



سال ششم / تابستان ۱۳۹۶

مدیریت رسانه در خانواده:

مطالعه تجربیات مادران تهرانی در مواجهه با ماهواره

• محمد اسکندری نسب^۱، نسترن دادخواه^۲

هدف اصلی مقاله حاضر بررسی شیوه تعامل یا مقابله با شبکه‌های ماهواره‌ای در درون خانواده، توسط مادران تهرانی، جهت نگاهداشت فرزندان از مواجهه با محتوای نامتعارف است. فرض محوری مقاله این است که خانواده‌های تهرانی با توجه به تفاوت‌های طبقاتی، اجتماعی و سطح تحصیلات در این خصوص سازوکارهای متنوعی اتخاذ می‌کنند. برای بررسی این موضوع چهار منطقه فقیرنشین و مرفه تهران انتخاب شد. جامعه آماری این پژوهش، ۸۰ خانواده دارای ماهواره در چهار محله تهران بود. در بستر خانواده، مصاحبه‌های باز و عمیقی با این خانواده‌ها صورت داده‌ایم. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که خانواده‌های تهرانی در برابر ماهواره‌ها از روش‌های عینی و ذهنی محدودکننده و نیز روش‌های تشویقی و ترغیبی استفاده می‌کنند. روش‌های اتخاذشده، متأثر از جایگاه طبقاتی افراد و انواع سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی افراد است. همچنین می‌توان ادعا کرد که هر چه سطح سواد، و طبقه اقتصادی افراد بالاتر باشد استفاده از روش‌های ترغیبی و ذهنی بیشتر می‌شود.

واژگان کلیدی: مدیریت رسانه، خانواده‌های تهرانی، فرهنگ، کودکان، شبکه‌های ماهواره‌ای.

۱- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، نویسنده مسئول: Eskandar.m1991@gmail.com

۲- دانشجوی دکتری مردم‌شناسی دانشگاه آزاد تهران مرکز nastaran.dadkhah@gmail.com

مقدمه و بیان مسئله

در ایران پس از انقلاب ۵۷، رسانه همواره یک مسئله سیاسی اجتماعی بوده است. منظور از مسئله اجتماعی، ورود آن به حوزه‌ی عمومی و شخصی و درگیری توده مردم با این پدیده است. بر اساس اصل ۱۷۵ قانون اساسی تلویزیون ملی ایران یا صداوسیما در انحصار حاکمیت است و ریاست آن منصوب رهبر ایران آیت‌الله سید علی خامنه‌ای است. دیگر دستگاه‌های حاکمیت مانند پلیس یا وزارت ارتباطات، همسو با صداوسیما در تلاشند که راه‌های ارتباطی مردم با دیگر رسانه‌ها و کانال‌ها را به طرق مختلف مسدود کرده تا تنها کانال رسانه‌ایی موجود صداوسیما باشد. این تلاش‌ها البته به جایی نرسیده است. در ایران تا سال ۱۳۷۲، عملاً وجود ویدئو در خانه یا حمل آن به معنی ضبط دستگاه و بازداشت حامل و مالک آن بود. این ممنوعیت تاکنون برای ماهواره وجود دارد. پلیس ایران برای جمع‌آوری بشقاب‌های ماهواره تا چند سال قبل با استفاده از نیروهای انتظامی، دست به جمع‌آوری و انهدام ادوات ماهواره می‌زد (عصر ایران، کدخبر ۱۷۶۷۲۰) این سلسله عملیات‌ها، طی یکی دو سال اخیر با شکست در پروژه نبرد با ماهواره به پایان رسید. حکومت ایران اکنون با عبور از مرحله سخت‌افزاری و بدون به زحمت انداختن نیروهای امنیتی، با استفاده از فیلترینگ سایت‌ها، پارازیت‌اندازی بر ماهواره‌ها و در نهایت تغییر نسبی در برنامه‌های تلویزیون دولتی (اخیراً تلویزیون دولتی ایران برخی از سازهای موسیقی را بعد از سال‌ها ممنوع تصویری نشان داد)، سعی در به‌دست آوردن دوباره مخاطبان از دست رفته خود دارد. واقعیت این است که نگرانی از ماهواره، صرفاً محدود به حاکمیت نیست. همه تا حدی نگرانند. به هر حال، ایران دارای یک فضای اجتماعی-فرهنگی متفاوت است و اینگونه برخوردها به نوعی می‌تواند توجیه‌پذیر باشد. از طرفی این حقیقتی انکارنشدنی است که ظهور هر نوع تکنولوژی و ظرفیت جدیدی خواه ناخواه، با موجی از مزیت‌ها، و البته تردیدها همراه خواهد بود. در کشورهای غربی نیز نمونه‌هایی از عدم پذیرش یا مقابله با انواع محتوای رسانه‌ایی وجود دارد؛ آنانی که به رویکردهای نوسازی و ارتباطات توسعه‌گرا قائلند از رواج این گونه ارتباطات استقبال می‌کنند؛ از سویی آنهایی که به بومی‌گرایی ناسیونالیستی و یا فرهنگی معتقدند، ماهواره را به دید تردید و طرد می‌نگرند (پاشوپاتی و دیگران، ۲۰۰۳ به نقل از منتظر قائم، ۱۳۸۱: ۶۷).

دولت‌ها دیگر توانایی محدود کردن مخاطبان داخلی به رسانه‌ها و کانال‌های خود را ندارند. ارائه یک آمار قطعی از تعداد شبکه‌های ماهواره‌ایی و نوع برنامه‌های آن‌ها امری بسیار دشوار است، اما در هر صورت، سطح نفوذ این برنامه‌ها بسیار بالاست و مخاطبان ایرانی بر خلاف گذشته یکی دو دهه پیش که محدود به دو سه کانال با محتوای مشخص بودند امروزه می‌توانند از بین هزاران کانال موجود دست به انتخاب برنامه‌های مورد علاقه و متناسب زنند. هر چند که باید در لفظ انتخاب به دیده ظن و بدگمانی نگریست.

اکنون به عنوان یک ایرانی که دارای سَنَنی متفاوت است با پرسش‌هایی از این دست مواجه می‌شویم: آیا راهی، تدبیری یا روشی برای مقاومت در برابر ماهواره وجود دارد یا ما ناگزیر به تسلیم در برابر آنیم؟ آیا می‌توان از ماهواره برای شکوفایی و تربیت هرچه بهتر خانواده‌های ایرانی و دیگر نهادهای اجتماعی استفاده کرد یا این پدیده صرفاً منجر به تضعیف مبانی فرهنگی و هویتی جوامع دریافت‌کننده خواهد شد؟ آن‌گونه که از خلال مصاحبه‌ها دریافت می‌شود به نظر شهروندان ایرانی خانواده عمده‌ترین نهاد در معرض خطر در برابر ماهواره به حساب می‌آید. سوژه‌ها با اشاره به تعدد خیانت‌های صورت گرفته در اطراف خود، به آمار طلاق اشاره می‌کنند. طلاق که روزگاری در ایران امری بسیار نادر و قبیح بود، امروز به شدت در حال رشد است. نتایج آمارها نشان می‌دهد که در سال ۱۳۹۴، در شهر تهران از هر سه مورد ازدواج یکی از آن‌ها به طلاق منجر شده است. این آمار در برخی مناطق مانند شهر پردیس نسبت به ۵۶ درصد، در شمیرانات به حدود ۵۰ درصد و در رشت به بیش از ۵۰ درصد می‌رسد (سالنامه آمارهای جمعیتی، ۱۳۹۴) نتایج پژوهش‌های فراوانی ارتباط بین طلاق و استفاده از محتوای ماهواره‌ها را تأیید می‌کنند (باقری و یوسفی، ۱۳۹۴؛ عطا‌دخت و دیگران، ۱۳۹۵؛ توپخانه و دریکوندی، ۱۳۹۲). به نظر ماهواره، فرم خانواده هسته‌ای جامعه ایرانی را با چالش‌های فراوانی روبه‌رو کرده است. خصوصاً اینکه سریال‌هایی در ایران (مانند سریال‌های جم و پارس تی وی) مورد استقبال قرار می‌گیرند که تم اصلی آن‌ها خیانت است. آنگونه که آتون (آتون، ۲۰۰۱: ۹۸) نشان می‌دهد در نگاه نخست؛ ما در برابر این هجمه لجام گسیخته، یارای مقاومت نداریم و از فرهنگ ما، چیزی جز خاطرات باقی نخواهد ماند، اما باید این دیدگاه را کنار بگذاریم که مواجهه با رسانه‌های جمعی، یکسره به ترک شیوه‌های سنتی زندگی و پذیرش شیوه‌های مدرن زندگی منجر خواهد شد. آیا همان‌گونه که افراد بدون آنکه هدفی مشخص داشته باشند، درهای خانه خویش را بروی تلویزیون، اینترنت و ماهواره باز کرده‌اند در برابر محتوای رسانه‌ها نیز منفعل‌اند؟

از دیر باز در سنت ایرانی زن مدیر خانه و مسول تربیت کودکان بوده است. این همان تفکیک حوزه خصوصی و عمومی به عنوان دو حوزه زنانه و مردانه است. ما در این تحقیق، بنا داریم که نشان دهیم که مادران تهرانی با توجه به تفاوت‌های طبقاتی، اجتماعی و سطح تحصیلات از چه استراتژی‌هایی برای کنترل و تربیت کودکان خود با وجود این ابزار ارتباطی بهره می‌گیرند؟ به کارگیری انواع استراتژی‌ها متأثر از چه عواملی است؟ این مقاله، در پی پاسخگویی به این سؤالات است.

مبانی نظری

مقاله حاضر قصد دارد، شیوه مواجهه و مدیریت خانگی مادران با رسانه‌ها را به روش کیفی بررسی کند. در روش‌های کیفی ادبیات نظری می‌تواند برای مفهوم‌سازی و چرایی بررسی مسئله به

کار بسته شود ولی اهمیت آن به اندازه روش‌های کمی نیست که در این روش‌ها بایستی به‌طور جدی ادبیات نظری آن حوزه بررسی شود. از این‌رو در این قسمت نظریات مرتبط با اثرات رسانه‌ها بر افراد (در اینجا به‌طور خاص کودکان) آورده می‌شود. فرض مبنایی این مقاله این است که مادران از اثرات شبکه‌های ماهواره‌ای بر کودکان خود آگاهند و در راستای کاهش این اثرات، استراتژی‌هایی در قالب «مدیریت خانگی رسانه» در پیش می‌گیرند. نظریاتی که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود اثرات ماهواره را تبیین می‌کند و مقاله حاضر ادعا ندارد که مادران نیز می‌توانند این اثرات را به این شکل صورت‌بندی کنند؛ به عبارتی آن‌ها در این مقاله نمی‌توان اثبات کرد که در این راستا آموزش‌های تخصصی دیده باشند ولی می‌توان ادعا کرد که با استفاده از دانشی که در فراگردهای اجتماعی کسب کرده‌اند به این نتیجه رسیده‌اند که بایستی استفاده از رسانه را خود مدیریت کنند.

نخستین نظریه‌ای که می‌تواند اثرات رسانه‌ها را صورت‌بندی کند، نظریه گلوله^۱ است که آن را با نام‌های دیگری مانند سوزن تزریق یا نظریه کمر بند انتقال نیز شناخته می‌شود. کسانی که به این نظریه معتقدند و آن را مطرح کرده‌اند معتقدند که رسانه‌های جمعی بر تمامی افرادی که در معرض آن‌ها قرار دارند دارای اثرات یکسانی هستند (سوربن و تانکارد، ۱۳۸۱) اما در این باره تجدیدنظری صورت گرفته برای مثال کاتز (کاتز^۲، ۱۹۹۸) بر این اعتقاد است که انسان به‌عنوان موجودی انتخاب‌گر می‌تواند محتوایی را انتخاب کند که با باورها و اعتقادات وی سازگارتر است. به عبارتی انسان خود را در معرض رسانه‌هایی قرار می‌دهد که با نظام‌های باورها و اعتقادات وی همخوانی دارد. در نظریه گلوله، دیدگاه دیگری ارائه شد که آن را به‌عنوان «اثرات محدود رسانه‌ها»^۳ می‌شناسند. جوزف کلاپر (۱۹۶۰) در کتاب *اثرات ارتباط جمعی* به تشریح این الگو پرداخته است. وی بر این باور است که اولاً وسایل ارتباط جمعی به‌طور مستقیم بر مخاطبان تأثیر نمی‌گذارد، بلکه اثرات خود را از طریق عوامل واسطه‌ای بر جای می‌گذارند؛ ثانیاً عوامل واسطه‌ای رسانه‌ها را به یک عامل ثانویه و نه یک عامل علی تبدیل می‌کند (باصری حاجیانی، ۱۳۸۹: ۸۲).

یکی از مهم‌ترین نظریاتی که به‌خوبی می‌تواند اثرات رسانه‌ای را بر افراد نشان دهد نظریه کاشت است. گریباز مبدعان این نظریه می‌گویند، تلویزیون و ماهواره در میان رسانه‌های مدرن چنان جایگاه محوری در زندگی ما پیدا کرده‌اند که به غلبه آن بر محیط نمادین ما منجر شده و پیام‌هایش در مورد واقعیت جای تجربه شخصی و سایر وسایل شناخت جهان را گرفته است. به نظر او، پیام تلویزیون (یا ماهواره)، چون در جوامع غربی، ماهواره ممنوعیتی ندارد تکرار دائمی آن، نهایتاً به‌عنوان دیدگاه مورد وفاق جامعه پذیرفته می‌شود (مک‌کوایل، ۱۳۸۲: ۳۹۹).

1- Ball Theory

2- Katz

3- Media Limited Effected

جرج گربنر و همکارانش در مطالعات درازمدت درباره تأثیر تلویزیون موفق به ارائه نظریه «کاشت» شدند. تحقیق او نشان می‌دهد که در آمریکا تلویزیون تبدیل به بازوی فرهنگی جامعه شده است و عضو اصلی خانواده به شمار می‌رود. او تماشاگران تلویزیون را به دو دسته «ضعیف» و «قوی» تقسیم کرد و دریافت که بینندگان قوی روزانه بیش از چهار ساعت تلویزیون تماشا می‌کنند و منبع اصلی همه گونه اطلاعات، اندیشه‌ها و آگاهی‌های آنان این رسانه است. بنابراین در معرض همه گونه پیام‌های تلویزیونی قرار گرفتن و تأثیرپذیری از آن‌ها همان چیزی است که گربنر نام آن را «کاشت» نهاده است. در واقع کاشت به معنای القای یک جهان‌بینی مشترک، و نقش‌های مشترک است» (گربنر و گروس، ۱۹۷۶: ۲۶).

علاوه بر نظریاتی که آمد، نظریه یادگیری اجتماعی به‌طور گسترده‌ای برای مطالعه تأثیر رسانه‌ها بر خشونت استفاده می‌شود. در مقایسه با نظریه کاشت که مدعی تأثیرگذاری خشونت تلویزیونی بر نگرش‌هاست تا رفتارها؛ نظریه یادگیری اجتماعی، پرخاشگری را در نتیجه تماشای برنامه‌های خشونت‌آمیز می‌داند که به‌عنوان یک رفتار آموخته و عمل می‌شود (مهدی زاده، ۱۳۸۹: ۵۶). به‌طور کلی، فرض اصلی باندورا در نظریه یادگیری این است که ما می‌توانیم از طریق مشاهده دیگران بیاموزیم. او تجربه همذات‌پنداری را روشی متداول برای تغییر دادن انسان‌ها می‌داند. نظریه یادگیری اجتماعی، یک نظریه کلی درباره رفتار انسانی است، اما باندورا و دیگر افرادی که ارتباط‌جمعی را مدنظر دارند، آن را به‌طور خاص برای توضیح تأثیرات رسانه‌ای به کار می‌برند و رسانه‌های جمعی به‌خصوص رسانه‌های تصویری را منبع اصلی یادگیری اجتماعی می‌دانند. باندورا هشدار می‌دهد که کودکان و بزرگسالان از طریق مدل‌سازی فیلم‌ها و تلویزیون، با نگرش‌ها، واکنش‌های عاطفی و سبک‌های نوین پیگیری امور آشنا می‌شوند و می‌نویسد: «رسانه‌ها اگرچه تنها منبع یادگیری اجتماعی نیستند و نفوذ و تأثیرشان به دیگر منابع یادگیری یعنی والدین، دوستان و معلمان وابسته است، ولی روی هم تأثیر مستقیم دارند و این تأثیرگذاری به میانجی نفوذ شخصی یا شبکه‌های اجتماعی صورت نمی‌گیرد» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۵۷).

از سویی رسانه‌ها در جامعه‌پذیری کودکان نیز تأثیرگذار هستند. جامعه‌پذیری فرآیندی است که به دنبال آموزش‌های عام (اعم از آموزش رسمی و غیررسمی) به افراد به‌دست‌آمده و موجب حلول قوانین رفتاری هر جامعه و همه انتظارات فرهنگی آن، در کل شخصیت روانی افراد (با توجه به مشارکت آن‌ها در نظام آن اجتماع) می‌شود و این قوانین و انتظارات را بر شخصیت فرد حک می‌کند. به‌عبارت‌دیگر یک فرآیند مادام‌العمر جامعه‌شناسی و روان‌شناسی، که طی آن هر فرد، هنجارها، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری را که جامعه وی بر آن‌ها تأکید دارد، به‌صورت جزئی از وجود خویش درمی‌آورد (بلیک و هارولدسن، ۱۳۷۸: ۸۹).

امروزه نقش رسانه‌ها در جامعه‌پذیری اولیه کودکان و جامعه‌پذیری درازمدت بزرگسالان، به‌طور

گسترده، مورد قبول قرار گرفته است؛ هر چند به عقیده مک کوایل، هنوز اثبات ماهوی موضوع، تقریباً غیرممکن است؛ زیرا، هر تأثیری از سوی رسانه‌ها بی‌درنگ، با سایر تأثیرات ناشی از محیط اجتماعی و خانواده، درهم می‌آمیزد. با وجود این، برخی فرضیات اساسی درباره اثرات بالقوه رسانه‌ها، در سیاست‌های کنترل رسانه‌ها، تصمیم‌گیری‌های خود رسانه و هنجارها و انتظارات والدین در رابطه با استفاده کودکان از رسانه‌ها، متجلی می‌شوند (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۳۹۳)؛ این فرضیات می‌تواند چنین صورت‌بندی شود که والدین به فرایند جامعه‌پذیری کودکان از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای آگاهند و بطور فعالانه در مدیریت رسانه در خانه عمل می‌کنند.

روش‌شناسی

وسعت کار در این تحقیق و پرسش‌های مقایسه‌ای نسبتاً کلان، ما را ملزم به نمونه‌گیری (کیفی) می‌کند. در نمونه‌گیری تحقیق کیفی حجم نمونه از پیش تعیین شده نیست و نمونه‌گیری معمولاً تا حصول اشباع نظری ادامه می‌یابد. یعنی مرحله‌ایی که دیگر داده‌های جدید به مطالب گذشته محقق اضافه نمی‌شود (فلیک، ۱۳۸۸: ۱۱۷). در این رویکرد زمانی که اندیشه و مفاهیم به دور تسلسل افتد، نمونه‌گیری پایان و مصاحبه متوقف می‌شود. در نمونه‌گیری هدفمند محقق ویژگی‌های جمعیت مورد علاقه را مشخص و افراد دارای این مشخصات را پیدا می‌کند (محمدپور، ۱۳۹۰: ۳۲). از این رو در ابتدای پژوهش، بر اساس مشخصاتی چون سن، طبقه، جنسیت، دارا بودن فرزند و دارا بودن ماهواره در خانه شروع به نمونه‌گیری کردیم. مصاحبه با ۸۰ خانواده از محله‌های شوش، زعفرانیه، اکباتان و پیروزی تهران صورت گرفته است. مشخصات این محلات به اختصار:

جدول ۱: محل زیست سوزده‌ها

نام محله	موقعیت	سطح زندگی
زعفرانیه	شمال	بسیار مرفه
اکباتان	غرب	متوسط (بورژوا)
پیروزی	شرق	متوسط (قدیمی)
شوش	جنوب	پایین

در این مقاله از انواع روش‌های مصاحبه عمیق و تکنیک‌های مشاهده فضایی برای پاسخ به مسئله پژوهش استفاده خواهیم کرد رویکرد روشی ما در این تحقیق بر اساس سه الگوست: مسأله محور بودن؛ یعنی محقق متوجه مسأله اجتماعی است؛ هدفمند بودن؛ یعنی روش‌ها بر اساس هدف تحقیق تعیین یا اصلاح می‌شوند و بالاخره این که در فرایند تحقیق و درک هدف تحقیق

فرایندمحور است (فلیک، ۱۳۹۲: ۱۷۹).

از آنجایی که مطالعه سوژه در کلیت خویش، یعنی در رابطه با فضا زمان و در میدان واقعی تحقیق یک مزیت اساسی برای کارهای مردم‌شناسی است تلاش بر این شد تا همه سوژه‌های تحقیق در درون منازل مورد مصاحبه قرار گیرند. رویت فضای خانه و موقعیت تلویزیون در خانه، چینش صندلی‌ها و حضور توامان دو سوژه تحقیق یعنی مادر و فرزند در کنار هم، در فهم بهتر روابط بسیار مؤثر به نظر می‌رسید. مصاحبه در روشی که ما در پیش گرفته‌ایم بر مبنای گفتگو و رابطه متقابل بین مصاحبه‌گر و افراد مصاحبه شونده شکل می‌گیرد و موفقیت تحقیق به مقدار زیادی در گرو جلب اعتماد و همکاری صمیمانه افراد مصاحبه شونده بود. بر اساس قواعد فنی و اصول اخلاقی مربوط به مصاحبه‌های کیفی، ابتدا مصاحبه‌گر خود را معرفی کرده و در مورد موضوع مصاحبه و اهداف آن به افراد توضیحی می‌دهد (مارشال و راس‌من، ۱۳۸۶: ۸۵)

یافته‌های کلی

تأثیرات آشکار و پنهان

مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که سوژه‌های تحقیق عمدتاً مخاطبان سه کانال پی‌ام‌سی، جم و فارسی‌وان هستند، که سهم فارسی‌وان بسیار بیشتر از دو کانال دیگر است. همینطور مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که به طور کلی می‌توان عمده محتوای رسانه‌ایی را که خانواده‌های ایرانی با آن درگیر می‌باشند را به سه بخش تقسیم کرد. سریال‌ها و شوهای تلویزیونی، تبلیغات و برنامه‌های کارتون. این تقسیم‌بندی مخاطب‌محور و بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته ایجاد شده است؛ مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که کودکان ایرانی چه به شکل مستقیم و چه به شکل غیرمستقیم به شدت از این سه مدل برنامه تأثیر می‌پذیرند که تماشای هر یک از آن‌ها پیامدها و عواقبی خاص خود را دارد. پیامدهای تماشای ماهواره را در کودکان به دو بخش می‌توان تقسیم کرد؛ پیامدهای آشکار؛ به برخی عواقب رسانه اشاره دارد که بر مبنای آن مخاطب به صریح‌ترین شکل ممکن از دیدن و شنیدن یک اثر، تأثیر می‌پذیرد. منظور از پیامدهای آشکار اغلب، حوزه رفتاری انعکاس یافته در شبکه‌های ماهواره‌ایی است. مخاطبان از این طریق، با تقلید از رفتار و گفتاری خاص، مانند برخورد‌های خشن و استفاده الفاظ و عادات نامناسب زمینه نگرانی خانواده‌ها را فراهم می‌آورند. صراحت‌های این بخش، باعث شده که عمده حساسیت دولت‌ها نیز مبتنی بر این برداشت از ماهواره باشد. وجه پنهان پیامدها، القای سبک زندگی، ذهنیت و باورهای خاص است که در همه موارد از دید مخاطب‌ها پنهان می‌ماند و فقدان آگاهی سبب شده که حتی دولت به عنوان نهاد کنترل‌گر فهم دقیقی و مشخصی از این القائات نداشته باشد. ما تمرکز عمده خود را بر پیامدهای پنهان و ناخودآگاه پخش کارتونها (به عنوان یکی از سه برنامه پرتعداد تلویزیونی) بر کودکان تهرانی

گذاشته و سپس سازوکارهای خانواده‌های تهرانی را برای مقابله با این برنامه‌ها مورد بحث و بررسی قرار خواهیم داد.

تبلیغ خشونت و روابط جنسی

همانگونه که گفته شد سوژه‌های تحت مطالعه نگرانی‌های متنوعی درباره محتوای برنامه‌های ماهواره‌ای دارند. بسیاری از والدین نگران خشونت به اکران درآمده در برنامه‌های کودک و بسیاری نگران الفاظ زشت بازنمایی شده در این سریال‌ها هستند. روابط جنسی و نوع پوشش بازیگران نیز از دغدغه‌های خانواده‌های تهرانی است:

مهناز ۳۳ ساله ساکن زعفرانیه:

«قدیم برنامه کودک‌ها اینجوری بود که برنامه‌ها رو حداقل به شکل کنترل شده‌ای سانسور می‌کردن. البته من اونجور سانسور کردن رو تأیید نمی‌کنم ولی خوب الان بچه‌ها که مخاطب این سریال‌ها هستند یه فحشایی مثل یابو، گمشو و انواع متلک‌های جنسی مثل بی‌ناموس رو یاد می‌گیرن که اصلاً نمی‌تونم به زبون بیارم».

مینا ۳۷ ساله ساکن منطقه اکباتان:

الان خیلی از برنامه‌های کارتونی، صحنه بوسیدن داره یا به سادگی همدیگرو با اسلحه دنبال می‌کنن. من به شخصه آدم مذهبی نیستم (اون در خانه یا محل مصاحبه فاقد حجاب است) اما احساس می‌کنم که دیدن این صحنه‌ها برای بچه‌ها مناسب نیست.

آنگونه که مهناز و مینا خاطر نشان می‌کنند، این برنامه‌ها اغلب همراه با ادای الفاظی است که خانواده‌های تحت مطالعه نسبت به آن‌ها خوش‌بین نیستند. نگرانی عمده دیگر سطح خشونت بسیار بالا در بسیاری از برنامه‌های کودک است. پنج برنامه کارتونی مورد علاقه کودکان مخاطب برنامه‌های کارتونی جم؛ یعنی تام و جری، باب اسفنجی، گربه‌های چکمه‌پوش، لاک‌پشت‌های نینجا و دیو و دلبر است. از بین این سریال‌ها دو سریال گربه‌های چکمه‌پوش و لاک‌پشت‌های نینجا آشکارا محتوای کاملاً خشن و اکشن دارند و در سه برنامه کارتونی دیگر نیز می‌توان با کمی مذاقه رنگ و بوی خشونت را احساس کرد. این سطح از خشونت بسیاری از خانواده‌های ایرانی را نگران می‌کند اما راهکاری برای آن پیدا نمی‌کنند.

سارا ۳۹ ساله ساکن منطقه زعفرانیه:

«والا یه فیلم‌های توی برنامه کودک بعضاً با بچه‌ها می‌بینم که خودمم دچار ترس و وحشت میشم. هر سال هم سطح این خشونت‌ها بیشتر می‌شه. بعضیاشون رسماً فیلم جنگی‌اند».

لیلا ۲۵ ساله ساکن منطقه شوش:

«من تأثیر این فیلم‌ها رو آشکارا در بچه‌هام می‌بینم. دو قلوهای من الان با هم برخی از صحنه‌های خشن رو تکرار می‌کنن. زمان بچگی ما اینجوری نبود. آنه شرلی، ژان وال ژان، بچه‌های

آلب یا بابا لنگ دراز که خیلی محبوب بودن از این صحنه‌های خشن نداشتن».

چنین دغدغه‌هایی و همچنین مسائل جنسی نگرانی اساسی خانواده‌های تهرانی در تربیت کودکانشان است. در واقع پیامد اصلی این برنامه‌ها؛ انقطاع از واقعیت، به تأخیر انداختن بلوغ اجتماعی و عدم درک واقعیت‌های اجتماعی برای برخورد موثرتر با جریان زندگی است. بنابراین ما می‌توانیم دو شکل سطحی و عمیق از پیامدهای تماشای برنامه‌های کارتونی را در کودکان مورد اشاره قرار دهیم. پیامد نخست؛ عواقب سطحی تماشا مانند، یادگیری الفاظ نامناسب، خشونت، روابط عاطفی و جنسی زودرس و از این دست موارد است؛ اما عواقب عمیق تماشای این سریال‌ها منزوی و ایزوله‌شدن شخصیت کودکان و انقطاع از واقعیت‌های اجتماعی است که در حین جامعه‌پذیری، از طریق این فیلم‌ها، به آنها چنین عواقبی تحمیل می‌شود. همانگونه که گفته شد نگرانی‌های خانواده‌ها؛ روابط عاطفی موجود در برنامه‌ها، برهنگی شخصیت‌ها، خشونت، و رد و بدل شدن الفاظ نسبتاً زشت در این برنامه‌های تلویزیونی است. البته این نگرانی‌ها صرفاً درباره برنامه‌های کارتونی است و فرض ما بر این است که کودک هرگز به تماشای کانال‌های تبلیغی و یا سریال‌های بسیار نازل شبکه‌های ماهواره‌ای نمی‌نشیند در حالی که مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که اغلب کودکان در همه طبقات، برخی از سریال‌ها و اغلب تبلیغات ماهواره‌ای را مشاهده می‌کنند.

سبک ضدخانواده برنامه کودک

لزوماً خانواده‌ها (به علت فقدان آگاهی و سواد) جز در موارد محدود متوجه قالب‌ها و سبک زندگی القا شده توسط سریال‌های تلویزیونی نمی‌شوند، ما البته معتقد به دست‌های پشت پرده در ارائه یک دیدگاه فکری و فرهنگی خاص نیستیم بلکه تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی سازندگان یک برنامه، زمینه‌ساز ایجاد نوعی نگاه فرهنگی و اجتماعی خاص می‌شود که نمونه‌هایی از آن را می‌توان در این برنامه‌ها به سهولت دریافت کرد. فرضاً تام و جری، لاک پشت‌های نینجا اساساً موجوداتی فاقد پدر و مادر یا خانواده‌اند. برای درک بهتر این وضعیت، در روایت سریال باب اسفنجی؛ شخصیت اصلی داستان باب نام دارد که در فروشگاه تهیه مواد غذایی همبرگر سرخ کن است و به کار نسبتاً ساده و یکنواخت خود بسیار علاقه دارد. شخصیت باب اسفنجی با رفتارهای بی‌آلایش به کودکان شباهت دارد. او در محیط کار و زندگی خود با اختاپوسی که شخصیتی خودخواه دارد و یک ستاره دریایی به نام پاتریک که عاری از هرگونه هوش و استعداد است زندگی می‌کند. تفریحات مورد علاقه‌ی باب اسفنجی شکار عروس دریایی و حباب بازی است. او در یک آناناس زندگی می‌کند. این وضعیت درباره سایر شخصیت‌های فیلم هم صدق می‌کند. صاحب رستوران خرچنگی طماع است که دخترش برل یک نهنگ است. باب اسفنجی در منزل خود با گری حلزون زندگی می‌کند که در واقع حیوان خانگی باب است. خانواده‌ای در کار نیست. همه شخصیت‌های داستان غیر از خرچنگ طماع که دارای یک دختر که آن هم نهنگ است! اساساً فاقد خانواده هستند. سوالات ما از

کودکان نشان داد که آن‌ها هرگز خود را با این پرسش که پدر، مادر و خواهر و برادر شخصیت‌های داستان چه کسانی هستند، مواجه نکرده و اساساً به شکلی سر بسته همه آنچه که در فیلم رخ داده را پذیرفته‌اند. در یکی از قسمت‌های داستان، پدر و مادر پاتریک ظاهر می‌شوند- یعنی او دارای پدر و مادر است- و از او می‌خواهند که با آن‌ها زندگی کند اما پاتریک که همواره شخصیتی بسیار احمق جا زده شده، این بار با استدلال آن‌ها را قانع می‌کند که باید در مجرد زیست کند. از این رو باید گفت که چه کودکان و چه خانواده‌های آن‌ها متوجه مسئله اساسی یعنی سبک زندگی شخصیت‌های داستان نیستند. سبک زندگی به معنای راه و روش خاص یک جامعه یا فرد برای زیستن است. سبک زندگی قالب در این سریال و نیز اغلب کارتون‌های پخش شده جدید زیست مجردانه و اتمی است. کودک در این داستان یاد می‌گیرد که نیازی به ادامه زندگی به سبک کنونی- یعنی خانواده سنتی ایرانی- نیست و می‌شود در آینده مستقل از خانواده و به شکل مجردی زندگی کرد. بنابراین یکی از پیامدهای اساسی وجود و پخش برنامه‌های کودک کنونی اتمی شدن جامعه است.

تام و جری، گربه سگ، لاک‌پشت‌های نینجا و باب اسفنجی داستان گروهی از شخصیت‌های مجرد و منقطع از تاریخ و جهان اجتماعی می‌باشد که در داستان‌های تکه‌پاره آن‌ها نمی‌توان یک روایت منسجم و طولانی را پیدا کرد. منظور از روایت منسجم، فرضاً جریان کارتون‌های کلاسیکی است که در بطن جامعه و با یک روایت خاص آغاز و به اتمام می‌رسید. برای نمونه سریال‌های مانند آنه شرلی با موهای قرمز، بچه‌های کوهستان آلپ و بابا لنگ‌دراز، همگی سریال‌هایی وابسته به زمان و مکان بودند. این داستان‌ها روایتی داشتند که از جایی (معمولاً از کودکی) شروع می‌شد و بعد از چندین قسمت با القای پیام‌های اخلاقی خاص به پایان می‌رسید. شخصیت‌های این داستان‌ها مانند آنه شرلی و جودی ابوت از پنج شش سالگی پوشش داده می‌شوند و مخاطب تا زمان ازدواج آن‌ها را همراهی می‌کند. اما برنامه کودک‌های امروزی فاقد این اصل بنیادین بوده و روایت‌های هر قسمت داستانی مستقل از سایر قسمت‌هاست. از این رو کودک در هر قسمت با یک اتفاق روبرو می‌شود که در انتهای همان فیلم مسئله شکل گرفته فیصله پیدا می‌کند. شخصیت‌های داستانی فاقد زمان و مکانند و هیچ اثری از واقعیت اجتماعی در آن‌ها دیده نمی‌شود. به زبانی دیگر نمی‌توان گفت که فرضاً تام، جری، گربه چکمه‌پوش یا باب اسفنجی چند ساله هستند و در چه زمان و مکانی زندگی می‌کنند. از این رو می‌توان انقطاع از واقعیت را یکی از اساسی‌ترین پیامدهای ورود برنامه‌های کارتون‌های جدید دانست.

مکانیسم‌های دفاعی در برابر ماهواره‌ها

تلویزیون به عنوان عنصر مداخله‌کننده در رشد کودک، سلامت روانی او را مخدوش می‌کند. تماشای مکرر تلویزیون قطعاً به معنای فاصله‌گیری هر چه بیشتر کودک از خانواده، بستر فرهنگی بومی و دریافت بدون کنترل و تکه‌تکه الگوهای فرهنگی دیگر است. حال باید پرسید که خانواده‌های

تهرانی که اغلب خود به شدت متأثر از سلطه ماهواره‌ها هستند چه مکانیسم‌های دفاعی برای کنترل و تربیت بچه‌های خود به کار می‌برند. مصاحبه‌های صورت گرفته نشان می‌دهد که دو مدل متفاوت از کنترل و مدیریت برنامه‌ها توسط خانواده‌ها برای تربیت کودکان وجود دارد.

مکانیسم‌های محدود کننده

مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که وظیفه مدیریت کودکان در برابر ماهواره اغلب به عهده مادران است. این تعهد البته مرهون عواملی متعدد مانند وجود فرهنگ مردسالار، تفکیک حوزه خصوصی به عنوان حوزه‌ی زنانه و حوزه عمومی به عنوان حوزه مردانه و نقش سنتی زنان ایرانی و نیز سطح اشتغال بالای مردان ایرانی در برابر زنان ایرانی است. سطح تحصیلات بالا و نیز افزایش سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی در تعیین نقش تأثیر چندانی ندارند، اما موجب تعدیل وظایف مدیریت کودکان شده و از این رو مردان تحصیل کرده طبقات بالا، بیش از مردان بی‌سواد طبقات پایین در این امر دخالت می‌کنند و بر عکس. به طور کلی خانواده‌های شهر تهران در همه سطوح و طبقات برای عدم تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای تدابیری خاص و عام به وجود آورده‌اند. همانطور که می‌دانیم علاوه بر کانال‌های مذکور ده‌ها کانال ماهواره‌ای محوری برنامه‌های خود را بر اکران فیلم‌های پورنوگرافیک قرار داده‌اند و از این رو هر خانواده‌ای ناگزیر به استفاده از تدابیری خاص برای اعمال محدودیت بر اکران این برنامه‌ها می‌شود.

مهدی ۳۹ ساله ساکن محله پیروزی:

«خانواده‌ها وقتی که ماهواره می‌خرن همون لحظه اول به نصاب می‌گن که این شبکه‌ها رو قفل کنن. نصاب‌ها هم اکثرشون می‌دونن و از قبل به صاب‌خونه می‌گن که این کانال‌ها رو قطع کنیم. ما نه تنها این شبکه‌ها رو قفل کردیم بلکه خیلی از کانال‌های خارجی که خیلی برنامه‌های جلفی مثل رقص و اینجور چیزا رو کلاً بستیم».

مهرانه ۳۳ ساله ساکن محل پیروزی:

«ببینید اون شبکه‌های خیلی بد رو خود کسایی که ماهواره نصب می‌کنند رو از قبل یه جوری بهت می‌گن و قفلشون می‌کنن. ولی خب همین شو و برنامه‌های سریالی رو خیلی وقتا نمی‌شه با بچه‌ها دید. یعنی هر جور حساب می‌کنی با فرهنگ ما نمی‌خوره».

قطع این برنامه‌ها توسط خانواده‌ها عینی‌ترین شکل از مکانیسم‌های محدودکننده ورود برنامه‌های ماهواره‌ای به محیط خانگی است و در بین همه طبقات شهر تهران کاملاً وجود دارد. اما ایجاد محدودیت صرفاً به این شکل نیست. همانگونه که مهرانه می‌گوید در یک سریال به شکل آنی می‌توان با صحنه‌های مستهجن و مبتذلی روبه‌رو شد که برای فضای خانوادگی مناسب نیست. از این جهت خانواده‌ها به شکل خاص و بسته به دیدگاه و انگیزه‌های متفاوت روش‌های محدودکننده متنوعی را برای ایجاد محدودیت ایجاد می‌کنند.

مهديه: ۳۳ ساله ساکن محله‌ی اکباتان:

«خوب صبح‌ها که من سرکار هستم دخترم معمولاً مدرسه است. بعدش تقریباً با هم می‌رسیم و بعد از ظهرها می‌شینم پای برنامه کودک ولی من قشنگ حواسم هست و حتی نمی‌دارم هر برنامه کودکی رو ببینم».

مهديه نشان می‌دهد که خانواده‌های تهرانی علاوه بر محدودیت‌های فنی-مسدود کردن کانال‌ها- محدودیت‌های عملی را نیز حتی در حین پخش برنامه بر کودکان خود تحمیل می‌کنند که دایره این محدودیت‌ها حتی می‌تواند تا برنامه‌های پخش شده از کانال کودک نیز پیش برود. مهديه در ادامه مصاحبه می‌گوید که اجازه نمی‌دهد دخترش برنامه‌هایی که در آن‌ها الفاظ نامناسب و عادات بد آموزش داده می‌شود را تماشا کند. او در ادامه مصاحبه نشان می‌دهد که دخترش را از طریق انواع برنامه‌های تفریحی و آموزشی بیرونی مانند باشگاه و کلاس زبان سرگرم می‌کند و از این رو دختر وی تنها فرصت تماشای یکی دو ساعت از برنامه‌ها را دارد و این وضعیت مدیریت تماشای او را بسیار آسان می‌سازد. اما چنین امکاناتی برای همه خانواده‌ها وجود ندارد. مینا ۳۵ ساله ساکن محله شوش به ما می‌گوید:

«خوب ببیند من الان سه تا بچه دارم، که جز مدرسه جای دیگه‌ای نمی‌رن. معمولاً پای ماهوارن چون خسته میشن ما هم نمی‌تونیم سرگرمشون کنیم. شوهرم که خسته و کوفته ساعت چهار میاد از سرکار یه دو سه ساعت می‌خوابه و بعد میره مسافر کشی منم باید غذا بپزم و نمی‌تونم قانعشون کنم».

حرف‌های مینا و بسیاری از زنان خانه‌دار ساکن منطقه فقیرنشین شوش از چند جهت حائز اهمیت است. تعداد و شمار کودکان -که در طبقات پایین بالاتر است- در عدم کنترل آن‌ها بسیار تاثیرگذار است. این خانواده‌ها به علت بضاعت مالی توانایی ایجاد سرگرمی و امکانات بیرونی مانند فرستادن کودکان به باشگاه، کلاس‌های آموزشی بیرونی مانند کلاس زبان و هنر را ندارند. سرپرست این خانواده‌ها اغلب، کارگران یا کارمندان یقه‌آبی هستند که توانایی کامل رفع نیازهای خانواده را ندارد و از این رو یا دو شغله هستند و یا اینکه شغل آن‌ها به قدری سنگین است که عملاً حوصله و توانی برای اقتناع و مدیریت کودکان در آن‌ها باقی نمی‌ماند بنابراین تمامی وظایف مدیریت کودکان به زنان آن‌ها واگذار می‌شود.

مریلاً ۲۸ ساله، کارشناسی ارشد روانشناسی و ساکن قیطریه:

«لان پسر من هشت‌سالشه و خیلی چیزها رو می‌فهمه و هر سوالی در این مورد داشته باشه از من می‌پرسه و منم حتماً بهش می‌گم که چرا مثلاً نباید این برنامه‌ها رو ببینه. چون همسر من روانپزشکه اغلب ما هر دو باهاش حرف می‌زنیم. حق داره بدونه و ما نمی‌تونیم محرومش کنیم».

تفاوت عمده دیگر در مدیریت کودکان بحث توانایی اقتناع کودکان و نوع برخورد با آنهاست. با

بالتر رفتن سطح سواد و سرمایه فرهنگی والدین آن‌ها توانایی بهتری برای استفاده از روش‌های غیرعینی مانند برقراری دیالوگ و ایراد استدلال برای اقناع کودکان خود دارند. این درحالی بود که مینا-که از طبقات پایین اجتماعی و اقتصادی بود- در آخرین جمله از مصاحبه خود از عدم توانایی برای اقناع کودکان خود حرف می‌زد. سطح تحصیلات و سرمایه‌های فرهنگی در این تحقیق به سرمایه اقتصادی و محل زندگی خانواده‌ها بسیار مربوط است. اما با افزایش آگاهی و اطلاع‌رسانی می‌توان نحوه مدیریت کودکان در برخورد با ماهواره را به سرعت بهبود بخشید. عدم توانایی برای اقناع کودکان و عدم امکانات رفاهی و مالی لازم در طبقات پایین طبقه ۳۸ ساله ساکن خیابان شوش:

«هر برنامه کودکی رو ماهواره پخش می‌کنه من حداقل یکی دو قسمتش رو با دخترم می‌بینم خیلی وقتا هم خوشم میاد و همیشه دنبال می‌کنم. ولی اجازه نمی‌دم هر برنامه‌ایی رو ببینه الان تقریباً تایم و اسم بیشتر برنامه کودک‌ها رو بلدم».

هم‌بینی روشی است که در آن مادر و در برخی موارد پدر یا برادر و خواهر برای کنترل و نظارت بر برنامه‌ها، با کودک خویش به مشاهده برنامه‌ها می‌پردازند. از این جهت می‌توان تماشای ماهواره را در مواردی دارای وجه مشارکتی دانست. این وجه در واقع توفیقی اجباری برای طبقات پایین است، در حالی که در طبقات بالاتر کودک برای اجتناب از تماشای برنامه‌های ماهواره‌ایی به سوی کلاس‌های آموزشی و تفریحی سوق داده می‌شود در طبقات پایین خانواده‌ها با کودک خویش، به تماشای جمعی برنامه‌ها می‌نشینند.

مکانیسم‌های ترغیب‌کننده

برخورد شهروندان تهرانی با ماهواره و مدیریت هر چه بهتر روابط درون خانه صرفاً از طریق ایجاد محدودیت نیست و اعتقاد خانواده‌های تهرانی به مزیت‌های غیرقابل انکار ماهواره سبب ایجاد سازوکارهای ترغیب‌کننده برای تماشای ماهواره شده است. به طور کلی همانند مقوله پیش، استفاده از این سازوکار نیز می‌تواند شامل دو بخش عینی و ذهنی باشد. منظور از وجه عینی این است که نفس باز گذاشتن برخی کانال‌ها و کانال‌بندی‌های صورت گرفته به منظور در اولویت قرار دادن برخی از شبکه‌ها خود نوعی ایجاد هدایت علائق کودکان است. بدین معنا که کودک با روشن کردن تلویزیون خواه ناخواه با کانال‌های خاصی روبرو و از بین آن‌ها دست به انتخاب می‌زند. از این رو ایجاد سازوکاری عینی برای مواجهه با برخی کانال‌ها بخش اول سازوکارهای ترغیب‌کننده است. خانواده‌ها بسته به موقعیت طبقاتی، اجتماعی و فرهنگی خویش این محدودیت‌ها را ایجاد می‌کنند اما به طور کلی برنامه‌های کودک هدف مشترک طیف‌های گوناگون است. از این رو در مجموع؛ مکانیسم ترغیب‌کننده بعدی، ترغیب کودک به تماشای برنامه‌هایی خاص است.

دریا ۳۱ ساله زعفرانیه:

«چون جنبه‌های مثبت ماهواره بیشتر از منفی است و برای همین لزومی نمی‌بینم که اصلاً ماهواره نباشد».

فاطمه ۳۸ ساله ساکن منطقه اکباتان:

«چون یکسری چیزهایی دارد که برای افزایش اطلاعات من مفیده و چیزای که جنبه علمی داره رو به دخترم تاکید می‌کنم که حتماً ببینه».

زهرا ۲۹ ساله ساکن خیابان پیروزی:

«ماهواره گسترده است خیلی بهتر از تلویزیون چون تلویزیون ایران فقط محدود به ایرانه ولی ماهواره جهانیه و بچه‌ها چشمش به جهان اطراف باز می‌شه یعنی با فرهنگ‌ها و زبان‌های کشورهای مختلف آشنا می‌شه و می‌تونه در آینده برای ادامه تحصیل کشوری که مورد نظرش هست رو بشناسه برای همین باید قبل از رفتن به فرهنگ‌های کشورهای آشنایی داشته باشد».

همانگونه که در مصاحبه‌های بالا مشاهده می‌شود امروزه و در عصر ارتباطات امکان نادیده گرفتن ماهواره و ابزار ارتباطی مدرن تقریباً غیرممکن شده است. انسان مدرنی که در شهر تهران زندگی می‌کند شاید تا یک نسل امکان مقاومت در برابر ابزار ارتباطی مدرن را داشته باشد اما این مقاومت قطعاً کوتاه‌مدت است و رشد و توسعه سریع انواع افزار ارتباطی از قبیل موبایل، شبکه‌های مجازی ارتباطی و ماهواره نشان از جا گرفتن آن‌ها در جامعه ایرانی دارد. ما پیش از این بنا بر وجه انتقادی مطالعات اجتماعی انتقاداتی بسیار بر استقبال بی‌مهابا از برنامه‌های ماهواره‌ای وارد آوردیم، اما واقعیت این است که این شبکه‌ها دارای برنامه‌هایی مفید و سازنده نیز هستند که مادران در مصاحبه‌های خود بدان اشاره کرده‌اند. از نظر مادران تهرانی شناخت فرهنگ‌های دیگر یکی از مهم‌ترین دستاوردهای ماهواره است. زهرا از هم‌اکنون و از طریق ماهواره در پی زبان‌آموزی به دختر خود برای فرستادن او به یک کشور خارجی است. او بر این باور است که تماشای برنامه‌های انگلیسی زبان مانند سریال‌ها و مهم‌تر از آن برنامه‌های علمی، موجب می‌شود که دخترش برای خروج از کشور و پذیرش در یک فرهنگ بیگانه، با مشکلاتی کمتر مواجه شود و راحت‌تر با فرهنگ آن‌ها کنار خواهد آمد. از این رو، استفاده از ماهواره امری ضروری است و خانواده‌ها استفاده از آن راه امری گریزناپذیر تلقی می‌کنند.

مونا ۴۰ ساله منطقه زعفرانیه:

«کودکان من هم زمان‌های خاصی را به تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای می‌پردازند. که بیشتر آن شامل کارتون‌ها و برنامه‌های آموزش و تقویت زبان انگلیسیه. به نظر من وقتی فرهنگ استفاده از برنامه‌ها وجود داشته باشه دلیلی برای انتقاد بی‌مورد وجود ندارد. زیرا اگر قرار بر عدم کنترل باشه حتی بدون تماشای برنامه‌ها هم بچه می‌تونه تأثیر منفی را از اطراف خود بگیره».

در اغلب مصاحبه‌ها خانواده‌ها، کودکان خود را به سه محتوای خاص ترغیب می‌کنند. برای خانواده‌ها علاوه بر علل عامی مانند سرگرمی‌های مثبت و غیرآسیب‌زا، برنامه‌هایی که سبب بهبود زبان انگلیسی شود، همین‌طور برنامه‌هایی که سبب آشنایی با فرهنگ‌های خارجی و نیز برنامه‌های علمی مانند انواع مستند در اولویت قرار دارد. اما ترغیب کودکان بیش از این که مرهون اراده مستقیم خانواده‌ها باشد به جایگاه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی خانواده بستگی است. مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که برنامه‌های بلندمدت مانند برنامه‌ریزی برای آموزش زبان انگلیسی با هدف تحصیل در کشورهای خارجه، جز مواردی محدود؛ خاص طبقات بالای شهر تهران است. طبقات پایین چندان خود را ملزم به یادگیری فرهنگ‌های بیگانه و نیز آموزش زبان انگلیسی نمی‌دانند. مسئله اساسی اینجاست که آن‌ها نه شناسی برای خروج برای کودکان خود از کشور قائلند و نه توانایی چیدن استراتژی‌های بلندمدت را دارند. به نظر مهم‌ترین سازوکار ترغیب‌کننده در خانواده‌های تهران و به طور خاص خانواده‌های متمول و دارای سرمایه فرهنگی بالا؛ ایجاد فرهنگ خودسانسوری در کودکان است که مونا با استفاده از مفهوم «فرهنگ استفاده» بدان اشاره کرد. منظور از این مفهوم ایجاد آگاهی و معرفتی در کودکان است که خود آن‌ها تشخیص دهند که چه برنامه‌ایی برای آن‌ها مفید و چه برنامه‌ایی برای آن‌ها مضر است. چنین رویکردی نیز اغلب در میان مادران خانواده‌های متمول دیده می‌شود و همانگونه که پیش از این گفته شد؛ مادران طبقه کارگر، حوصله و آگاهی کافی برای اقناع کودک و آموزش به آن‌ها را ندارند و نظارت‌های آنان عینی و دفعی‌تر است.

نتیجه‌گیری و جمع‌بندی

نتایج مقاله نشان می‌دهد که به طور کلی خانواده‌های تهرانی؛ پنج طیف از برنامه‌های ماهواره‌یی را تماشا می‌کنند. تمرکز این پژوهش بر سه دسته از این برنامه‌ها بود که با مسئله اصلی پژوهش همخوانی بیشتری داشت.

جدول ۲: مخاطب عمده پنج برنامه ماهواره‌ای

نوع برنامه / نوع مخاطب	مردان	زنان	کودکان
برنامه سیاسی	*		
شوهای تلویزیونی		*	
سریال		*	
تبلیغات	*	*	*
کارتون			*

همچنان که در جدول شماره ۲ دیده می‌شود این پنج گروه شامل؛ ۱- برنامه‌های سیاسی اجتماعی خصوصاً اخبار و مستندهای سیاسی، ۲- شوهای تلویزیونی، ۳- سریال‌ها، ۴- تبلیغات و ۵- کارتون است. در این بین؛ عموماً مردان خصوصاً مردان تحصیل کرده اخبار سیاسی و اجتماعی را دنبال می‌کنند. زنان خصوصاً زنان خانه‌دار مشتری شوهای تلویزیونی، سریال‌ها و تبلیغات هستند و کودکان، غیر از کارتون‌های تلویزیونی، تبلیغات و سریال‌ها را هم کم و بیش دنبال می‌کنند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که با نزول سطح انواع سرمایه و طبقه، به علت فقدان امکانات، تسهیلات، افراد وقت بیشتری را صرف تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای در جهت وقت‌گذرانی می‌کنند. با استفاده از دو شاخص جنسیت و نسل می‌توان ادعا کرد زنان و کودکان طبقات پایین، مخاطب عمده برنامه‌های ماهواره‌ای هستند. بر مبنای مصاحبه‌های صورت گرفته می‌توان گفت که با کاهش سطح زندگی خانواده، تماشای انواع برنامه‌های ماهواره‌ای در بین کودکان به علت فقدان تفریحات و سرگرمی‌های بیرونی و نیز عدم توانایی خانواده‌ها در کنترل آنان بیشتر می‌شود. از سوی دیگر، با کاهش سطح زندگی، هم‌بینی برنامه‌های کودک، به همراه مادر یا دیگر اعضای خانواده بیشتر می‌شود.

ما در این مقاله نشان دادیم که به طور کلی خانواده‌های تهرانی در برابر این هجوم رسانه‌ای نگرانی‌های زیادی دارند اما مکانیسم‌های مورد استفاده آن‌ها برای مقابله با برنامه‌های ماهواره‌ای و هجومی رسانه‌ای بسیار متنوع است. در بین این خانواده‌ها به طور کلی می‌توان دو دسته رویکرد مقابله‌ای در برابر ماهواره‌ها را مشاهده کرد. رویکرد اول، رویکردهای محدود کننده است که خانواده‌ها با استفاده از این روش؛ در برابر تماشای انواع برنامه‌ای مقاومت می‌کنند. این مقاومت تقریباً در درون همه خانواده‌های تهرانی وجود دارد. اغلب خانواده‌ها شبکه‌های غیراخلاقی را در بدو امر فیلتر می‌کنند و اجازه تماشای هر نوع برنامه‌ای را از کانال‌های ماهواره نمی‌دهند. از این رو اولین مکانیسم محدود کننده فنی و عینی است. اما دسته دومی از این محدودیت‌ها نیز وجود دارد که بر مبنای آن خانواده در حین تماشای برنامه‌های تلویزیونی، کودکان خود را از دیدن برخی برنامه‌ها، ژانرها و حتی سکانس‌های خاص محروم می‌کنند. این رویکرد نیازمند همراهی و هم‌بینی اعضای خانواده است. رویکرد دوم رویکردهای ترغیبی هستند که در آن خانواده کودک خویش را ملزم به تماشای برنامه‌هایی خاص مانند مستندهای تلویزیونی، برنامه‌های علمی و برنامه‌های بهبود زبان انگلیسی می‌کنند و هدف آن بهبود وضعیت فرهنگی و اجتماعی کودکان خویش است. خانواده‌ها بسته به سطح تحصیلات، سرمایه اقتصاد، فرهنگی و اجتماعی استفاده‌های متنوعی از این دو رویکرد می‌کنند، اما در مجموع خانواده‌های طبقات بالا تمایل بیشتری به مکانیسم‌های تشویق کننده نسبت به مکانیسم‌های محدود کننده دارند.

منابع

- باصری، احمد؛ حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۹) «کارکرد رسانه‌های ماهواره‌ای در تصویرسازی ذهنی»، فصلنامه روانشناسی نظامی، زمستان ۱۳۸۹، دوره ۱، شماره ۴، صص ۷۹-۸۹.
- باقری، مصطفی و یوسفی فاطمه (۱۳۹۴) «تأثیر ماهواره بر طلاق زوجین»، کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم رفتاری و اجتماعی، لینک کوتاه دسترسی: <https://goo.gl/ESQxCe>
- بلیک، رید و هارولدسن، ادوین (۱۳۷۸) طبقه‌بندی مفاهیم در ارتباطات، ترجمه مسعود اوحدی، تهران: سروش.
- توپخانه، محمد زارعی و میردریکوندی، رحیم (۱۳۹۵) «بررسی رابطه بین جهت‌گیری مذهبی و تماشای ماهواره با طلاق. مجله روانشناسی و دین»، سال نهم، شماره دوم، پیاپی ۳۴، صص ۱۱۱-۱۲۵.
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز (۱۳۸۱) نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- عطادخت، اکبر، قربانی، فاطمه و حیدری راد، حدیث (۱۳۹۵) «ماهواره و نقش آن بر هویت خانواده و بروز پدیده طلاق»/اولین کنگره توانمندسازی جامعه در حوزه جامعه‌شناختی، علوم تربیتی و مطالعات اجتماعی و فرهنگی، لینک کوتاه دسترسی: <https://goo.gl/7ENkbR>
- فلیک، اووه (۱۳۸۸) درآمدی بر روش کیفی، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- مارشال، کاترین رأس من، گرچن ب (۱۳۸۵) روش تحقیق کیفی، ترجمه پارساییان علی و اعرابی سیدمحمد، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- محمدپور، احمد (۱۳۸۹) روش تحقیق کیفی ضد روش، تهران: نشر جامعه‌شناسان.
- مک کوایل، دنیس (۱۳۸۲) درآمدی بر نظریه‌های ارتباط جمعی، ترجمه: مهدی منتظر قائم، تهران: مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ها.
- منتظر قائم، مهدی (۱۳۸۴) «سیاست‌های دریافت برنامه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای در کشورهای آسیایی: درس‌های مقابله و بهره‌وری برای ایران»، مطالعات جامعه‌شناختی، زمستان ۱۳۸۴، شماره ۲۶، صص ۶۵-۹۶.
- مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۹) نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: نشر همشهری.

منابع لاتین:

Atton, chris(2001) alternative media, London: sage publications

Gerbener, G. and Gross , p .(1976) Living with Television : The violence profile, in Journal of Communication.

Pashopati, k; Sun. H. L: Mcdowell, S. D (2003) “ Guardians of Culture, Development Communicators, or State Capitalists?: A Comprative Analysis of Indian and Chinese Policy Responses to Broadcast, Cble and Satelite Television” Gazzette, 63 (3): PP 251-271.