان تماشای تلویزیون است.

لال (۱۹۹۸) در کشور چین پژوهشی درباره تلویزیون انجام داد. سؤال اساسی مطرح در پژوهش او این بود که بینندگان از برنامه‌هایی که تماشا می‌کنند، چه درکی دارند. وی در این پژوهش سعی کرد متغیرهای اساسی دخیل و میزان تأثیر آنها در تغییر سبک زندگی مخاطبان تلویزیون را مورد بررسی قرار دهد. نتایج نشان داد که بینندگان با وجود انتقادهایی که به برنامه‌های تلویزیون دارند، به دلیل ایجاد داده‌ها، شیوه‌های زندگی و ذائقه‌های جدید ارزش بیشتری برای این رسانه قایل‌اند.

مبانی نظری

سبک زندگی

سبک زندگی در ادبیات جدید جامعه‌شناسی به دنبال تغییرات ساختی حادث شده است. از جمله این تغییرات رواج روحیه مصرف‌گرایی، اهمیت استقلال عمل فردی و آزادی‌های افراد برای انتخاب و کمرنگ شدن تحلیل‌های طبقاتی در باب موضوعات اجتماعی و فرهنگی می‌باشد. در واقع در بینش جدید جامعه‌شناسی، پدیده مصرف و سبک زندگی هر اندیشه‌ای را که منحصرأ «طبقه» را در تعیین هویت اجتماعی افراد دخیل بدانند به

چالش می‌کشاند (بهنوئی‌گدنه، ۱۳۹۱: ۸۹ به نقل از تولنیسون^{۹۰}، ۲۰۰۵). افراد از زمانی که به عنوان عضوی از جامعه مدرن فرصت انتخاب پیدا کرده‌اند، سبک زندگی آنها معرف درک آنان از خویشتن (هویت) شده است. به گونه‌ای که انتخاب سبک زندگی متمایز به عنوان بخشی از منشأ تفسیر هویت انسان مدرن تلقی شده است (همان: ۸۸ به نقل از آزاد آرمکی و شالچی، ۱۳۸۴). سبک زندگی الگویی جمعی شمرده می‌شود که به زعم بسیاری از صاحب‌نظران نماد هویت فردی و اجتماعی است (موسوی، ۱۳۹۲: ۱). امروزه گروهی از صاحب‌نظران با نگاهی متعادل‌تر، سبک زندگی را را پدیده‌ای جمعی می‌دانند که در سطح فردی و جمعی مطالعه می‌شود (هولوز^{۹۱}، ۲۰۰۵: ۳).

وبلن در جایی سبک زندگی فرد را الگوی رفتار جمعی می‌داند- این رفتارها از جنس رسوم و عادات اجتماعی و روش‌های فکری‌اند- او در جای دیگر، سبک زندگی فرد را تجلی رفتاری، مکانیسم روحی، عادات فکری و معرفت او قلمداد می‌کند (رستمی و اردشیرزاده، ۱۳۹۲: ۱۳ به نقل از مهدوی‌کنی، ۱۳۸۶). وبر برای بررسی قشریندی اجتماعی سه مفهوم طبقه، گروه منزلت و حزب را معرفی می‌کند (رستمی و اردشیرزاده، ۱۳۹۲: ۱۴). بوروکوز و ساوتورث^{۹۲} هم به استناد به نوشته‌های وبر سه منبع سبک زندگی، تحصیلات رسمی و پرستیژ آموزشی یا شغلی را منبع منزلت می‌دانند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۶-۲۷). پس مفهوم سبک زندگی حاصل بسط تأملات وبر درباره گروه‌های منزلت است. به اعتقاد تامین^{۹۳}، ماکس وبر واژه سبک‌های زندگی را برای اشاره به شیوه‌های رفتار، لباس پوشیدن، سخن گفتن،

⁹⁰ Tolinson

⁹¹ Hollows

⁹² Brooks and Southworth

⁹³ Tomin

اندیشیدن و نگرش‌هایی که مشخص‌کننده گروه‌های منزلتی متفاوت بودند و در ضمن الگویی برای کسانی که می‌خواستند جزیی از این گروه‌های منزلتی متفاوت باشند به کار گرفت (همان: ۲۸).

از دیدگاه زیمل، سبک زندگی، کل به هم پیوسته صورت‌هایی است که افراد یک جامعه، مطابق انگیزه‌های درونی و سلیق خودشان و به واسطه تلاشی که برای ایجاد توازن میان شخصیت ذهنی و زیست‌محیط عینی و انسانی‌شان به انجام می‌رسانند، برای زندگی خود برمی‌گزینند (رستمی و اردشیرزاده، ۱۳۹۲: ۱۳). از نظر بوردیو عناصر مختلف سبک‌های زندگی هر طبقه با یکدیگر انسجام و سازگاری دارد، یعنی دانستن قریحه هر کس در مورد هر چیز بخصوص موسیقی، کتاب مورد علاقه این امکان را به تحلیل‌گران می‌دهد که انتخاب‌های دیگر آنها را مثل غذا یا نگرش به مولید، با اطمینان قابل پیش‌بینی کنند (ازکیا و عبداللهی، ۱۳۹۰: ۱۲). بوردیو معتقد است افراد به واسطه برخورداری از انواع مختلف سرمایه «فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی» دست به مصرف فرهنگی، مادی می‌زنند و به زعم گیدنز، سبک زندگی روایتگر هویت افراد در دوره مدرنیته متأخر می‌باشد که این امر نیز ناشی از افول ارزش‌ها و سنت‌های هویت‌ساز است (الف و سالمی، ۱۳۹۱: ۲۰-۱۹).

ماهواره و تأثیرات آن

در میان وسایل اشاعه اطلاعات، ماهواره برای تلویزیون، وسیله‌ای کارا، اقتصادی و انعطاف‌پذیر است که گروه‌های گوناگونی از اصناف مختلف را در سراسر دنیا- که در شرایط متفاوت زندگی می‌کنند- تحت تأثیر قرار می‌دهد. این وسیله به هر کس امکان می‌دهد که با دسترسی به آن بتواند در منزل خود به تماشای صدها برنامه بر اساس انتخاب خویش بنشیند. فناوری‌های ارتباطی در هر دوره ویژگی و شرایط فنی خاص خود را عرضه می‌نمایند؛ هر چه به دوره جدید و وسایل ارتباطی جدید مانند ماهواره و

اینترنت نزدیک‌تر می‌شویم، با توجه به فناوری به کار رفته در آنها، ویژگی‌ها و شرایط جدیدی پیش روی انسان‌ها قرار می‌گیرد (دانش، ۱۳۸۷: ۴، به نقل از محکی، ۱۳۸۲). «جین استاکس^{۹۴}»، نویسنده کتاب «مطالعات فرهنگی و رسانه» در زمینه نقش ماهواره در جامعه جهانی معتقد است: «ما در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که به صورت فزاینده‌ای رسانه‌ای شده است و درجه تغییر در محیط رسانه‌ای بی سابقه است. در روزگار جهانی شدن، ما به میزان زیادی از تغییرات سریع سرویس‌های رسانه‌ای در قرن بیست و یکم آگاه می‌شویم. این آگاهی به ناچار ما را به این سوال درباره تأثیر انقلاب ارتباطی بر زندگی‌مان راهنمایی می‌کند (شهاب، ۱۳۹۱: ۱۰ به نقل از استاکس، ۲۰۰۳). از سوی دیگر اخیراً شاهد افزایش شبکه‌های ماهواره-ای فیلم و سریال فارسی زبان هستیم. این شبکه‌ها که برنامه‌های سیاسی گذارند در جبهه دیگری به عنادورزی یا فرهنگ ایرانی پرداخته و فرهنگ و آداب رسوم کشور را هدف قرار داده‌اند و با پخش فیلم‌های مغایر با اخلاق و هنجارهای اسلامی و ایرانی تلاش می‌کنند تا بی‌بند و باری و سبک زندگی آمریکایی را جایگزین الگوی زندگی ایرانی نمایند. البته بعضی از شبکه‌ها نیز صرفاً به دنبال اهداف تجاری و سودآوری هستند که از جمله می‌توان به می‌شاپ تک تی وی اشاره کرد (شهاب، ۱۳۹۱: ۱۴-۱۲). اما در بین تمامی شبکه‌های سرگرمی فارسی زبان شبکه‌های ماهواره‌ای، شبکه **GEM** **TV** توانسته است جایگاه ویژه‌ای در بین خانواده‌های ایرانی پیدا کند. بررسی شبکه جم از گذشته تا به امروز، نشان دهنده فراز و نشیب‌های فراوانی می‌باشد که این شروع با تقویت روابط با فارسی‌وان و انتهای آن با جدایی و دعوای رسانه‌ای بین اعضای این دو شبکه و دیگر شبکه‌های وابسته به اوج خود رسید. تا آن جایی که شماری از کسانی که در شبکه

⁹⁴ Stokes

فارسی وان فعالیت می‌کردند برای امکان سفر به ایران به شبکه جم تی وی پیوستند و مدیر این شبکه به این نیروها قول داده بود که امکان تردد آنها به داخل کشور را فراهم می‌کند و به این دلیل بود که وی توانست افرادی را به استخدام شبکه خود در آورد. در حال حاضر ۱۴ شبکه به زبان فارسی و ۱ شبکه به زبان کردی، ۱ شبکه به زبان عربی و ۱ شبکه به زبان آذری را به صورت **HD** و **SD** روی ماهواره پاهست پخش می‌کند.

دیدگاه‌ها و نظرات گوناگونی حول ماهواره و اثرات آن بر زندگی اجتماعی و فرهنگی بشر مطرح شده است که به اختصار در پژوهش حاضر در دو دیدگاه بدبینانه یا مخاطبان منفعل و خوش‌بینانه یا مخاطبان فعال مطرح می‌شود:

نظریه پردازان معروفی نظیر ژرژمیل، پری برام، دیوید رایزمن و دیگر نظریه پردازان انتقادی مارکسیست از دیدگاه بدبینانه و اثرات مخرب رسانه‌ها بر روی مخاطبان متذکر شده‌اند. ژرژمیل در کتاب «زبان و ارتباط» اهداف رسانه‌های جمعی را، علاوه بر دگرگونی سلسله مراتب گروهی و اظهار و انتقال حالات افکار عمومی؛ در یکسان کردن اطلاعات و همگن سازی افکار عمومی مؤثر می‌داند. (بشاروخانی، ۱۳۷۸، ۱۱۴). دیوید رایزمن ارتباط را به عنوان محور حرکت جوامع انسانی قلمداد می‌کند. به زعم وی، از روزنه ارتباط، می‌توان سه دوران را در طول تاریخ اجتماعی باز شناخت؛ دوران اول یا «انسان سنت راهبر»، دورانی است که در خلال آن سنت‌ها حاکم بر رفتار و روابط انسانی به حساب می‌آیند. دوران دوم یا «انسان درون راهبر» دورانی است که در آن با کاهش اهمیت سنت‌ها در هستی اجتماعی مواجه می‌شویم. دوران سوم؛ «انسان دگر راهبر» است که در این دوران پدیده‌هایی چون هدایت از راه دور، بتواره پرستی، شی سروری و همراه با آن از خود بیگانگی به چشم می‌خورد (همان: ۴۵-۴۶). بر اساس نظریات مک کویل، شاخه‌های اصلی متفاوتی در نظریه‌ی رسانه مارکسیستی وجود

دارد. اولین شاخه، مارکسیسم کلاسیک است. در این رسانه‌ها ابزارهایی برای طبقه‌ی غالب و وسیله‌ای برای سرمایه‌داران جهت پیشبرد منافع سود آور دیده می‌شود. رسانه‌ها ایدئولوژی طبقات حاکم را در جامعه اشاعه و بدینوسیله طبقات پایین جامعه را تحت فشار و ظلم قرار می‌دهند. دومین شاخه، نظریه‌ی رسانه‌های سیاسی- اقتصادی است که مانند مارکسیسم کلاسیک، مالکیت رسانه‌ها را مقصر می‌داند. در این مکتب فکری، مفهوم و محتوای رسانه‌ها کالایی برای فروش در بازار است و اطلاعات منتشر شده به وسیله‌ی آنچه بازار می‌خواهد، کنترل می‌شود. این سیستم عملکرد محافظه کاران و انواع خاصی از برنامه‌ها و خروجی‌های رسانه‌ها را مسلط و بقیه را حاشیه‌ای می‌سازد. سومین شاخه‌ی از این نظریه، مکتب فرانکفورت است. این مکتب، رسانه‌ها را وسیله‌ی فرهنگ‌سازی می‌داند که باعث سلطه‌ی ایدئولوژی خیرها می‌شود و نتیجه آن تصاویر و سمبل‌ها، توجیه منافع گروه غالب خواهد بود. شاخه چهارم، نظریه برتری طلبی (هژمون) است. برتری طلبی سلطه‌ی ایدئولوژی به وسیله‌ی سیستم اقتصادی درست نمیشود بلکه گروه دیگر ایجاد نمی‌شود بلکه سرایت‌کننده و ناآگاهانه است. ایدئولوژی مسلط، منافع گروه‌های خاصی را بر گروه‌های دیگر ترجیح می‌دهد و رسانه بطور مشخص در این فرآیند نقش اصلی را ایفا می‌کند (لیتل جان، ۱۳۸۴، ۷۳۹-۷۳۸).

شاید مهمترین بخش نظریه مربوطه، نظریه‌ی انتقادی مارکسیست است. در نظر برخی از نظریه پردازان انتقادی، رسانه جزئی از صنعت فرهنگی است که اساساً سمبل‌ها و تصویرهایی خلق می‌کند که می‌تواند گروه‌های حاشیه‌ای را تحت فشار قرار دهد. بطور کلی دیدگاه‌های اثر رسانه‌ای فوق، مخاطبان را در برابر تأثیر اطلاعاتی و اثرات مخرب رسانه‌ها بدون دفاع رها می‌کند. از این رو می‌توان کارکردهای مخرب رسانه‌ها را در موارد ذیل ارائه نمود:

- ۱- تهاجم و انحصار فرهنگی: ماهواره، نه تنها باعث تغییر شیوه زندگی، پوشیدن، فکر کردن، زایل نمودن اخلاقیات، سنت‌ها و حرمت‌ها در جوامع می‌گردد؛ بلکه زمینه را برای ورود فرهنگ مهاجم بر بافت فرهنگی، سنتی و بومی کشورهای جهان سوم، مهیا می‌نماید.
- ۲- همگن و جهانی‌سازی: در نظریه‌های همگن‌سازی و جهانی‌سازی به یکسان‌سازی، استانداردسازی و توده‌ای شدن فرهنگ جوامع مختلف توسط جوامع پیشرفته صنعتی از طریق ماهواره اشاره شده است.
- ۳- ساختار شکنی: ماهواره به عنوان ابزار الکترونیک جدید منطبق با نظریه «بنگاه تجاری بازرگانی» تورستین بوند وبلن؛ در حال جدا کردن مردم از محیط و فرهنگ محلی خود و از بین بردن ساختارهای فرهنگی-اجتماعی جامعه قبلی شکل می‌گیرد.
- ۴- بی‌خویشتن‌شدگی مخاطبان ماهواره‌ای: طبق تحقیقات سینگر (۱۹۸۱)، راپازینسکی (۱۹۸۴)، فوتول (۱۹۸۶) و دیگران منعقدند؛ برنامه‌های ماهواره‌ای غیر متعارف در مخاطبان بویژه کودکان و نوجوانان، خشونت، عصبانیت، اختلالات روانی، فراموشکاری، بی‌عاطفگی و احساس بیگانگی یا بی‌خویشتن‌شدگی ایجاد می‌کند.
- ۵- تحدید به مفهوم جرم؛ رسانه‌ها معمولاً جرم را در قالب نوعی جرم خیابانی همراه با خشونت معرفی می‌کنند و افکار عمومی به سمت این نوع جرم‌ها جلب شده و سایر جرم‌ها از نظرها مخفی می‌ماند.
- ۶- عادی‌سازی هنجارشکنی؛ با انعکاس کجروی‌های اجتماعی در رسانه‌ها و تکرار آن، انحراف و نابهنجاری‌ها عادی شده و هنجارها قابل شکستن می‌شوند، لذا ارتکاب جرم در فرد تقویت می‌شود. مثلاً دختر شهرستانی با شنیدن خبر فرار دختران متوجه می‌شود که راهی برای رهایی از مشکلات و تضادهای خانوادگی وجود دارد و ممکن است آن را آزمایش کند.

۷- گسترش خشونت و پرخاشگری؛ تحقیقات نشان داده‌اند که رسانه‌ها با تبلیغات کالاهای رنگارنگ و زندگی مرفه موجب بوجود آمدن آرمان‌های جدیدی در مخاطبان خود می‌شوند که دستیابی با آن‌ها با توجه به محدودیت مالی امکان‌پذیر نیست. لذا احساس محرومیت در افراد ایجاد شده و پرخاشگری یا خشونت در آن‌ها افزایش می‌یابد.

۸- اشاعه فحشا و بی‌بندوباری؛ بر اساس ارائه تصاویر مبتذل و خلاف عفت عمومی از طریق رسانه‌ها و نگرش متون خلاف اخلاق، جرایم به خصوص جرایم جنسی گسترش می‌یابد. در حالیکه در قرآن اشاعه فساد و فحشا مورد مذمت قرار گرفته است: «کسانی که دوست دارند زشتی‌ها در میان مردم با ایمان شیوع یابد، عذاب دردناکی برای آن‌ها در دنیا و آخرت است و خداوند می‌داند و شما نمی‌دانید» (خالصی، ۱۳۸۸: ۲۷۴)

تضعیف اعتماد اجتماعی؛ ذکر انواع انحرافات از طریق رسانه‌ها و اعلام رشد سرسام‌آور آن منجر به ایجاد روحیه سوء ظن و شک نسبت به سایر افراد جامعه می‌شود و احتمال وقوع این انحرافات را از سوی تک تک اعضای جامعه تقویت کرده و روحیه اعتماد عمومی را تضعیف می‌نماید. (همان).

در دیدگاه خوش‌بینانه، نظریه پردازانی مانند اینیس، مک لوهان، پری برام جرج گرներ، مک کویل و دیگران در نگرش مثبت به ماهواره معتقدند که رسانه‌های ارتباطی جمعی از جمله ماهواره در گسترش روابط اجتماعی نقش مؤثری را در جامعه ایفا می‌نمایند. هارولد آدامز اینیس و مارشال مک لوهان رسانه‌های ارتباطی را به عنوان عصا و تمدن می‌شناسند و هر دو معتقدند که تاریخ توسط رسانه‌های غالب در هر عصر و زمان هدایت می‌شوند هم اینیس و هم مک لوهان دوران سوگیری ارتباط یا سلطه کتاب را نامطلوب می‌پندارند. آنان به ورای عصر خط و کتابت به عصر تلویزیون نظر دارند. از نظر آنان، تلویزیون موجب توازن سالم بین حواس می‌شود. با عصر

تلویزیون، فرهنگ شفاهی افزایش می‌یابد. مشارکت به جای عزت جویی، بسط پیدا می‌کند، همکاری و اندیشه جهانی، جایگزین ملی‌گرایش افراطی می‌گردد (ساروخانی، ۱۳۷۳، ۴۵-۴۶). جرج گرنبر در خصوص اهمیت رسانه‌ها می‌گوید: «این اهمیت "عمومی سازی" رسانه‌های گروهی ارتباطات توانایی عمومی‌سازی، تعریف موضوعات، فراهم ساختن واژگان مشترک اشاره و بنابراین بهره‌گیری از توجه و قدرت کمک‌های نظری را باعث شده است». بنابراین در تمام مطالعات ارتباط جمعی، رسانه‌ها نقش اصلی را دارند. سازمان‌های رسانه‌ای پیام‌هایی را پخش می‌کنند که فرهنگ‌های جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهند و منعکس می‌کنند و آنها بطور هم‌زمان اطلاعات را در اختیار مخاطبان ناهمگون وسیعی قرار می‌دهند که این خود، رسانه‌ها را به بخشی از نیروهای اصولی و نهادی جامعه تبدیل می‌سازد. البته رسانه‌ها بر واسطه دلالت دارند، زیرا بین مخاطب و جهان واقع می‌شوند (لیتل جان، ۱۳۸۴، ۷۳۷).

از اینرو می‌توان کارکردهای مثبت رسانه‌ها را در موارد ذیل ارائه نمود:

- ۱- بقای اجتماعی: لاسول وظایفی چند، به عنوان وظایف اصلی ارتباطات جمعی تلقی می‌کند که دارای ابعاد ذیل می‌باشد: ۱- حراست از محیط؛ ۲- همبستگی بین اجزای جامعه در پاسخ به نیازهای محیطی؛ ۳- انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر.
- ۲- جامعه‌پذیری: در خصوص جامعه‌پذیری، ماهواره می‌تواند در هویت بخشی کودکان و بزرگسالان از طریق فیلم‌ها و برنامه‌های آموزشی نقش مؤثری داشته باشد (دعاگویان، ۱۳۸۴، ۱۷۷).
- ۳- پر کردن اوقات فراغت: ماهواره می‌تواند با پخش برنامه‌ها و سریال‌های متنوع در جهت لحظات دشوار زندگی، تمدد اعصاب، جدایی موقت از واقعیت و سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت زندگی مخاطبان نقش مؤثری داشته باشد.

۴- اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی: برخی از کانال‌ها و برنامه‌های ماهواره‌ای در کمترین زمان، اطلاعات را در سرتاسر جهان پخش می‌کنند؛ لذا مطابق با دیدگاه مک لوهان، ماهواره می‌تواند به تسریع دهکده جهانی کمک می‌کند.

۵- احساس تعلق اجتماعی: شبکه‌های ماهواره‌ای با پخش اطلاعات همگن و شبکه اطلاع‌رسانی خبر، می‌توانند موجب تحکیم وحدت نمادی در جامعه شود.

۶- تسهیل ارتباطات اجتماعی: به هر روی با تمامی این توصیف‌ها نمی‌توان نقش تأثیر گذار ماهواره‌ها را در تسریع و آسان‌سازی زندگی امروز مخاطبان نادیده انگاشت زیرا:

- ارائه خدمات بسیار ارزان قیمت و تلفن‌های راه دور؛
 - ارائه جهش تسهیلاتی در نرخ پذیرش تلویزیون‌های کابلی جهان؛
 - ایجاد تسهیل چاپ روزنامه‌های ملی و بین‌المللی؛
 - امکان پذیر نمودن تسریع جریان بین‌المللی اخبار و رویدادها؛
 - قابلیت تمرکز زدایی از انواع مؤسسات اطلاعاتی متمرکز؛
 - ایجاد و تحریک احساس و هیجان در مخاطبان؛
- همه و همه توسط رسانه‌های الکترونیک به ویژه ماهواره‌ها تسهیل گردیده است.

۷- شناخت فرهنگ‌های جوامع دیگر: از طریق رسانه‌های جدید الکترونیک و ماهواره، هر انسانی می‌تواند از نزدیک با فرهنگ‌ها و آداب و رسوم ملل دیگر نقاط دنیا آشنا شود (لیتل جان، ۱۳۸۴، ۷۴۴-۷۴۲).

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی: به نظر می‌رسد فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه **GEM TV** بر سبک زندگی خانواده‌های ساکن در شهرستان نورآباد ممسنی موثر است.

فرضیه‌های فرعی:

- به نظر می‌رسد فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه **GEM TV** بر بعد اقتصادی سبک زندگی خانواده‌های ساکن در شهرستان نورآباد ممسنی موثر است.

- به نظر می‌رسد فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه **GEM TV** بر بعد اجتماعی سبک زندگی خانواده‌های ساکن در شهرستان نورآباد ممسنی موثر است.

- به نظر می‌رسد فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه **GEM TV** بر بعد فرهنگی سبک زندگی خانواده‌های ساکن در شهرستان نورآباد ممسنی موثر است.

- به نظر می‌رسد فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه **GEM TV** بر بعد طایفه‌گرایی سبک زندگی خانواده‌های ساکن در شهرستان نورآباد ممسنی موثر است.

روش پژوهش:

این پژوهش از نظر هدف از نوع کاربردی و از نظر ماهیت از نوع توصیفی-همبستگی با استفاده از روش پیمایش است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه سبک زندگی زوجین حیرت و همکاران (۱۳۹۳) و پرسشنامه فردگرایی و جمع‌گرایی بر گرفته از مطالعات مقیمی است که محقق با حضور در محیط پژوهش اقدام به نظرسنجی و جمع‌آوری اطلاعات نموده است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه خانواده‌های ساکن در شهرستان نورآباد ممسنی است که طبق آمار ثبت احوال در سال ۹۰، تعداد

خانواده‌های شهرستان ممسنی برابر با ۳۰۹۵۴ خانوار خانواده گزارش شده است و طبق آمار سال ۱۳۹۰ جمعیت شهر نورآباد برابر ۵۷۹۰۰ تن و ۹۹۹۰ خانوار است که طبق فرمول کوکران حجم نمونه ۳۷۲ خانواده برآورد شده است. شایان ذکر است که در این تحقیق به دلیل نداشتن آمار دقیق، نمونه از بین خانواده‌هایی انتخاب شده است که فیلم و سریال‌های **GEM TV** را تماشا می‌کنند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش خوشه‌ای تصادفی است، بدین ترتیب که بر اساس طایفه‌های شهرستان نورآباد (طایفه‌های بکش، رستم، جاوید و دشمن‌زیاری) به چهار خوشه تقسیم‌بندی نموده و از هر طایفه ۹۳ زوج متأهل به طور تصادفی انتخاب شده‌اند تا شانس یکسانی در انتخاب داشته باشند. در این تحقیق مشخص شده است آلفای کرونباخ بعد اجتماعی سبک زندگی برابر با ۰.۷۰۶، بعد فرهنگی سبک زندگی برابر با ۰.۷۹۴، بعد اقتصادی برابر با ۰.۷۱۲ و بعد طایفه‌گرایی برابر با ۰.۷۹۹ می‌باشد که نشان از پایداری مناسب پرسشنامه سبک زندگی دارد. در این تحقیق مبنای صحت و سقم اندازه‌گیری، نظر اساتید بوده است و به این دلیل ابزار پرسشنامه دارای اعتبار صوری از نظر کارشناسان است. داده‌های گردآوری شده از طریق پرسشنامه را در ابتدا کدگذاری کرده و بعد از وارد کردن کدها با توجه مقیاس متغیرها، واریانس و توزیع داده‌ها آزمون‌های آماری متناسب را انتخاب نموده و بعد از طریق نرم افزار **spss** نسخه ۲۰ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

یافته‌های تحقیق

نتایج حاکی از آن است که، ۴۷.۳ درصد از پاسخگویان مرد و ۵۲.۷ درصد زن می‌باشند. به عبارت دیگر بیشترین سهم پاسخگویان متعلق به زنان متأهل است. بیشترین پاسخگویان در زمان بررسی کمتر از ۳۵ سال سن دارند که معادل ۵۵.۱ درصد از جمعیت نمونه مورد بررسی است. ۵۴.۸ درصد از پاسخگویان و ۵۸.۱ درصد از همسران پاسخگویان در زمان بررسی

دارای تحصیلات دانشگاهی نیستند. ۵۵.۹ درصد پاسخگویان و ۶۶.۷ درصد از همسران آنها در زمان بررسی شاغل می‌باشند.

نتایج حاکی از آن است که پاسخگویان در طول شبانه‌روز به ترتیب از ماهواره، تلویزیون، تلفن همراه، اینترنت، کامپیوتر، کتاب، مجله و روزنامه و رادیو استفاده می‌کنند. به عبارت دیگر پاسخگویان از ماهواره بیشترین استفاده را در طول شبانه‌روز دارند. در حالی که از رادیو کمترین استفاده را دارند. ۶۶.۴ درصد از پاسخگویان بیش از ۳ ساعت و ۳۳.۶ درصد کمتر از سه ساعت در طول شبانه‌روز فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه **GEM TV** را تماشا می‌کنند. بیشترین انگیزه پاسخگویان از تماشای فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه **GEM TV** تفریح و سرگرمی و کمترین انگیزه مرتبط با نحوه برخورد با مشکلات است. پاسخگویان فیلم و سریال‌های خانوادگی شبکه **GEM TV** را بیشتر از برنامه‌های دیگر تماشا می‌کنند و برنامه کودک و نوجوان را از شبکه **GEM TV** را کمتر از برنامه‌های دیگر تماشا می‌کنند. در تحقیق حاضر تماشای فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه **GEM TV** از مجموع نمرات سه مولفه میزان استفاده، نوع استفاده و انگیزه استفاده از فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه **GEM TV** با ۱۶ گویه به دست آمده است که بین ۱۶ تا ۸۰ با حد متوسط ۴۸ قرار گرفته است. برای سهولت در آمار توصیفی با توجه به حداقل و حداکثر نمرات در سه گروه پایین (کمتر از ۳۷)، متوسط (۳۷-۵۸) و بالا (بالا تر از ۵۸) طبقه‌بندی شده است. طبق نتایج جدول ۱ می‌توان بیان نمود که، ۲.۷ درصد به میزان پایین، ۸۹.۲ درصد متوسط و ۸.۱ درصد به میزان بالایی فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه **GEM TV** تماشا می‌کنند. به عبارت دیگر، بیشترین خانواده‌های شهرستان نورآباد ممسنی به میزان متوسطی فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه **GEM TV** را تماشا می‌کنند که معادل ۸۹.۲ درصد از جمعیت نمونه مورد بررسی است. با توجه به میانگین ۴۹.۴۵ و حد متوسط

۴۸ می‌توان بیان نمود که میزان تماشای فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه **GEM TV** در بین خانواده‌های شهرستان نورآباد ممسنی تقریباً متوسط رو به بالاست.

جدول ۱: توزیع نسبی پاسخگویان بر حسب تماشای فیلم و سریال‌های

ماهواره‌ای شبکه **GEM TV**

پایین	فرآوانی	درصد فرآوانی	درصد فرآوانی تجمعی
۱۰	۲.۷	۲.۷	۲.۷
۳۳۲	۸۹.۲	۹۱.۹	۹۱.۹
۳۰	۸.۱	۱۰۰.۰	۱۰۰.۰
۳۷۲	۱۰۰.۰		
میانگین ۴۹.۴۵ میانه ۴۹.۰ نما ۵۰.۰ انحراف معیار ۷.۰۷ واریانس ۵۰.۰			

در تحقیق حاضر سبک زندگی خانواده از مجموع چهار بعد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و طایفه‌گرایی با ۵۶ گویه به دست آمده است که بین ۵۶ تا ۲۸۰ با حد متوسط ۱۶۸ قرار گرفته است. برای سهولت در آمار توصیفی با توجه به حداقل و حداکثر نمرات در سه گروه مدرن (کمتر از ۱۳۱)، سنتی - مدرن (۲۰۵-۱۳۱) و سنتی (بالتر از ۲۰۵) طبقه‌بندی شده است. طبق نتایج جدول شماره ۲ می‌توان بیان نمود که، ۱۱ درصد در گروه مدرن، ۶۹.۴ درصد در گروه سنتی-مدرن و ۱۹.۶ درصد در گروه سبک زندگی سنتی قرار گرفته‌اند. به عبارت دیگر، بیشترین خانواده‌های شهرستان نورآباد ممسنی از سبک زندگی سنتی-مدرن برخوردار هستند که معادل ۶۹.۴ درصد از جمعیت نمونه مورد بررسی است.

فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی

جدول ۲: توزیع نسبی پاسخگویان بر حسب سبک زندگی خانواده

سبک زندگی مدرن	سبک زندگی سنتی	جمع
۴۱	۷۳	۳۷۲
درصد فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی
۱۱.۰	۱۹.۶	۱۰۰.۰
۸۰.۴	۱۰۰.۰	۱۰۰.۰
میانگین ۱۸۴.۳	میانگین ۱۸۵.۰	نما ۱۷۹.۰
انحراف معیار ۱۷.۲۳ واریانس ۲۹۷.۰		

یافته‌های استنباطی

نتایج جدول ۳ حاکی از آن است که بین فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV و سبک زندگی خانواده رابطه معناداری وجود دارد ($p < 0.05$) و فرضیه اصلی تحقیق تأیید شده است. منفی بودن مقدار آزمون (-0.176) نشان می‌دهد که با افزایش تماشای فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV سبک زندگی خانواده به سمت مدرن شدن سوق پیدا می‌کند.

جدول ۳: بررسی رابطه تماشای فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV و سبک زندگی خانواده

تعداد	Sig	ضریب همبستگی
۳۷۲	۰.۰۰۱	-۰.۱۷۶
فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV و سبک زندگی خانواده		

نتایج جدول ۴ حاکی از آن است که بین فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV و بعد اقتصادی سبک زندگی خانواده رابطه معناداری وجود ندارد ($p > 0.05$). در حالی که بین فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV و بعد اجتماعی، فرهنگی و طایفه‌گرایی سبک زندگی خانواده رابطه معناداری وجود دارد ($p < 0.05$). منفی بودن مقدار آزمون‌ها نشان می‌دهد که با افزایش تماشای فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه

GEM TV بعد اجتماعی، فرهنگی و طایفه‌گرایی سبک زندگی به سمت مدرن شدن سوق پیدا می‌کند.

جدول ۴: بررسی رابطه تماشای فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV و ابعاد سبک زندگی خانواده

Sig	ضریب همبستگی	ابعاد سبک زندگی خانواده	
۰.۴۴۲	-۰.۰۴۰	بعد اقتصادی	فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV
۰.۰۰۰	-۰.۲۲۴	بعد اجتماعی	
۰.۰۱۸	-۰.۱۲۳	بعد فرهنگی	
۰.۰۲۳	-۰.۱۱۸	بعد طایفه‌گرایی	

رگرسیون

نتایج جدول ۵ حاکی از آن است که بین متغیرهای فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV و سبک زندگی خانواده رابطه منفی و معناداری وجود دارد و به ازای یک واحد تغییر در متغیر فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV، میزان سبک زندگی خانواده به میزان ۰.۱۷۶ واحد تغییر خواهد یافت. قدرت تبیین متغیر مستقل ۰.۰۲۸ می‌باشد که نشان می‌دهد متغیر مستقل توانسته است ۲.۸ درصد از تغییرات متغیر سبک زندگی خانواده را تبیین نماید و تماشای فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV بر سبک زندگی خانواده اثری کاهنده دارد. نیز مشخص شده است که ۹۷.۲ درصد تغییرات سبک زندگی خانواده توسط سایر عواملی است که نسبت به موضوع تحقیق نادیده گرفته شده است و نشان داده است که عواملی به جزء تماشای تماشای فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV می‌تواند بر سبک زندگی خانواده مؤثر واقع گردد.

جدول ۵: بررسی تاثیر تماشای فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV بر سبک زندگی خانواده

متغیر مستقل	متغیر وابسته	Beta	T	sig	F	sig
فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV	سبک زندگی خانواده	-۰.۱۷۶	-۳.۴۳	۰.۰۰۱	۱۱.۸۱	۰.۰۰۱
R= 0.176 R ² = 0.031 Adjusted R Square=0.028						

بحث و نتیجه‌گیری

در جهان کنونی فرآیند ارتباط جمعی با واسطه صورت می‌پذیرد. این واسطه‌ها که همان رسانه‌ها هستند افراد را در فضایی نمادین و متفاوت گرد می‌آورند و به این ترتیب کلیتی بنام مخاطبان رسانه‌ها را ایجاد می‌کنند. تماشای برنامه‌های ماهواره موقعیت و یا عرصه‌ای را فراهم آورده که روز به روز هر چه بیشتر مسایل زندگی عموم در آن عرصه متجلی می‌شود. برنامه‌های ماهواره جایگاه بروز تحول در فرهنگ‌اند و به صور مختلف بر فرهنگ و سبک زندگی تاثیر می‌گذارند. به عبارتی دیگر افراد تحت تاثیر ماهواره به سلیقه‌ها و روش‌های زندگی خود شکل می‌دهند.

امروزه ماهواره قدرت فرهنگی عظیمی را در بردارد که تاثیر شگرفی بر تصمیم‌گیریه‌های زندگی و سبک زندگی افراد می‌گذارد و جهت‌گیری جامعه‌شناسی معاصر به سمت پذیرش اهمیت رو به افزایش حوزه مصرف و فعالیت‌های سبک زندگی در شکل دادن به هویت شخصی و جمعی است. آنچه که موجبات نگرانی بیشتری را فراهم می‌کند، این است که به دنبال توانایی شبکه‌های فارسی زبان به خصوص شبکه GEM TV در جذب مخاطب ایرانی، با پخش سریال‌های طولانی مدت یا دوبله فارسی، قصد باز کردن فضای بیشتری برای حضور در بین خانواده‌های ایرانی را دارند. هربرت بلومر و رایت میلز از جمله کسانی هستند که معتقد بودند

وجود وسایل ارتباط جمعی به تضعیف قالب‌های اجتماعی سنتی و از میان رفتن وابستگی‌های افراد به گروه‌های اجتماعی می‌شود و ترکیب جامعه را به هم می‌زند و آن را به یک توده تبدیل می‌کند. بورديو شرایط عینی و شرایط فرد را در اجتماع را موثر بر سبک زندگی افراد می‌داند و از نظر وی شرایط فردی و اجتماعی منجر به تمایزات بین افراد شده و ترجیحات متفاوتی را بین آنها به وجود می‌آورد که باعث تفاوت سلايق بین آنها می‌شود که همین امر نیز در انتخاب آنها از استفاده از رسانه ای مانند ماهواره و مقدار تاثیر پذیری از آن نیز تاثیرگذار است. بنا به عقیده گیدنز ساخت‌های اجتماعی بر افکار و انتخاب‌های افراد در زندگی روزمره تاثیر می‌گذارد و افراد با توجه به جایگاهی که در ساختار اجتماعی دارند و با توجه به منابع موجود در ساختارها بر گزینش سبک زندگی موثرند. از طرف دیگر، گرینر نیز بیان می‌کند که استفاده مکرر رسانه از برنامه‌های خاصی، جهان بینی مشترکی در بین مخاطبان ایجاد می‌کنند. تلویزیون دیدگاه‌ها را نسبت به جهان و سبک زندگی شکل می‌بخشد. تلویزیون انسان را به یک دنیای وسیع‌تری ارتباط می‌دهد و طبق عقیده باندورا از جمله تاثیرات مربوط به رسانه‌ها این است که رسانه‌ها با انتقال و انتشار ارزش‌ها و هنجارهای جدید، ارزش‌های جا افتاده و قدیمی را مورد تهدید و به چالش می‌کشد. همانطور که در فرضیات تحقیق حاضر همسوس با نظریات گرینر، بورديو و باندورا و تحقیقات بابایی فرد و روحی (۱۳۹۴)، جعفری بالابند (۱۳۹۲)، مهدی زاده و خسروی (۱۳۸۸)، ونیک رشینان و باج پایبی (۱۹۹۶) و لال (۱۹۹۸) اثبات شد فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV بر سبک زندگی خانواده‌های شهرستان نورآباد ممسنی و ابعاد آن (فرهنگی، اجتماعی و طایفه‌گرایی) تاثیر منفی می‌گذارد. با توجه به این که ماهواره در این چند دهه اخیر وارد کشور ما شده است. بنابراین در آینده می‌تواند تاثیرات خود را بر روی سبک زندگی و مولفه‌های آن بیشتر نشان دهد که این امر می-

تواند باعث کم‌رنگ شدن و از بین رفتن سبک زندگی ایرانی که پیوندی عمیق با اعتقادات، ارزش‌ها و باورهای مردم ایران دارد منجر شود بنابراین باید به فکر راهکارهایی بود تا تاثیرات مخرب ابزارهای نوین فناوری بر سبک زندگی را به حداقل رساند و نباید اثرگذاری رسانه‌ها بر روند اجتماعی شدن افراد و نگرش آنها، با ورود ارزش‌های جدید به جامعه از طریق خانواده‌ها که منجر به دگرگونی‌های اساسی در جامعه می‌گردند مورد غفلت واقع شود.

پیشنهادها و راهکارهای تحقیق

- ۱- در این پژوهش مشخص شده است که تماشای فیلم و سریال- های ماهواره‌ای شبکه GEM TV بر سبک زندگی خانواده‌ها موثر است می- توان پیشنهاد نمود که رسانه ملی با باز تعریف شبکه‌های موجود در قالب شبکه‌های تخصصی و در صورت امکان افزایش این شبکه‌ها می‌تواند در ترویج سبک زندگی مناسب جامعه ایرانی قدم بردارد.
- ۲- ر این پژوهش مشخص شده است که تماشای فیلم و سریال- های ماهواره‌ای شبکه GEM TV بر بعد اجتماعی سبک زندگی خانواده‌ها موثر است. لذا پیشنهاد می‌گردد که در رسانه ملی به آموزش رفتارهای نوین در خانواده در جهت حفظ سنت‌ها و ارزش‌های خانوادگی گام بردارند.
- ۳- در این پژوهش مشخص شده است که تماشای فیلم و سریال- های ماهواره‌ای شبکه GEM TV بر بعد فرهنگی سبک زندگی خانواده‌ها موثر است. لذا پیشنهاد می‌گردد که رسانه‌های ملی با معرفی و شناسایی فرهنگ‌های بومی و غلبه بر عوارض ناشی از سبک زندگی فرهنگی مدرن، سبک زندگی خانواده‌ها را در جهتی مناسب هدایت نمود.
- ۴- در این پژوهش مشخص شده است که تماشای فیلم و سریال- های ماهواره‌ای شبکه GEM TV بر بعد طایفه‌گرایی سبک زندگی خانواده-

ها موثر است. از آنجا که یکی از مشکلات جامعه مورد مطالعه طایفه‌گرایی هست می‌توان از کارکردهای مفید فیلم و سریال‌های ماهواره‌ای شبکه GEM TV در جهت کاهش این معضل گام مهمی برداشت.

۵- این پژوهش بر ضرورت تبیین سیاست‌ها و راهکارهایی متناسب با دنیای جدید و شرایط روز تاکید دارد و با پذیرش اصل تکثر رسانه‌ای افزایش توان فکری و تقویت ارزش‌های درونی را از طریق گسترش نهضت سواد رسانه‌ای پیشنهاد می‌کند.

منابع

- ازکیا، مصطفی، عبدالهی، راشین (۱۳۹۰)، بررسی جامعه‌شناختی سبک زندگی در میان دو گروه از زنان شاغل و خانه‌دار، پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، سال پنجم، شماره ۶، ص ۳۳-۷
- استونز، راب (۱۳۷۹)، متفکران بزرگ جامعه‌شناسی، مترجم: مهرداد میردامادی، تهران: نشر مرکز
- اسماعیلی، علیرضا، ساریخانی، مریم (۱۳۹۳)، بررسی نقش رسانه ملی (تلویزیون) در توسعه فرهنگ کارآفرینی در بین جوانان، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، سال پنجم، شماره ۱۵
- اکبرزاده، زهرا، فرخ‌پور، محبوبه (۱۳۹۳)، سبک زندگی اسلامی در ارتقا فرهنگ نیازمندان، چکیده مقالات همایش مدیریت اسلامی در فرهنگ رضوی، دبیرخانه همایش خانواده و سبک زندگی در فرهنگ رضوی، دبیرخانه و اداره کل کمیته امداد امام خمینی خراسان رضوی ۰۹۱۲۴۴۶۲۹۷۷
- الفت، سعیده، سالمی، آزاده (۱۳۹۱)، مفهوم سبک زندگی، فصلنامه مطالعات سبک زندگی، سال اول، شماره یک، ص ۳۶-۹

- بابایی فرد، اسدالله، روحی، مریم (۱۳۹۴)، بررسی تاثیر ماهواره بر تغییر سبک زندگی خانواده، چکیده مقالات همایش خانواده و سبک زندگی در فرهنگ رضوی، دبیرخانه همایش خانواده و سبک زندگی در فرهنگ رضوی، دبیرخانه و اداره کل کمیته امداد امام خمینی خراسان رضوی، شهریورماه

- تقی‌زاده، محمدرضا (۱۳۹۲)، تحلیل دریافت مخاطبان تهرانی از سریال‌های خانوادگی و ملودرام شبکه جم‌تی‌وی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته ارتباطات، دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

- جعفری بالابند، مجتبی (۱۳۹۲)، سریال‌های تلویزیونی شبکه ماهواره جم و سبک زندگی مخاطبان جوان شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، گرایش تحقیق در ارتباطات، دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

- حصاری، مینا (۱۳۹۴)، بررسی مقایسه‌ای نظام ارزشی، سبک زندگی و رضایت رابطه جنسی در بین مخاطبان برنامه‌های تلویزیونی شبکه‌های داخلی و خارجی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته روانشناسی، گرایش بالینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، دانشکده علوم تحقیقات گروه روان‌شناسی

- خالصی، پروین (۱۳۸۸)، نقش و اهمیت رسانه‌های جمعی و کارکرد آنها، مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۲۶۱ و ۲۶۲، ص ۲۸۴-۲۷۴

- خواجه نوری و دیگران (۱۳۹۰)، رابطه سبک زندگی و تصور بدن، مطالعه موردی زنان شهر شیراز، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره چهارم، شماره یک

- دانش، پروانه (۱۳۸۷)، **الگوی مصرف شبکه‌های ماهواره‌ای**، پیک نور، سال هفتم، شماره ۳، ص ۱۱-۳
- رستمی، احسان، اردشیرزاده، مرجان (۱۳۹۲)، **نگاهی به نظریه‌های سبک زندگی**، فصلنامه مطالعات سبک زندگی، سال دوم، شماره ۳، ص ۳۲-۹
- سیدی فرانک، بیرقی محمدرحیم (۱۳۹۱)؛ **بررسی تطبیقی روابط اجتماعی سبک زندگی دینی و سبک زندگی مدرن با تأکید بر جامعه ایران**، پژوهش دینی، شماره ۲۵
- شهاب، فوزیه (۱۳۹۱)، **گونه‌شناسی شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان**، فصلنامه مطالعات ماهواره و رسانه‌های جدید، سال اول، شماره یک، ص ۴۲-۹
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، **مصرف و سبک زندگی**، تهران: نشر قم صبح صادق
- فتحی، سروش، وثوقی، منصور، گودرز سلمانی (۱۳۹۳)، **بررسی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی جوانان**، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، سال چهارم، شماره ۱۳، ص ۸۸-۶۹
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۸)، **تجدید و تشخیص**، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی
- لیتل جان، استیفن (۱۳۸۴)، **نظریه‌های ارتباطات**، ترجمه سیدمرتضی نوربخش، تهران: نشر جنگل
- موسوی، مه‌ری سادات (۱۳۹۲)، **تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر سبک زندگی متناسب با اقتصاد مقاومتی**، همایش ملی نقش سبک زندگی در اقتصاد مقاومتی، ص ۱۰-۱

- مهدوی کنی، محمدسعید (۱۳۸۷)، **مفهوم سبک زندگی و گستره آن**، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره یک
- مهدی‌زاده، شراره، خسروی، وحیده (۱۳۸۸)، **بررسی میزان تماشای ماهواره و تاثیر آن بر سبک زندگی**، مجله جامعه‌شناسی معاصر، سال اول، شماره ۲، ص ۸۷-۱۰۴
- میرزایی، غلامرضا، فتحی آشتیانی، علی، احمدی، خدابخش (۱۳۹۳)، **پیش‌بینی سبک زندگی بر اساس ویژگی‌های شخصیتی**، مجله علوم رفتاری، دوره ۸، شماره ۲، ص ۱۸۴-۱۷۷
- نزمی، نرگس (۱۳۹۳)، **بررسی نقش سریال‌های شبکه ماهواره جم در تغییر سبک زندگی زنان شهر تهران**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی، دانشکده علوم اجتماعی
- نیازی، محسن (۱۳۹۰)، **رضایت بین سبک زندگی و میزان هویت ملی**، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال هفتم، شماره ۲۴
- یعقوبی دوست، محمود، شاهون‌وند، بهروز، جولا، غلامرضا و عزیزعلی مرادی (۱۳۹۴)، **بررسی رابطه رسانه‌های دیداری و سبک زندگی**، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، سال ششم، شماره ۱۸، ص ۱۹۸-۱۶۷
- Campbell, J.K. (2001). "Lifestyle, minerals and health". *Journal of medical Hypotheses*, 51, 521- 531.
- Cockerham, w, c. (2005), " Health lifestyle theory and the global cultures". *Journal of social Behavior*, 4 6, 51-67
- Fuchino, Y., Mizoue, T., Tokui, N., Ide, R., Fujino, Y., Yoshimura, T. (2003). *Health-related lifestyle and*

mental health among inhabitants of a city in Japan .
Nippon-Koshu-Eisei-Zasshi,
50, 303-13.

-Saldiver, R (2010). Translating Global culture .
stanford university Thinking Twice series, Fall 2010 ,
[http:// humanexperience.stanford.edu](http://humanexperience.stanford.edu)

-Lull, J (2000). “Constructing Rituals of extension
through family television viewing”. In world families
watch television, edited By J.Lull. New hury park, ca:
sage

فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی و پژوهش‌های اجتماعی (شماره زمستان ۱۴۰۰)

Abstract

The present study aims to investigate the relationship between movies and series of satellite network family GEM TV lifestyle of family. A survey population consisted of all the families of the city is Nurabad Mamasani. The sample size was calculated based on a sample of 372 people and is sampling random cluster sampling method. The instrument used in this study was a questionnaire, validity through the content validity and reliability was confirmed by Cronbach's alpha. Data were analyzed by SPSS software. The findings suggest that, in movies and TV series GEM TV satellite network among families in middle to high mamasani Nurabad city. While nearly 69.4 percent of the sample population are traditional-modern lifestyle. The results indicate that there is a significant negative relationship between watching movies and series GEM TV satellite network and family life style. there is a significant negative relationship between Watch Movies and and serials GEM TV satellite network and social, cultural and sectarian of family life style. While there is not a significant negative relationship between watching movies and series GEM TV satellite network and the economic dimension family life style. The results showed that watching movies and series GEM TV satellite network has the greatest impact on the social dimension of family stylelife.

Keywords: movies and series of satellite network, GEM TV, lifestyle of family

فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی و پژوهش‌های اجتماعی (شماره ۱۴۰۰) ۱۴۷