

تأثیر شبکه‌ی ماهواره‌ای فارسی‌زبان «من و تو» بر فرهنگ ایثار و مقاومت، سبک زندگی و هویت ایرانی، اسلامی نسل جوان

حسین حسینی جیردهی^۱، جلال ریاحی^۲

چکیده

هدف اساسی پژوهش حاضر، بررسی چگونگی اثرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان به‌ویژه شبکه «من و تو» در تضعیف روحیه ایثار و مقاومت جوانان کشور ایران است، روش مورد استفاده در این تحقیق روش ترکیبی (کمی - کیفی) است که با مطالعه اسنادی، منابع کتابخانه‌ای، تحلیل محتوا و پیمایش با استفاده از پرسشنامه صورت گرفته است، پرسشنامه‌ها در میان ۴۵ نفر (بر اساس مدل تمام شمار و در حد کفایت) از کارشناسان و اساتید حوزه رسانه و کارشناسان فرهنگی، اجتماعی و خبرنگاران توزیع شد، در نهایت داده‌های جمع‌آوری شده در نرم‌افزار SPSS قرار داده شد و با کمک یکی از آزمون‌های مقدار سنجی بنام آزمون t مستقل نتیجه‌گیری به عمل آمد. تعداد ۳ مؤلفه (سبک زندگی، هویت اسلامی و هویت ملی) و هر مؤلفه با ۱۸ شاخص، چگونگی ارتباط شبکه‌ی ماهواره‌ای «من و تو» با فرهنگ ایثار و مقاومت را اثبات کرده‌اند. در این بین تأثیرگذارترین شاخص‌ها عبارت بودند از مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی، ترویج سکولاریسم، ترویج فرهنگ غربی و تغییر ارزش‌های ملی.

واژگان کلیدی

فرهنگ، رسانه، شبکه «من و تو»، ایثار و مقاومت.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۲۹

۱. دانشیار دانشکده پیامبر اعظم (ص)، دانشگاه جامع امام حسین (ع) تهران، ایران. hoseinhoseini35@yahoo.com

۲. دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران (نویسنده مسئول). riahi.jalal@yahoo.com

مقدمه

رسانه‌های گروهی یکی از عوامل و ابزارهای مهم جامعه‌پذیر کردن افراد و رشد فرهنگ آن‌ها است که نقش بسزایی در تحول و ارتقای کیفیت جنبه‌های گوناگون زندگی ایفا می‌کند. بر کسی پوشیده نیست که رسانه‌ها یکی از عوامل مهم فرهنگ‌سازی و البته تجلی فرهنگ در جامعه است و اصلاً فعالیت رسانه‌ای، خود یک کنش فرهنگی محسوب می‌شود. امروزه انسان‌ها در معرض نهادهای رسانه‌ای متولد می‌شوند، می‌اندیشند، دنیا را از این منظر می‌بینند و رفتارهای خود را بر اساس الگوهای برگرفته از کتاب، مجله، روزنامه، فیلم، ماهواره، تلویزیون، رادیو و اینترنت سامان می‌دهند؛ بنابراین می‌توان گفت شکل‌گیری فرهنگ در جوامع انسانی تحت تأثیر مستقیم رسانه‌های گروهی قرار دارد و این ابزارها، الگوهای رفتاری و فرهنگ زندگی آنان را شکل می‌دهد (ساروخانی، ۱۳۸۵). یکی از مقولاتی که رسانه‌ها به آن می‌پردازند، نوعی نفوذ و تأثیرگذاری در میان اعضای جامعه و مخاطبان خود است. بدین ترتیب، رسانه‌ها با ترغیب، تشویق، تبلیغ و حتی ارباب، مخاطبان را وامی‌دارند به قواعد دلخواه صاحبان رسانه اعتقاد پیدا کنند. رسانه‌ها از طریق معرفی هنجارهای خاص اجتماعی و الگوها می‌توانند باعث هم‌نوایی و هم‌سویی و به‌نوعی فرهنگ‌سازی در بین افراد جامعه شوند. در جهان امروز که به عصر رسانه‌ها و شبکه‌ای شدن ساختار اجتماعی مشهور است نمی‌توان تردیدی در نقش رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون در فرهنگ‌سازی، فرهنگ‌پذیری و فرهنگ‌نمایی داشت؛ اساساً یکی از کارکردهای مهم رسانه‌ها طبق نظریه‌های معتبر علوم ارتباطات، انتقال میراث فرهنگی است و رسانه در این فرایند به واسطه تجهیزات ارتباطی و جذابیت‌های صوتی - تصویری از قابلیت و ظرفیت بیشتری در فرهنگ‌سازی برخوردار است. رسانه‌های جمعی به‌عنوان نیرویی تأثیرگذار می‌توانند ضمن تثبیت افکار، اعتقادات، اصول معانی، ارزش‌ها، هنجارها و اخلاقیات، موجبات اصلاح در نگرش‌های عمومی نسبت به سنت‌ها، آداب و رسوم اجتماعی، روندها و رویه‌ها، تفریح و کار، رفتارها، ابداعات، دانش‌ها، ابزارها، فناوری‌ها، مهارت‌ها، سبک‌های زندگی، زبان، هنر، قوانین، نمادها و نهادهای اجتماعی را فراهم آورند؛ در واقع رسانه‌های جمعی از طریق الگوهای رفتاری، اصلاح تفاسیر شناختی، جامعه‌پذیری

ارزش‌ها، جهت‌دهی به افکار عمومی، شکل‌دهی به باورها، تصاویر و ذهنیات اجتماعی، از توان مهندسی فرهنگی برخوردارند. از آنجائی که فرهنگ در تمامی جوامع دارای لایه‌های متعدد و از تنوع زیستی برخوردار است و نیز فرهنگ در ایران از یک‌سو به فرهنگ ملی و مذهبی و از سوی دیگر به فرهنگ‌های بومی و اقوام مختلف تقسیم‌بندی شده لذا می‌توان به روحیه ایثار، از خودگذشتگی و مقاومت مردم ایران نیز به‌عنوان لایه‌ای از فرهنگ ملی و مذهبی این کشور اشاره کرد. اکنون با توجه به موارد فوق و نیز با توجه به اینکه یکی از انواع رسانه‌ها، شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان هستند و روحیه ایثار و مقاومت هم بخشی از فرهنگ مردم ایران است. لذا این مقاله به‌صورت موردی به بررسی نقش شبکه ماهواره‌ای «من و تو» در هویت ملی، هویت اسلامی، سبک زندگی و درنهایت فرهنگ ایثار و مقاومت نسل جوان کشور ایران پرداخته است و فرضیه اصلی نویسنده بر این است که تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، خاصه شبکه من و تو باعث تضعیف و استحاله هویت ایرانی، اسلامی و از بین رفتن روحیه ایثار و مقاومت در بین نسل جوان کشور ایران می‌گردد.

در این رهگذر به بررسی متغیرهای وابسته (روحیه ایثار و مقاومت)، مستقل (شبکه «من و تو») و میانجی (سبک زندگی، هویت ملی و هویت اسلامی) پرداخته خواهد شد.

سؤال اصلی پژوهش

شبکه ماهواره‌ای «من و تو» چگونه باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت در بین جوانان ایران می‌شود؟

سؤالات فرعی پژوهش

۱. شبکه ماهواره‌ای فارسی‌زبان «من و تو» چگونه باعث تغییر سبک زندگی در ایران می‌شود؟
۲. شبکه ماهواره‌ای فارسی‌زبان «من و تو» و چگونه باعث تغییر هویت اسلامی در ایران می‌شود؟
۳. شبکه ماهواره‌ای فارسی‌زبان «من و تو» و چگونه باعث تغییر هویت ملی در ایران می‌شود؟
۴. تغییر هویت ملی بر فرهنگ ایثار و مقاومت چه تأثیری دارد؟
۵. تغییر هویت اسلامی بر فرهنگ ایثار و مقاومت چه تأثیری دارد؟
۶. تغییر سبک زندگی بر فرهنگ ایثار و مقاومت چه تأثیری دارد؟

❖ پیشینه پژوهش

اندیشمندان و صاحب‌نظران زیادی به بررسی ارتباط بین شبکه‌های ماهواره‌ای با هویت اسلامی، ایرانی و سبک زندگی جوانان پرداخته‌اند که از آن جمله می‌توان به مقاله خانم آرام عباسی در خبرگزاری بین‌المللی قرآن با عنوان بررسی آثار و مضرات ماهواره بر فرهنگ دینی، مقاله آقای محمدرضا حقیقی با عنوان بررسی تأثیر ماهواره بر هویت فرهنگی جوانان در نشریه مطالعات رسانه‌ای، مقاله بررسی جامعه‌شناختی تأثیر ماهواره بر هویت دینی جوانان شهر تهران به نویسندگی مسعود دارابی، مهناز امیرپور و ابوالقاسم حیدرآبادی، چاپ شده در نشریه جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، مقاله شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و هویت ملی و اسلامی جوانان، چاپ شده در نشریه مطالعات ملی به نویسندگی محمد نیک ملکی و حسن مجیدی، مقاله نقش ماهواره و برنامه‌های ماهواره‌ای در فرسایش هویت فردی، اجتماعی، ملی و دینی شهروندان شهر کاشان در سال ۱۳۸۹، نوشته محسن نیازی، چاپ شده در نشریه مطالعات فرهنگی و ارتباطات و بسیاری مقالات دیگر اشاره کرد که نتیجه تمامی پژوهش‌ها بر اثرپذیری هویت ملی، اسلامی و سبک زندگی جوانان از شبکه‌های ماهواره‌ای ختم می‌شود.

مبانی نظری پژوهش

فرهنگ

فرهنگ «شیوه ویژه‌ای از زندگی» قلمداد می‌شود که ارزش‌ها، سنت‌ها، باورها، اهداف مادی و سرزمینی، آن را شکل می‌دهند و نظام بوم‌شناختی پیچیده و پویایی از مردم، اشیاء، جهان‌بینی‌ها، کنش‌ها و شرایطی به شمار می‌آید که در ارتباطات روزمره و اندرکنش اجتماعی دگرگونی می‌یابد. فرهنگ، «متنی» است که در آن شیوه‌گوش و پوشش مردم، شیوه‌تهیه و مصرف، شیوه‌تقسیم زمان و فضا، شیوه‌دست‌افشانی و اجتماعی کردن ارزش‌ها و شیوه‌زندگی روزمره شکل می‌گیرد (Lull, 2000). در خصوص لایه‌های مختلف فرهنگ، دیدگاه‌های متفاوتی مطرح شده است. دوار برنت تایلور فرهنگ را مجموعه‌ای پیچیده مشتمل بر آگاهی و معلومات، باورها، اعتقادات، هنر، حقوق و قانون، اخلاقیات، آیین‌ها، سنت‌ها و تمامی استعدادها و عاداتی می‌داند که انسان به‌عنوان عصری از جامعه به کسب و فراگیری آن‌ها می‌پردازد (Tylor, 1871)

ریموند ویلیامز فرهنگ را تمامی شیوه زندگی می‌داند که دربرگیرندهٔ هنجارها، ارزش‌ها رفتارهای اجتماعی است (Williams, 1958) آنتونی د. اسمیت نیز فرهنگ رسانه و فرهنگ‌سازی را شیوهٔ همگانی زندگی یا گنجینه‌ای از باورها، سبک‌ها، ارزش‌ها و نمادها قلمداد می‌کند (Smith, 1991).

باستید فرهنگ را برخوردار از بُعد اعتقادی، اسطوره‌ای، اخلاقی، آیینی، تجربی، اجتماعی و مادی می‌داند (Bastide, 1987). ویلیام درسلر، فرهنگ را مجموعه‌ای از فعالیت‌های تحت حاکمیت قانون نمادین، موردتوافق همگانی، قابل اکتساب، یادگیری و انتقال می‌داند (2002, Dressler). یونسکو فرهنگ را در معنای عام کلمه، مجموعه و جوه تمایزبخش معنوی، مادی، فکری و احساسی قلمداد می‌کند که ویژگی یک جامعه یا گروه اجتماعی به شمار می‌آید و هنر، شیوه‌های زندگی، حقوق اساسی بشر، نظام‌های ارزشی، سنت‌ها و باورها را شامل می‌شود (Unesco, 2003).

با عنایت به نکات فوق می‌توان دریافت که فرهنگ از شش لایهٔ مجزا و درعین‌حال مرتبط با یکدیگر تشکیل شده است. سه لایهٔ نخست، هستهٔ فرهنگ و سه لایهٔ بعد پوخته آن را تشکیل می‌دهند. لایهٔ نخست (باورها) به معنای نظام جهان‌بینی و اعتقادات و نوع نگرش به خدا، انسان و جهان است. لایهٔ دوم (ارزش‌ها) به معنای بایدها و نبایدهاست. لایهٔ سوم (هنجارها) به معنای الگوهای رفتاری برآمده از ارزش‌هاست. لایهٔ چهارم (نمادها و اسطوره‌ها) شامل سرود، پرچم، مشاهیر و شخصیت‌های علمی و فرهنگی یک کشور است. لایهٔ پنجم (آیین‌ها و آداب‌ورسوم) رفتارهای اجتماعی را شکل می‌دهد و منجر به جامعه‌پذیری و درونی کردن عادات و علائق اجتماعی می‌شود. لایهٔ ششم را فناوری‌ها، مهارت‌ها و نوآوری‌ها تشکیل می‌دهند و ناظر بر محیط و فضای نوینی هستند که فرهنگ عمومی در بستر آن شکل می‌گیرد و مظهر تعامل و تبادل کنش‌های اجتماعی و الگوهای ارتباطی به شمار می‌آید (دهشیری، ۱۳۸۸). رسانه نمی‌تواند در سه لایه نخست تحول و تغییر ایجاد کند بلکه بیشتر تلاش دارد از رهگذر اندیشه‌پردازی، ارزش‌گذاری و هنجارسازی، به تعمیق و تثبیت باورها، ارزش‌ها و هنجارها در فرایند تعلیم و تربیت اجتماعی مبادرت ورزد. باوجوداین، رسانه از قابلیت ایجاد تحول در پوخته فرهنگ شامل نمادها و اسطوره‌ها، آیین‌ها و رسوم و فناوری‌ها از رهگذر

نمادسازی، جامعه‌پذیری و الگوسازی رفتاری برخوردار است. بدین ترتیب، تلاش رسانه برای نهادینه‌سازی سه لایه نخست در راستای فرهنگ‌پذیری قلمداد می‌شود و اهتمام رسانه برای ایجاد تحول در سه لایه بیرونی، فرهنگ‌گرایی محسوب می‌شود.

رسانه

یکی از مؤثرترین عوامل اجتماعی، در شکل‌دهی رفتارها در جامعه امروزی، رسانه‌های همگانی (ارتباط‌جمعی) است. جامعه‌شناسان بر این باورند که رفتار آدمی از طریق متغیرهای زیادی شکل می‌گیرد. خانواده، آموزش و پرورش، گروه همسالان و... از متغیرهای مهم و تأثیرگذار بر رفتارند، اما رسانه به جهت گستردگی و تنوع از نقش بسیار بالایی برخوردار است. در تعریف رسانه باید گفت که رسانه یک واسطه عینی و عملی در فرایند برقراری ارتباط است.

ایثار

ایثار در لغت در فرهنگ فارسی عمید به معنای بذل کردن، دیگری را بر خود ترجیح دادن و سود او را بر سود خود مقدم داشتن و نیز قوت لازم و مایحتاج خود را به دیگری بخشیدن است.

ایثار در معنای لغوی در فرهنگ فارسی معین شامل:

بذل کردن، عطا کردن، نثار هر چیزی اعم از مادی و معنوی به دو شرط:

۱. در عین نیاز؛

۲. نیت عمل.

در اسلام ایثار فی‌الذات دارای ارزش نیست، آنچه به آن ارزش می‌دهد هدف و جهت ایثار است که کدام جهت و برای چه هدفی باشد. در همه فرهنگ‌ها، ایثار وجود دارد مهم ماهیت و محتوای عمل است نه صورت عمل. آنچه در سال‌های پیروزی انقلاب اسلامی و پس از آن دفاع مردانه و غرورآفرین جوانان مؤمن و ملت انقلابی ایران دیده می‌شود، بسی بالاتر و والاتر از مرتبه وجدان و حتی تعقل بشری بود و تنها با تعبیری مانند تعهد، فداکاری، نوآوری، اخلاص، پرکاری، وظیفه‌شناسی و از این دست قابل شرح و بیان نبود؛ بلکه چیزی فراتر از این‌ها لازم بود تا این‌همه مجاهدت‌ها و فداکاری اخلاص را به بهترین وجه تفسیر کند، چیزی از مقوله «عشقی مقدس و الهی» در سایه این فرهنگ الهی پدیدار شده بود تا بتوان در

سایه آن به مجاهدت‌ها و فداکاری‌ها معنا بخشید و امروز شبکه‌های ماهواره‌ای خاصه شبکه‌ی «من و تو» جرأت برپا کردن جنگی که با سلاح توان رویارویی با جوانان ایران را داشته باشد، ندارد و جنگ نرم را ایجاد کرده که فرهنگ اسلامی را نشانه گرفته با رواج مدپرستی، ترویج فیلم‌های غیراخلاقی و اشاعه‌ی بی‌حجابی در جامعه و با تبلیغات ضدانقلاب از طریق رسانه‌ها و ماهواره‌ها و ... همه و همه اسلام را هدف گرفته تا جوانان را با فرهنگ شهادت و ایتار بیگانه کند (پورشمس‌الدین مطلق، ۱۳۹۶).

تهاجم فرهنگی

تهاجم فرهنگی این است که یک مجموعه - سیاسی یا اقتصادی - برای مقاصد سیاسی خود و برای اسیر کردن یک ملت، به بنیان‌های فرهنگی آن ملت هجوم می‌برد. چنین مجموعه‌ای هم چیزهای تازه‌ای را وارد آن کشور و آن ملت می‌کند؛ اما به‌زور؛ اما به‌قصد جایگزین کردن آن‌ها با فرهنگ و باورهای ملی. این، اسمش تهاجم است. «تهاجم فرهنگی، مثل خودِ کار فرهنگی، اقدام آرام و بی‌سروصدایی است. یکی از راه‌های تهاجم فرهنگی، این بوده است که سعی کنند جوانان مؤمن را از پایبندی‌های متعصبانه به ایمان که همان عواملی است که یک تمدن را نگه می‌دارد، منصرف کنند. همان کاری را که در اندلس، در قرن‌های گذشته کردند؛ یعنی جوانان را در عالم، به فساد و شهوترانی و میگساری و این چیزها مشغول کردند. این کار، حالا هم انجام می‌گیرد» (بیانات رهبری در دیدار جمعی از کارگزاران فرهنگی، ۱۳۷۱/۵/۲۱). در طول تاریخ اولین حربه‌ای که کشورهای قدرتمند دنیا برای نفوذ با سایر کشورها به کار بردند جنگ و خونریزی بود اما کم‌کم متوجه شدند که راه‌های دیگری هم وجود دارد که بدون خون و خونریزی بر کشورهای ضعیف‌تر مسلط شوند. یکی از این راه‌ها جنگ فرهنگی بود؛ آن‌ها بانفوذ به فرهنگ ملت‌ها باورهای مردم آن کشور را تغییر می‌دادند و بر آن‌ها چیره می‌شدند. این چنین بود که تهاجم فرهنگی روزبه‌روز بیشتر مورد استقبال کشورهای استعمارگر قرار گرفت (ابوالفضل ناظمی، ۱۳۹۶).

در تهاجم فرهنگی سه عنصر اصلی موردحمله قرار می‌گیرد:

- فرهنگ (شناخت‌ها و باورها)؛
- ارزش‌ها و گرایش‌ها؛
- رفتارها و کردارها.

کشورهای استعمارگر برای تهاجم فرهنگی از ابزارهای مختلفی بهره می‌برند که مهم‌ترین آن‌ها

به شرح زیر است:

- خبرگزاری‌های بین‌المللی؛
- رسانه‌های جمعی؛
- مواد مخدر؛
- کالاهای صادراتی؛
- بنیادهای بین‌المللی و منطقه‌ای؛
- میدان‌های ورزشی؛
- ابزارهای ادبی؛
- استفاده ابزاری از زنان.

مهم‌ترین کار دشمن در تهاجم فرهنگی گرفتن روحیه خودباوری و ایمان از یک ملتی می‌باشد، در این زمینه بد نیست سخن یکی از معاونان سابق سیا را از نظر بگذرانیم ایشان می‌گوید: بعد از مدت‌ها تحقیقی به این نتیجه رسیدیم که قدرت رهبر مذهبی ایران و استفاده از فرهنگ شهادت در انقلاب ایران تأثیرگذار بوده، ما همچنین به این نتیجه رسیدیم که شیعیان بیشتر از دیگر مذاهب اسلامی فعال و پویا هستند... به همین منظور چهل میلیون بودجه برای آن اختصاص دادیم... و تا سال ۱۳۸۹ مرجعیت را که سد اصلی اهداف ما می‌باشند تضعیف کرده و آنان را به دست خود شیعیان و دیگر مذاهب نابود کنیم و درنهایت تیر خلاص را بر این فرهنگ و مذهب بزنیم (لیلا آبرودی، ۱۳۹۱).

شبکه‌های ماهواره‌ای، ابزار جنگ نرم

فناوری‌های نوین ارتباطی همواره زمینه‌ساز ابعاد جدیدی از تحولات و دگرگونی در جوامع بشری بوده‌اند. نقش این فناوری‌ها در تحولات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی اجتناب‌ناپذیر و قابل توجه است و یکی از مهم‌ترین نمودهای آن، رسانه و شبکه‌های ماهواره‌ای است که از مهم‌ترین ابزارهای جنگ نرم محسوب می‌گردد و در طول زمان در تمام جوامع بشری گسترده شده و همه انسان‌ها به صورت مستقیم یا غیرمستقیم با آن مواجه‌اند.

در کشور ما الگوهای ماهواره‌ای - که با دین، مذهب و ارزش‌های جامعه ما تطبیق ندارد- فراوان است، لذا ریشه‌یابی این مسئله را می‌توان با بررسی بایدونبایدهای استفاده از این فناوری به دست آورد تا با بصیرت و آگاهی با آن برخورد نمود. بیشترین سرمایه‌گذاری جهت ساخت سخت‌افزار ماهواره‌ها در انحصار افراد یا دولت‌هایی است که عمدتاً یهودی یا مسیحی‌اند، لیکن سهم یهودیان بیش از سایرین بوده و با صرف هزینه‌های کلان، برنامه‌های نرم‌افزاری را نیز برای آن طراحی می‌نمایند.

نکته جالب توجه این است که این برنامه‌ها را تنها برای اتباع خود تولید می‌کنند زیرا می‌توانند مردمان خود را با رسانه‌های داخلی تغذیه نمایند چراکه در این کشورها رسانه‌ها خصوصی و بی‌قیدوشرط هستند. از میان کشورهای غیرعربی، کشورهای اسلامی - به ویژه شیعیان - با بیشترین حجم رسانه‌ای این برنامه‌ها و برنامه‌ریزان آن‌ها مواجه می‌باشند (حسینی، ۱۳۹۲).

از نگاه عوامل پشت پرده تولیدات ماهواره‌ای، مسلمانان تنها زمانی قابل احترام هستند که سرسپرده و تابع فرهنگ و اهداف آن‌ها باشند و در صورت عدم قبول، عقایدشان تخریب یا مورد هجوم نظامی قرار گرفته و به فقر و فلاکت و بدبختی گرفتار می‌گردند. در واقع می‌توان یکی از دلایل وقوع جنگ‌های امروز خاصه در منطقه خاورمیانه را از همین زاویه تفسیر کرد چراکه اگر تمامی دنیای اسلام همانند آل سعود و وهابی‌ها عمل نموده و غلام حلقه به گوش غرب بودند دامن زدن به برخی جنگ‌ها و درگیری‌ها توجیه منطقی نداشت. در بین کشورهای مسلمان و شیعه نیز بیشترین حجم رسانه‌ای از سوی دشمنان، علیه ما و به زبان فارسی صورت گرفته است در حالی که تنها سه کشور ایران، افغانستان و تاجیکستان به این زبان تکلم می‌کنند

که مجموع جمعیت آن‌ها کمتر از ۱۵۰ میلیون نفر است و گستره عظیم این برنامه‌ها هر بیننده‌ای را به تأمل وامی‌دارد که آیا منطقی است که بانیان آن‌ها با نیت خیرخواهی و بدون چشم‌داشتی به تولید این برنامه‌ها مبادرت نموده باشند؟!

گرایش اصلی شبکه‌های فارسی‌زبان متمرکز بر ابعاد فراغتی - تفریحی غیرقابل ارائه از سوی رسانه‌های کشور هدف است اما کم‌کم پیکان آن از حوزه‌های «صرفاً سیاسی» به حوزه «سبک زندگی» هدایت شده است و این ورود تدریجی، آرام و بی‌صدا و چراغ خاموش با هدف انتقال پیام‌ها، الگوها و چارچوب‌های مورد نظر کشورهای محور است و گویی سیبلی که نشانه رفته‌اند هویت و فرهنگ کشورهای هدف و برمدار «از بین بردن نهاد خانواده» است. گزارش اخیر مدیرکل اطلاعات، آمار و مهاجرت سازمان ثبت‌احوال؛ از بروز تغییر و پدیده‌های نوظهور در خانواده‌های معاصر ایرانی حکایت دارد و بی‌شک برخی از دلایل آن را باید در همین شبکه‌های ماهواره‌ای جستجو کرد. به‌عنوان مثال تنها در سال ۱۳۹۳ شاهد آغاز فعالیت بیش از ۲۰ شبکه جدید فارسی‌زبان بودیم که نکته مهم آن ضد فرهنگی بودن گرایش ۱۳ شبکه از میان آن‌ها است. گفتنی است گروه شبکه‌های GEM تاکنون بالغ بر ۱۰۰ عنوان سریال در قالب بیش از ۲ هزار قسمت پخش کرده‌اند (قرنی، ۱۳۷۷).

فصل مشترک سریال‌های پخش شده در گروه شبکه‌های GEM مؤلفه‌هایی همچون حفظ و پذیرش مولید حرام، آسانی طلاق و امکان خوشبختی پس از آن، مسئولیت‌گریزی و تجرد گزینی، تقبیح ازدواج، ترویج روابط جنسی خارج از ازدواج و روابط عاشقانه خلاف شرع، ترویج همجنس‌گرایی، تلاش برای تولید فرزند در روابط نامشروع و کاهش سن روابط نامشروع به دوران کودکی و نوجوانی به‌عنوان اصل مترقی در رشد روابط اجتماعی آن‌ها است (شهاب، ۱۳۹۲). ناگفته پیداست که پشتوانه مالی تأمین این حجم از برنامه در کنار هزینه سخت‌افزاری آن‌ها نشان از سرمایه‌گذاری سنگین در این زمینه و وجود بنیه مالی قوی و پایدار در مدیریت و اداره آن‌ها است و پذیرش ادعای تأمین وجوه آن از مسیر کمک‌های مردمی و تحت پوشش وجوه شرعی ساده‌اندیشانه است. از آنجاکه قرآن کریم، یهودیان را مهم‌ترین دشمن ما معرفی می‌نماید و بسیاری از برنامه‌های ماهواره‌ای با پشتوانه مالی یهود و صهیونیسم تولید می‌گردد، بنابراین باید جانب احتیاط را رعایت نمود و شبکه‌های ماهواره‌ای را یکی از

پیش قراولان جنگ نرم دشمن قلمداد نمود نه یک فناوری نو ظهور قابل اعتماد. رهبر انقلاب در دیدار با مسئولان و مدیران رسانه ملی هدف اصلی جنگ نرم را انحلال درونی و استحاله داخلی جمهوری اسلامی از طریق تغییر باورها و سست کردن ایمان مردم به‌ویژه جوانان خواندند. همچنین آقای همفر جاسوس انگلیسی در ممالک اسلامی، در خاطرات خود که توسط وزارت مستعمرات انگلیس تهیه شده، راه‌های نابودسازی عوامل نیرومند مسلمان را در ۲۳ بند خلاصه و تأکید می‌کند که مطابق پیش‌بینی این رساله پس از یک قرن، نام اسلام از عرصه جهان برچیده خواهد شد و تنها اسمی از آن برجای می‌ماند. چکیده بندهای تدوین شده آن عبارت‌اند از:

ترویج شراب‌خواری، قمار، فساد، شهوت‌رانی، ترغیب به زیر پانهادن دستورات اسلام و سرکشی از اوامر و نواهی آن، نفوذ در خانواده‌ها و تیره نمودن روابط بین فرزندان و والدین، به‌طوری‌که زیر بار تربیت و نصیحت والدین خود نروند و به سمت فرهنگ استعماری هدایت شوند و در نهایت جوانان را از حوزه نفوذ عقاید دینی خارج و ارتباطات آنان را با علما قطع نماید، ایجاد شک در وجوب عبادت و موارد دیگر (قرنی، ۱۳۷۷).

انواع مبارزه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای

۱. مبارزه اعتقادی که در آن کل اسلام را زیر سؤال برده و اسلام امریکایی و انگلیسی را تبلیغ می‌نمایند.
۲. مبارزه سیاسی که در آن ضمن تحقیر مسلمانان این‌گونه القاء می‌نمایند که تنها راه پیشرفت پیروی از الگوهای غربی و بیگانه است.
۳. مبارزه شهوانی که در آن برنامه‌هایی تولید می‌کنند که مخاطب را درگیر شهوات نمایند. می‌توان با بالابردن سطح اعتقادی خود و بصیرت‌افزایی با دو مورد اول مبارزه کرد لیکن تنها راه مقابله با مبارزه شهوانی تولیدات ماهواره‌ای دوری جستن از آنها است.

شبکه «من و تو»

شبکه من و تو از ۲۵ اکتبر ۲۰۱۰، هم‌زمان با ششم آبان، ۱۳۸۹ در لندن فعالیت رسانه‌ای خود را بر روی ماهواره هاتبرد آغاز کرد. این شبکه با ارائه برنامه‌های تفریحی و سرگرمی و جهت‌گیری خلاف شئون اخلاقی و بومی مردم ایران، عملاً مکمل شبکه‌هایی مانند «فارسی وان» شد. این شبکه متعلق به شرکت تلویزیونی مرجان است و از بریتانیا پخش می‌شود. امتیاز شبکه «من و تو» از شرکت گلوبال آی تی وی^۱ انگلستان خریداری شده است. عمده برنامه‌های این شبکه به تهیه‌کنندگی «مرجان عباسی» و «کیوان عباسی» تولید و پخش می‌شود.

<https://rasekhoon.net/news/show/285033>

توجه به نام این شبکه تلویزیونی و نیز آنچه در فلسفه راه‌اندازی آن آمد، نشان می‌دهد دست‌اندرکاران آن با انتخاب اسم «من و تو» عملاً خواستار تعامل و ارتباط با مردم ایران بوده و سیاست خود را کمک به تغییر سبک زندگی آن‌ها برای حضور در پروسه جهانی‌سازی از طریق پخش برنامه‌هایی چون فیلم، سریال، اخبار و گزارش‌های متنوع برای مخاطبان هدف یعنی خانواده‌های طبقه متوسط (ازلحاظ فرهنگی) جامعه ایرانی و به‌ویژه دو قشر زنان و جوانان در گام‌هایی برای از بین بردن قبح برخی رفتارهای غیراخلاقی و پس از آن و به تدریج، جایگزینی و رواج آن‌ها در میان این مخاطبان قرار داده‌اند. بیشتر رسانه‌های فارسی‌زبان وابسته به غرب با کمبود بودجه دست‌وپنجه نرم می‌کنند به عنوان نمونه، همین صدای آمریکا که وابسته به مراکز اطلاعاتی این کشور است به دلیل بروز این مشکلات مجبور شد تا برخی کارکنان خود را اخراج کند اما این مشکلات برای «من و تو» بی‌معناست و این شبکه به منبع عظیم منابع مالی متصل است!

به گزارش سرویس فرهنگی جام نیوز؛ مشکلات مالی برای شبکه «من و تو» بی‌معناست چون اهداف بسیار استراتژیکی را دنبال می‌کند. جدای از دستمزد کارکنان، برنامه‌های خریداری‌شده، دوبله، دکور، مصاحبه‌ها و تهیه برنامه‌های تلویزیونی، این شبکه انگلیسی با پرداخت بیش از ۶۰۰ میلیون در ماه، فقط و فقط برای اجاره کانال خود روی چهار ماهواره

می‌پردازد، هزینه‌های هنگفتی که من و تو بدون هیچ اسپانسری خرج می‌کند تا دلسوزانه برای ایرانیان برنامه تلویزیونی پخش نماید!

اما این همه هزینه برای چیست؟ در واقع شبکه «من و تو»، برنامه‌هایی را دنبال می‌کند که هدف اصلی انگلیسی‌ها از زمان رضاخان تاکنون است و آن تغییر در سبک زندگی ایرانیان به شیوه دلخواه آن‌هاست چراکه آنان به‌خوبی دریافته‌اند که اکنون براندازی یک حکومت با تغییر سبک زندگی و به فساد کشیدن مردم آن بسیار آسان‌تر است.

اما در این میان دو حربه خرافه‌گرایی و گسترش فساد اخلاقی مؤثرتر و جایگاه خاصی دارند چراکه اولی اصولاً با عقل و عقل‌گرایی کاری ندارد و دومی صرفاً به نابودی عقلانیت می‌انجامد. البته این دو مصادیق فراوانی دارند که در ادامه به یکی دو نمونه اشاره می‌شود.

سلاح اول شبکه «من و تو»، خرافه‌گرایی

گاهی دیده‌ایم که برخی مقابل درب ورودی خانه یا مغازه خود نعل اسبی را به زمین می‌چسبانند. جریان این نعل هم‌داستان غریبی است. شاید برخی ندانند که چه حکایت تلخی با این نعل اسب همراه است اما گردانندگان «من و تو» خوب از ماجرا آگاه‌اند. نعل اسب علاوه بر آنکه برای ایرانیان یادآور یک خرافه است اما ارتباط تنگاتنگی هم با کربلا و شهادت دارد. آن هنگام که کوفیان نابکار امام حسین علیه‌السلام و یارانش را به شهادت رساندند سپس با اسب‌ها بر پیکرهای پاک و بی‌جان تاختند. بنی امیه (لعنه الله علیهم اجمعین) در نهران و آشکار، برای آنکه این به‌ظاهر پیروزی را از یاد نبرند، دستور دادند تا نعل آن اسب‌ها و بعدازآن به‌طور کلی نعل اسب را به‌عنوان تبرک و دفع نحسی و بدی بر سر در خانه‌ها آویزان کنند تا بدین گونه تبلیغات منفی خود علیه اهل‌بیت را شدت بخشیده و آن بزرگواران را اسباب شر و نحوست معرفی کنند.

سلاح دوم شبکه «من و تو»، فساد و تباهی اخلاقی جامعه

شبکه «من و تو» که با دنبال کردن پروژه «تغییر حکومت با سلاح فرهنگ» برنامه‌های متنوعی را پخش می‌کند و سعی دارد تا آندلسی دیگر را در سرزمین ایران بر پا کند. این شبکه انگلیسی به

خوبی می‌داند مهم‌ترین آسیبی که گریبان‌گیر حکومت مسلمانان می‌شود و فرجام ناخوشی را برای آنان رقم خواهد زد، تفرقه‌افکنی و ترویج فساد اخلاقی در بین آنان است. دقیقاً همان بلایی که گریبان‌گیر حکومت مسلمین در اندلس شد.

ترویج روابط آزاد میان دختر و پسر، عادی‌سازی خیانت زن و شوهر به یکدیگر، هم‌جنس‌بازی، شراب‌خواری و برخی دیگر از مواردی که باعث می‌شود تا اخلاق یک جامعه از درون پوسیده شود به وفور در برنامه‌های شبکه «من و تو» دیده می‌شود.

زمانی که جوان‌ها و مردم یک سرزمین با وارد شدن فرهنگی غریب و بی‌اصل و ریشه از درون بپوسند و نسبت به ایدئال‌های سرزمین مادری خود بی‌تفاوت شوند، تغییر ذائقه سیاسی آن مردم نیز امکان‌پذیر می‌شود؛ بلایی که بر سر حکومت مسلمانان در اندلس آمد.

تحلیل محتوای اکثر برنامه‌های پخش شده از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای نشان می‌دهد؛ یکی از اهداف مهم طیف گسترده‌ای از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان تأثیر بر سبک زندگی (اعتقادات، باورها، ارزش‌ها، احساسات و عواطف) جامعه مخاطب (ایران) است. کارشناسان معتقدند؛ مطابق با ویژگی‌های «سبک زندگی» که بر گزینش گری و انتخاب تأکید دارد متون رسانه‌ای سبک زندگی و برنامه‌های تلویزیونی این ژانر با کمک به دیده شدن و اعتباربخشی به سبک‌های زندگی خاص، مخاطبان را به انتخاب آن سبک‌ها تشویق می‌نمایند.

شبکه من و تو در حال حاضر به ارائه برنامه‌های تفریحی و سرگرمی و جهت‌گیری خلاف شئون اخلاقی و بومی مردم ایران، می‌پردازد، این شبکه درصدد است با تزریق «سبک زندگی غربی» که در محتوای همه برنامه‌های آن دیده می‌شود بر افکار و عقاید و «سبک زندگی» مخاطبان ایرانی اثر بگذارد و تغییر رفتار و سبک زندگی و الگوی رفتاری جوانان جامعه ایرانی را هدف قرار داده است. این رویکرد به‌خوبی در برنامه‌هایی مانند «بفرمایید شام»، «من و تو پلاس» و «آکادمی موسیقی»، «چرا که نه؟»، «سالی تاک» و حتی برنامه‌های سیاسی آن مانند «اتاق خبر» یا طنز سیاسی با مخاطبان کودک موسوم به «دکتر کی» دیده می‌شود.

در این برنامه‌ها نوعی دیگر از «سبک زندگی» که در تعارضی کامل با آنچه در رسانه‌های رسمی ما عرضه می‌شود تبلیغ می‌شود. بهره‌گیری هوشمندانه از موسیقی پاپ، سینمای روز، مجری‌های جوان و خوش لباس در کنار نمایش جاذبه‌های زندگی مدرن و غربی و به‌خصوص

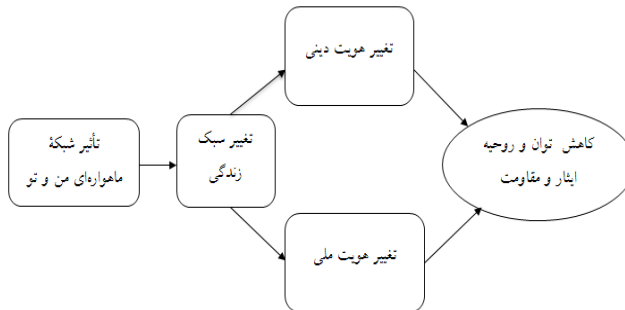
نمایش هدفدار از نوستالژی‌های دهه ۵۰ باعث جذب مخاطب و اثرگذاری فراوان برنامه‌های این شبکه شده است به طوری که برای نمونه این شبکه به عقیده برخی منتقدین اجتماعی از مهم‌ترین عوامل گسترش ناگهانی پدیده «سپورت پوشی» در کشور طی تابستان ۹۲ بود!

بر اساس تحلیل محتوای برنامه‌ها و تحلیل پرسشنامه‌ها به این نتیجه می‌رسیم که یکی از اهداف شبکه «من و تو» این است که باورهای صحیح را از مردم بگیرد و در مقابل باورهای دروغین و ارزش‌های غلط را به آن‌ها تلقین دهند؛ یعنی ارزش‌ها تبدیل به ضد ارزش و برعکس خواهد شد، یعنی دیگر روحیه ایثار و ترجیح دادن منافع دیگران بر خود آن‌ها با نیت الهی وجود نخواهد داشت، یعنی نرم نرمک سبک زندگی تغییر خواهد کرد و هویت ایرانی، اسلامی از بین خواهد رفت.

در مجموع می‌توان گفت: شبکه «من و تو» از طریق جهت‌دهی به اخبار، انتشار و اغراق در پخش اخبار منفی شامل (ایجاد یاس ناامیدی در توده مردم، ایجاد حس بی‌اعتمادی مردم نسبت به دولت، حقیر و ضعیف جلوه دادن حوزه‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی ایران و بزرگ‌نمایی و سیاه‌نمایی مشکلات موجود کشور)، تولید محتوای ضد فرهنگی و تحقیر فرهنگی ایرانیان، انتشار تولیدات سکس و انحرافی اروپا و آمریکا و تبلیغ برنامه‌های محتوای سکس در قالب موسیقی و فیلم و همچنین عادی‌نمایندن خیانت و رفتارهای ناهمگن جنسی و نیز سعی دارد در قالب برنامه بفرماید شام، با حقیر جلوه دادن زندگی روزمره مردم ایران آن‌ها را تشویق به زندگی به سبک اروپایی کند و هویت دینی و ملی ایرانیان را دچار استحاله نماید.

با توجه به کلیه مفاهیم، تعاریف و ارتباطات عنوان‌شده در زمینه فرهنگ، رسانه، تهاجم فرهنگی و ابزار آن (شبکه‌های ماهواره‌ای و ...) و همچنین مفاهیم مربوط به فرهنگ ایثار (به‌عنوان یک ارزش و پشتوانه فکری در فرهنگ ایرانیان) و نیز از آنجاکه اولین قدم در تهاجم فرهنگی تغییر اساس و پشتوانه فکری و ارزش یک ملت است چون هر ملتی بر اساس نوع فکر و اندیشه‌اش، اقدام به کاری می‌کند چون اگر در ملتی روحیه صرفه‌جوئی هست، الگو در ملتی روحیه تولیدی است، اگر در ملتی غیرت، تعصبات صحیح، جوانمردی، احترام به بزرگان، حقوق دیگران و ایثار مطرح است به این دلیل است که پشتوانه فکری آن‌ها است بر این اساس

برای اینکه برای چنین ملتی تسلط یابند باید این باورها و مایه‌های فکری عملی آن‌ها را بگیرند به‌جای روحیه صرفه‌جوئی، روحیه چشم‌وهم‌چشمی و مد را بدهند، به‌جای غیرت و تعصب در ملتی روحیه بی‌بندوباری و فحشا را تزریق کنند و چنین تبلیغ کنند که اینها مظاهر فرهنگی است و هر کس خودش را مطابق این کارها نکند یا علیه آن‌ها قدم بردارد افرادی متحجر و بی‌عقل می‌باشند و... که اگر دشمن به چنین کاری پیروز شد، آغازگر بدبختی این ملت خواهد گردید (ابوالفضل ناظمی، ۱۳۹۶). می‌توان این فرض را تصور کرد که تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای «من و تو» بر سبک زندگی ایرانیان و به تبع آن بر هویت دینی و ملی آنان تأثیرگذار بوده که در این معبر فرهنگ ایثار و مقاومت در بین جوانان ایرانی نیز دستخوش تأثیرات و تغییرات خواهد شد و زنگ خطر موقعی به صدا درمی‌آید که نمونه‌های تاریخی از جمله سرنوشت مسلمانان اندلس را از منظر عبرت پژوهی نگریسته و با شرایط کنونی کشور انطباق دهیم!



شکل ۱. مدل نظری پژوهش (مدل خلاصه‌شده)

فرضیات پژوهش

- تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان «من و تو» باعث تغییر سبک زندگی جوانان ایرانی می‌شود.
- تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان «من و تو» باعث تغییر هویت اسلامی جوانان ایرانی می‌شود.
- تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان «من و تو» باعث تغییر هویت ملی جوانان ایرانی می‌شود.
- تغییر هویت ملی باعث تضعیف فرهنگ ایثار و مقاومت می‌شود.
- تغییر هویت اسلامی باعث تضعیف فرهنگ ایثار و مقاومت می‌شود.
- تغییر سبک زندگی باعث تضعیف فرهنگ ایثار و مقاومت می‌شود.

روش پژوهش

ما در این پژوهش با روش ترکیبی (کمی-کیفی) مطالعه اسنادی، منابع کتابخانه‌ای و مطالعه موردی بر روی یکی از مهم‌ترین و پرمخاطب‌ترین شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان یعنی شبکه (من و تو) ضمن تأکید بر میزان تأثیر این برنامه‌ها بر طیف وسیعی از جامعه، به دنبال پاسخ به این پرسش اساسی هستیم که «تأثیر برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای بر سبک زندگی و هویت ملی و اسلامی جوانان ایران چگونه به تضعیف روحیه ایثار و مقاومت جوانان تبدیل می‌شود؟» با توجه به بررسی انجام‌شده به نظر می‌رسد برنامه‌های تولیدشده توسط شبکه‌هایی از این دست باهدف قرار دادن خانواده‌ها بیش از هر چیز باعث تغییر ارزش‌های ایرانی-اسلامی حاکم بر خانواده و گسترش فرهنگ مصرف‌گرایی و بی‌بندوباری اخلاقی در جامعه شده و درنهایت عاملی برای تضعیف روحیه ایثار و مقاومت محسوب می‌شود.

با توجه به مطالب فوق، در این تحقیق پژوهشگر درصدد بررسی نقش شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر روحیه ایثار و مقاومت جوانان ایران است؛ بنابراین روش پژوهش، توصیفی - تحلیلی و از نوع پیمایشی است؛ که درنهایت به روش آماری (کمی) از یکی از آزمون‌های مقدار سنجی بنام آزمون t مستقل بکارگیری می‌شود.

جامعه آماری: در این تحقیق تعداد ۴۵ نفر از میان کارشناسان و اساتید حوزه رسانه و کارشناسان فرهنگی، اجتماعی و خبرگان انتخاب شدند که در حوزه مطالعات فرهنگی، اجتماعی و کارکردها و اثرات ماهواره و برنامه‌های آن‌ها صاحب‌نظر بودند.

نمونه آماری: در پژوهش‌های انسانی و اجتماعی برای سنجش ذهنیت مردم و افراد دو راهکار کلی وجود دارد. راهبرد تمام شماری و راهبرد نمونه‌گیری (حافظنیا، ۱۳۸۹: ۱۴۳). در این پژوهش راهبرد تمام شمار بکار گرفته شده است.

❖ ابزارهای پژوهش

برای گردآوری اطلاعات این پژوهش از روش‌های جمع‌آوری کتابخانه‌ای (شامل کتب و اینترنت) و جمع‌آوری میدانی (شامل گردآوری داده‌ها از طریق پرسشنامه) استفاده شده است. پرسشنامه به‌عنوان یکی از متداول‌ترین ابزارهای جمع‌آوری اطلاعات در تحقیقات پیمایشی، عبارت است از مجموعه‌ای از پرسش‌های هدف‌دار که با بهره‌گیری از مقیاس‌های گوناگون، نظر، دیدگاه و بینش فرد پاسخگو را موردسنجش قرار می‌دهد (خاکی، ۱۳۸۲: ۲۴۲).

ابزار گردآوری اطلاعات شامل پرسشنامه، بانک‌های اطلاعاتی (کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی)، شبکه‌های اینترنتی است. پرسشنامه این مقاله محقق ساخته است که بر اساس تحلیل محتوای صورت گرفته از کارشناسان ارزیابی می‌کند.

شیوه جمع‌آوری اطلاعات

برای گردآوری داده‌ها ابتدا با روش تحلیل محتوا، معیارهای اصلی سنجش حاصل شده سپس، با تأیید پرسشنامه توسط اساتید و همچنین روایی و پایایی پرسشنامه، این پرسشنامه میان کارشناسان و خبرگان مذکور در بالا توزیع شده و اطلاعات آن گردآوری شد.

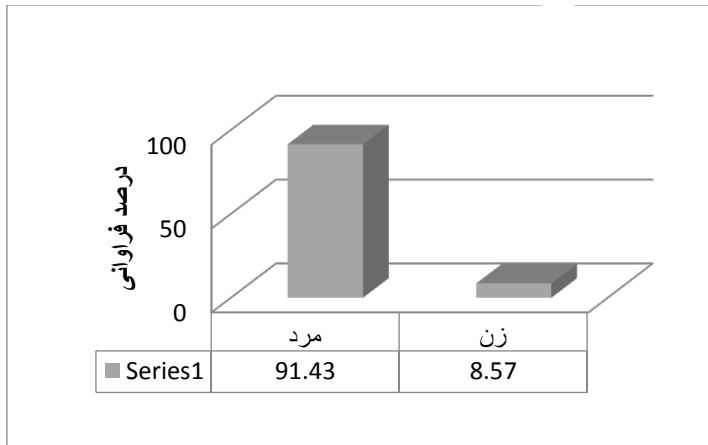
جدول ۱. وضعیت شغل، تخصص و تحصیلات جامعه آماری

ردیف	عنوان شغل	حیطه تخصص	تحصیلات	تعداد
۱	استاد دانشگاه	فرهنگ	دکتری	۶
		رسانه	دکتری	۳
۲	مدیر کل	فرهنگ و رسانه	کارشناسی	۰
			کارشناسی ارشد	۷
۳	معاون مدیر کل	فرهنگ و رسانه	دکتری	۲
			کارشناسی	۳
			کارشناسی ارشد	۴
۴	روسای ادارات شهرستان	فرهنگ و رسانه	دکتری	۱
			کارشناسی	۵
			کارشناسی ارشد	۴
۰			دکتری	۰
۵	جمع کل			۳۵

تحلیل توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی تصادف پژوهش

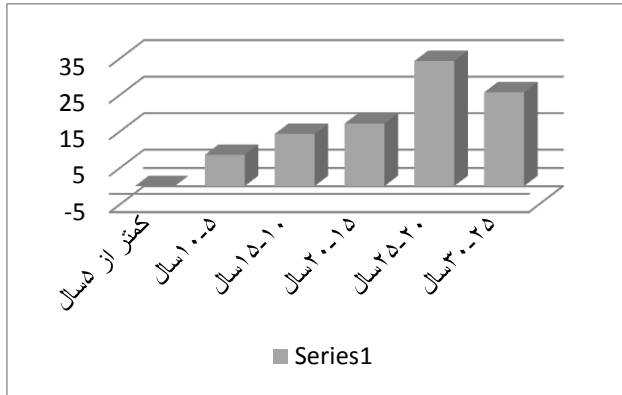
نتایج حاصل از بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی گروه نمونه کارشناسان در جداول زیر ارائه شده است:

فراوانی به‌دست‌آمده از وضعیت جنسیتی کارشناسانی که در میان آنان پرسشنامه توزیع شده است در نمودار ۱ نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، بیشتر جامعه کارشناسان را کارشناسان مردان با ۹۱,۴۳ درصد فراوانی تشکیل داده‌اند.



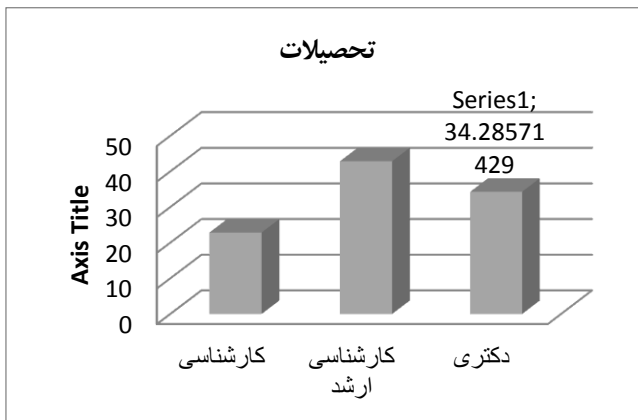
نمودار ۱. درصد جنسیتی در نمونه کارشناسان

فراوانی به‌دست‌آمده از وضعیت میزان سابقه در مشاغل فرهنگی و رسانه‌ای در نمونه آماری در نمودار ۲ نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، بیشتر جامعه موردبررسی را افراد با سابقه بین ۲۰ تا ۲۵ سال تشکیل داده‌اند.



نمودار ۲. وضعیت درصد سابقه فعالیت در مشاغل فرهنگی و رسانه‌ای در نمونه کارشناسان

فراوانی به دست آمده از وضعیت تحصیلات پاسخگویان در نمودار ۳ نشان داده شده است. همان طور که مشاهده می شود، بیشتر جامعه مورد بررسی را افراد با تحصیلات کارشناسی ارشد با ۴۲ درصد فراوانی تشکیل داده اند.



نمودار ۳. وضعیت درصد تحصیلات پاسخگویان

روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها

ابتدا برای استخراج شاخصه‌ای تحقیق از روش تحلیل محتوا بهره‌گیری شد. تحلیل محتوا از روش‌های اسنادی است که به بررسی نظام‌مند، عینی، کمی و تعمیم‌پذیر پیام‌های ارتباطی می‌پردازد. این روش در دسته‌بندی روش‌ها، پهنانگر محسوب می‌شود و از آن برای بررسی محتوای آشکار پیام‌های موجود در یک متن می‌پردازد و در نتیجه وارد تأویل و نشانه‌شناسی محتوای پیام نمی‌شود. تحلیل محتوا روشی مناسب برای پاسخ دادن به سؤال‌هایی درباره‌ی محتوای یک پیام است. هرچند در رویکردهای اولیه، ادعا می‌شد که تحلیل محتوا می‌تواند علاوه بر محتوای پیام، به ویژگی‌های مؤلف و تأثیر بر مخاطب بپردازد، اما امروزه دو کارکرد اخیر را تنها در روش‌های تلفیقی میدانی و اسنادی امکان‌پذیر می‌دانند.

در ادامه، از شاخص‌های آمار توصیفی فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار به منظور تبیین وضعیت معیارها استفاده شد. به منظور تحلیل استنباطی داده‌های به دست آمده از ابزارهای اندازه‌گیری از روش آماری آلفای کرونباخ جهت برآوردن آزمون پایایی و آزمون t مستقل جهت ارزیابی معیارهای حاصل از تحلیل محتوا استفاده شد؛ که بدین منظور از نرم‌افزار Spss استفاده گردید.

بیان یافته‌ها و تحلیل علمی آن‌ها:

طی تحقیق و پژوهش به عمل آمده توسط نگارنده، سه مؤلفه سبک زندگی، هویت اسلامی و هویت ملی دستخوش اثرگذاری شبکه «من و تو» هستند که بر اساس تحقیقات میدانی و تجزیه و تحلیل آماری توسط نرم‌افزار، نتیجه نهائی به شرح ذیل است:

فرضیه اول: شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت در ایران می‌شوند.

اثرات شبکه‌های ماهواره‌ای بر سبک زندگی، هویت ملی و هویت اسلامی جوانان ایرانی، منجر به تضعیف روحیه ایثار و مقاومت در بین جوانان ایرانی می‌شود. نتایج به دست آمده از پرسشنامه‌ها از طریق مقایسه با نمره معیار، آزمون t و سطح معناداری تحلیل شده است. نتایج این جدول نشان می‌دهد که در سطح معناداری $p \leq 0.05$ تحلیل تمامی شاخص‌ها معنادار شده

است. بر این اساس، از میان شاخص‌ها، تغییر سبک زندگی تأثیر بیشتری بر تضعیف روحیه ایثار و مقاومت جوانان ایرانی دارد و تمسخر طنزآلود مقامات کمترین تأثیر را بر تضعیف روحیه ایثار و مقاومت جوانان ایرانی دارد.

جدول ۲. نتایج آزمون t فرضیه اول

Sig	T	نمره معیار	میانگین	شاخص‌های فرضیه چهارم
۰/۰۰۲	۱۲/۷۷	۳	۳/۷	ترویج مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۲۷	۹/۸۱	۳	۴/۶۱	ترویج شراب‌خواری باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۰۹	۹/۱	۳	۴/۳۳	ترویج سکولاریسم باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۱۶	۷/۷۴	۳	۴/۵۹	القای ناکارآمدی سیاسی باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۳۸	۱۴/۷۹	۳	۴/۴۷	القای ناکارآمدی اقتصادی باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۲۹	۸/۲	۳	۴/۶۱	گسترش جو بی‌اعتمادی به مسئولان و نظام باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۰۲	۱۲/۷۶	۳	۳/۳۳	تسخیر ذهن و قلب کودکان باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۱۲	۱۴/۵۴	۳	۳/۲۷	تمسخر طنزآلود مقامات باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۱۴	۱۴/۵۳	۳	۴/۷	تغییر سبک زندگی باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۲۳	۷/۱۷	۳	۳/۴۵	تغییر ذائقه فرهنگی و عقاید سیاسی باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۳	۶/۱۶	۳	۳/۶۸	شهرت‌گرایی و رفاه‌طلبی باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۰۲	۷/۰۴	۳	۴/۱	کم‌رنگ کردن فرهنگ ملی (جهان‌وطنی) باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۰۳	۶/۵۳	۳	۴/۱۶	ارائه تصویر مدینه فاضله از غرب باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۱۴	۷/۲۳	۳	۴/۵۵	القای ناامیدی باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۱۶	۱۰/۱۷	۳	۴/۵	ترویج فرهنگ غرب باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۱	۱۰/۹	۳	۴/۶	خیانت زوجین باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۰۷	۷/۰۶	۳	۴/۵۸	ترویج بی‌بندوباری باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۲۶	۱۱/۵۳	۳	۴/۲۵	قیح شکنی روابط نامشروع باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۱۱	۱۰/۷۵	۳	۴/۵۷	تغییر ارزش‌های ملی باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد
۰/۰۱۷	۹/۲	۳	۴/۵۲	تغییر هویت اسلامی و ایرانی باعث تضعیف روحیه ایثار و مقاومت می‌گردد

فرضیه دوم: شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان باعث تغییر سبک زندگی در ایران می‌شوند. اثرات شبکه‌های ماهواره‌ای بر ترویج مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی، ترویج شراب‌خواری، ترویج سکولاریسم، القای ناکارآمدی سیاسی، القای ناکارآمدی اقتصادی، گسترش جو بی‌اعتمادی به مسئولان و نظام، تسخیر ذهن و قلب کودکان، تمسخر طنزآلود مقامات، تغییر ارزش‌های ملی، تغییر ذائقه فرهنگی و عقاید سیاسی، شهرت‌گرایی و رفاه‌طلبی، کم‌رنگ شدن فرهنگ ملی (جهان‌وطنی)، ارائه تصویر مدینه فاضله از غرب، القای ناامیدی، ترویج فرهنگ غرب، خیانت زوجین، ترویج بی‌بندوباری و قبح‌شکنی روابط نامشروع، منجر به تغییر سبک زندگی در ایران می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده از پرسشنامه‌ها از طریق مقایسه با نمره معیار، آزمون t و سطح معناداری تحلیل شده است. نتایج این جدول نشان می‌دهد که در سطح معناداری $p \leq 0.05$ تمامی شاخص‌ها معنادار شده است. بر این اساس، از میان شاخص‌ها، ترویج مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی تأثیر بیشتری بر تغییر سبک زندگی در ایران می‌گذارد و گسترش جو بی‌اعتمادی به مسئولان و نظام، کمترین تأثیر را بر تغییر سبک زندگی در ایران دارد.

جدول ۳. نتایج آزمون t فرضیه دوم

Sig	T	نمره معیار	میانگین	شاخص‌های فرضیه اول
۰/۰۲۱	۱۴/۶۱	۳	۴/۷۰	ترویج مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۰۱	۱۲/۴۴	۳	۴/۶۵	ترویج شراب‌خواری باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۰۳	۱۲/۷۷	۳	۳/۲۲	ترویج سکولاریسم باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۰۲	۱۳/۳۹	۳	۳/۵۲	القای ناکارآمدی سیاسی باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۳۴	۶/۶۵	۳	۴/۳۸	القای ناکارآمدی اقتصادی باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۲۷	۱۳/۱۳	۳	۳	گسترش جو بی‌اعتمادی به مسئولان و نظام باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۱۵	۱۱/۵۳	۳	۴/۱۳	تسخیر ذهن و قلب کودکان باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۰۸	۱۰/۳۵	۳	۴/۵۶	تمسخر طنزآلود مقامات باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۳۴	۸/۲۱	۳	۴/۳۶	تغییر ارزش‌های ملی باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۰۷	۹/۸۱	۳	۴/۵۲	تغییر ذائقه فرهنگی و عقاید سیاسی باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۰۳	۱۳/۹۴	۳	۴/۶۳	شهرت‌گرایی و رفاه‌طلبی باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۰۵	۶/۱۳	۳	۳/۸۳	کم‌رنگ شدن فرهنگ ملی (جهان‌وطنی) باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۳۵	۶/۴۹	۳	۳/۸۵	ارائه تصویر مدینه فاضله از غرب باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۲۶	۱۱/۶۵	۳	۳/۹۹	القای ناامیدی باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۱۹	۱۳/۵۱	۳	۴/۵۹	ترویج فرهنگ غرب باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۰۳	۱۱/۲۴	۳	۳	خیانت زوجین باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۰۶	۱۴/۴۷	۳	۴/۴۸	ترویج بی‌بندوباری باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد
۰/۰۰۴	۱۲/۰۲	۳	۴/۵۷	قبیح‌شکنی روابط نامشروع باعث تغییر سبک زندگی می‌گردد

فرضیه سوم: شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان باعث تغییر هویت اسلامی در ایران می‌شوند. اثرات شبکه‌های ماهواره‌ای بر ترویج مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی، ترویج شراب‌خواری، ترویج سکولاریسم، القای ناکارآمدی سیاسی، القای ناکارآمدی اقتصادی، گسترش جو بی‌اعتمادی به مسئولان و نظام، تسخیر ذهن و قلب کودکان، تمسخر طنزآلود مقامات، تغییر ارزش‌های ملی، تغییر ذائقه فرهنگی و عقاید سیاسی، شهرت‌گرایی و رفاه‌طلبی، کم‌رنگ شدن فرهنگ ملی (جهان‌وطنی)، ارائه تصویر مدینه فاضله از غرب، القای ناامیدی، ترویج فرهنگ غرب، خیانت زوجین، ترویج بی‌بندوباری و قبیح‌شکنی روابط نامشروع، منجر به تغییر هویت اسلامی در ایران می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده از پرسشنامه‌ها از طریق مقایسه با نمره معیار،

آزمون t و سطح معناداری تحلیل شده است. نتایج این جدول نشان می‌دهد که در سطح معناداری $p \leq 0.05$ تحلیل تمامی شاخص‌ها معنادار شده است. بر این اساس، از میان شاخص‌ها، ترویج سکولاریسم، تأثیر بیشتری بر تغییر هویت اسلامی در ایران دارد و القای ناکارآمدی اقتصادی کمترین تأثیر را بر تغییر هویت اسلامی در ایران دارد.

جدول ۴: نتایج آزمون t فرضیه سوم

Sig	T	نمره معیار	میانگین	شاخص‌های فرضیه دوم
۰/۰۲۷	۱۲/۸۸	۳	۳/۹۹	ترویج مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۲۱	۷/۱۶	۳	۴/۱۹	ترویج شراب‌خواری باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۳۶	۱۵	۳	۴/۶۶	ترویج سکولاریسم باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۰۲	۶/۷۷	۳	۳/۹۶	القای ناکارآمدی سیاسی باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۱۴	۶/۹۲	۳	۳/۲۴	القای ناکارآمدی اقتصادی باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۰۳	۱۰/۴۱	۳	۳/۹۳	گسترش جو بی‌اعتمادی به مسئولان و نظام باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۲۵	۱۰/۸۹	۳	۴/۶۵	تسخیر ذهن و قلب کودکان باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۳۵	۱۰/۹۴	۳	۳/۶۲	تمسخر طنزآلود مقامات باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۲۶	۶/۸۸	۳	۳/۹۲	تغییر ارزش‌های ملی باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۲۴	۷/۲۴	۳	۴/۶۳	تغییر ذائقه فرهنگی و عقاید سیاسی باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۰۱	۷/۴۱	۳	۳/۵۳	شهرت‌گرایی و رفاه‌طلبی باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۲۴	۶/۳۴	۳	۳/۴۴	کم‌رنگ کردن فرهنگ ملی (جهان‌وطنی) باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۱۷	۱۲/۷	۳	۳/۵۷	ارائه تصویر مدینه فاضله از غرب باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۰۳	۸/۱۶	۳	۴/۵۸	القای ناامیدی باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۳۱	۸/۸	۳	۴/۶۱	ترویج فرهنگ غرب باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۲۵	۱۲/۰۹	۳	۳/۹۳	ترویج خیانت‌زدگی باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۳۱	۱۲/۲۱	۳	۴/۵۰	ترویج بی‌بندوباری باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد
۰/۰۲۳	۱۴/۲۲	۳	۳/۴۲	قیح شکنی روابط نامشروع باعث تغییر هویت اسلامی می‌گردد

فرضیه چهارم: شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان باعث تغییر هویت ملی در ایران می‌شوند.

اثرات شبکه‌های ماهواره‌ای بر ترویج مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی، ترویج شراب‌خواری، ترویج سکولاریسم، القای ناکارآمدی سیاسی، القای ناکارآمدی اقتصادی، گسترش جو بی‌اعتمادی به مسئولان و نظام، تسخیر ذهن و قلب کودکان، تمسخر طنزآلود مقامات، تغییر ارزش‌های ملی، تغییر ذائقه فرهنگی و عقاید سیاسی، شهرت‌گرایی و رفاه‌طلبی، کم‌رنگ شدن فرهنگ ملی (جهان‌وطنی)، ارائه تصویر مدینه فاضله از غرب، القای ناامیدی، ترویج فرهنگ

غرب، خیانت زوجین، ترویج بی بندوباری و قبح شکنی روابط نامشروع منجر به تغییر هویت ملی در ایران می شود. نتایج به دست آمده از پرسشنامه ها از طریق مقایسه با نمره معیار، آزمون t و سطح معناداری تحلیل شده است. نتایج این جدول نشان می دهد که در سطح معناداری $p \leq 0.05$ تحلیل تمامی شاخص ها معنادار شده است. بر این اساس، از میان شاخص ها، ترویج فرهنگ غرب تأثیر بیشتری بر تغییر هویت ملی در ایران دارد و ترویج بی بندوباری کمترین تأثیر را بر تغییر هویت ملی در ایران دارد.

جدول ۵. نتایج آزمون t فرضیه چهارم

Sig	T	نمره معیار	میانگین	شاخص های فرضیه سوم
۰/۰۲	۱۰/۸۳	۳	۴/۲۱	ترویج مصرف گرائی و تجمل گرائی باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۳۹	۸/۲۲	۳	۳/۱۵	ترویج شراب خواری باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۳۵	۱۰/۰۹	۳	۳/۱۳	ترویج سکولاریسم باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۲۷	۶/۴۱	۳	۳/۰۷	القای ناکارآمدی سیاسی باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۱۳	۱۱/۰۶	۳	۳/۵۳	القای ناکارآمدی اقتصادی باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۳۷	۱۴/۵	۳	۳/۵۸	گسترش جو بی اعتمادی به مسئولان و نظام باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۲۲	۱۰/۱۵	۳	۴/۶۶	تسخیر ذهن و قلب کودکان باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۱۵	۱۰/۴۷	۳	۴/۵۹	تمسخر طنز آلود مقامات باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۰۵	۱۱/۹۸	۳	۴/۶۲	تغییر ارزش های ملی باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۳۷	۱۱/۸۷	۳	۴/۲۵	تغییر ذائقه فرهنگی و عقاید سیاسی باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۱۱	۹/۴۳	۳	۴/۳۶	شهرت گرایی و رفاه طلبی باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۲۲	۹/۷۷	۳	۴/۵۹	کم رنگ کردن فرهنگ ملی (جهان وطنی) باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۲	۹/۳۴	۳	۴/۶۶	ارائه تصویر مدینه فاضله از غرب باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۳۴	۱۱/۲۹	۳	۳/۴۶	القای ناامیدی باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۱۷	۶/۹۶	۳	۴/۶۸	ترویج فرهنگ غرب باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۳۹	۱۰/۹۸	۳	۴/۳	خیانت زوجین باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۲۶	۱۲/۶۴	۳	۳/۰۳	ترویج بی بندوباری باعث تغییر هویت ملی می گردد
۰/۰۱۳	۹/۳۸	۳	۳/۸	قبح شکنی روابط نامشروع باعث تغییر هویت ملی می گردد

بحث و نتیجه‌گیری

در بیان نتیجه کلی برگرفته از این پژوهش می‌توان گفت شبکه‌های ماهواره‌ای به‌ویژه شبکه فارسی‌زبان «من و تو» با اثرگذاری بر اعتقادات، باورها، ارزش‌ها، احساسات و عواطف مردم باعث تغییر سبک زندگی، هویت ملی و هویت اسلامی خواهد شد و این تغییرات منجر به کاهش و حتی از بین رفتن روحیه ایثار و مقاومت در بین جوانان می‌گردد؛ بنابراین و با توجه به تأیید فرضیات تحقیق، مدل ارائه‌شده تحقیق که در نمودار پائین نمایش داده شده است، مورد تأیید قرار می‌گیرد. بر این اساس می‌توان ادعا کرد که شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان با تغییر سبک زندگی، هویت اسلامی و هویت ملی ایرانیان، موجب کاهش ذخایر ارزشی و درنهایت کاهش روحیه مقاومت و ایثار می‌گردند که باید برای برون‌رفت از این مشکل ملی، در سطح کلان، اقدامات جدی و درخوری صورت پذیرد.

پیشنهادها:

- بررسی علل اصلی رضامندی و استفاده از ماهواره نزد مخاطبان این رسانه؛
- آگاه‌سازی جوانان نسبت به اهداف و مقاصد دشمنان انقلاب اسلامی از توسعه روزافزون شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان؛
- برنامه‌ریزی مسئولان صداوسیما جمهوری اسلامی برای تهیه و تولید برنامه‌های جذاب، عمیق و موردنیاز جوانان برای جانشین‌سازی آن‌ها با برنامه‌های تلویزیونی شبکه‌های ماهواره‌ای؛
- برنامه‌ریزی مسئولان امور جوانان برای افزایش مبانی معرفت دینی در جوانان و توسعه خدمات‌محوری و تعمیق باورهای دینی آنان به‌عنوان اصلی‌ترین راه برای جلوگیری از تأثیرات سوء ماهواره بر هویت دینی جوانان؛
- ایجاد شبکه‌های ماهواره‌ای متنوع که توان مقابله با برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بیگانه را داشته باشد و به‌صورت جامع و حرفه‌ای برنامه‌هایی برای خشتی‌سازی اهداف شبکه‌های خارجی تهیه کنند؛
- برخورد عالمانه با جمعیت جوان و نیازهای آنان (ازدواج، شغل، مسکن و...)
- حفظ روحیه شهادت‌طلبی، فداکاری و ایثارگری به‌عنوان بخشی از هویت اسلامی شیعی؛
- توجه به نقش رهبری و رهنمودهای داهیان‌شان در نظام جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان لنگرگاه ثبات و عامل وحدت تمام جریان‌ها.

منابع و مأخذ

- آبرودی، لیلا (۱۳۹۱). *تهاجم فرهنگی و جوان، حوزه علمیه خراسان*. بیانات مقام معظم رهبری ۷۱/۵/۲۱.
- پورشمس‌الدین مطلق، محمدعلی (۱۳۹۶). «مفهوم ایثار و شهادت و نقش عشایر در دفاع مقدس». پایگاه اطلاع‌رسانی خانه فرهنگ ایثار و مقاومت.
- حسینی، سیده صدیقه (۱۳۹۲). *اهداف فرهنگی در جنگ نرم رسانه‌ای، مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما*.
- خاکی، غلامرضا (۱۳۸۲). *روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه‌نویسی*. تهران: انتشارات بازتاب.
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۸). «رسانه و فرهنگ‌سازی». *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*. شماره ۸: ۲۰۸-۱۷۹.
- ساروخانی، باقر (۱۳۶۸). *جامعه‌شناسی ارتباطات جمعی*. چاپ دوم، تهران: انتشارات اطلاعات.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۵). *جامعه‌شناسی ارتباطات*. تهران: انتشارات اطلاعات.
- شهاب، فوزیه (۱۳۹۲). «تحلیل محتوای برنامه اتاق خبر شبکه من و تو». *فصلنامه مطالعات ماهواره و رسانه‌های جدید*. شماره ۵: ۷۱-۹۶.
- عمید، حسن (۱۳۶۹). *فرهنگ فارسی عمید*. جلد اول. تهران: موسسه انتشارات امیرکبیر.
- قرنی، احسان (۱۳۷۷). *دست‌های ناپیدا: خاطرات مستر همفر جاسوس انگلیس در کشورهای اسلامی*. تهران: انتشارات گلستان کوثر.
- معین، محمد (۱۳۵۱). *فرهنگ فارسی معین*. جلد اول. تهران: موسسه انتشارات امیرکبیر.
- ناظمی، ابوالفضل (۱۳۹۶). *تهاجم فرهنگی چیست؟ انواع تهاجم فرهنگی و راه‌های مقابله با آن*. گروه مذهبی ستاره.
- نیازی، محسن (۱۳۹۰). «نقش ماهواره و برنامه‌های ماهواره‌ای در فرسایش هویت فردی، اجتماعی، ملی و دینی شهروندان شهر کاشان در سال ۱۳۸۹». *فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات*. شماره ۲۲: ۱۸۹-۲۱۹.

❖ نیک ملکی، محمد و حسن مجیدی (۱۳۹۲). «شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و هویت ملی و اسلامی جوانان مطالعه موردی شهرستان اراک - ۱۳۹۰». **فصلنامه مطالعات ملی**. شماره ۵۴: ۱۶۸-۱۴۵.

Bastide, D. (1987) *Religious Education*, Lewes: Falmer press.

Dressler, W. (2002) *A Working Definition of Culture*, Department of Anthropology and School of Social Work, University of Alabama.

Lull, J. (2000) *Media, Communication, Culture: A Global Approach*, Second Edition, Cambridge, UK: Polity Press.

Smith, Anthony D. (1991) *National Identity*, London: Penguin Books.

Thompson, J. B. (1995) *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*, Cambridge: Polity Press.

Tylor, E. (1871) *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. New York: Gordon press

UNESCO, (2003) "Convention of Intangible Cultural Heritage", www.unesco.org.

Williams, R. (1958) *Culture and Society: 1780-1950*, New York: Columbia University Press.

<http://www.aei.org/events/eventID.1254.filter.all/event-detail.asp>.

<http://www.aei.org/publications/pubID.26987.filter.all/pub-detail.asp>.

<http://www.basirat.ir/fa/news/98460/>

<http://www.brookings.edu/opinions/2007/09/middleeast-telhami.aspx>.

<http://www.brookings.edu/testimony/2007/10/23/iran.aspx>.

<https://www.fardanews.com/fa/news/253430/>

<https://www.hawzah.net/fa/News/View/37947>

<https://www.rasekhoon.net/news/show/285033>

<http://www.saten.ir/143549/>

<https://www.setare.com/fa/news/18838>

<https://www.seratnews.com/fa/news/157649>

<http://www.tabnakhamadan.ir/fa/news/116348>

<https://www.tasnimnews.com/fa/news/1394/04/14/790464>

<http://www.tebyan.net/Archive/Society-Politics/2007/8/2/44061.html>

<https://www.valiasr-aj.com/persian/shownews.php?idnews=6050>