فصلنامه تحقیقات جدید در علوم انسانی
Human Sciences Research Journal
دوره جدید، شماره هجدهم، تابستان ۱۳۹۸، صص ۴۱-۲۹ New Period, No 18, 2019, P 29-41
شماره شاپا (۲۴۷۶-۷۰۱۸) ISSN (2476-7018)

نگاهی بر دلایل و توجیهات گرایش به تماشای کانال‌های ماهواره ای در ایران

مهتاب اسدزاده
دانشجوی کارشناسی ارشد رشته علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، ایران

چکیده

امروزه بیشتر افراد جامعه زمان زیادی از شبانه روز را به تماشای برنامه‌های ماهواره ای اختصاص می‌دهند. مساله برنامه‌های ماهواره‌ای بعنوان ابزار هجوم فرهنگی و تاثیر آن بر رفتار و اعتقادات و باورهای مردم یکی از مهمترین دغدغه‌های اغلب جوامع جهان سوم است. جهانی شدن که در بستر فناوری ارتباطات و انقلاب اطلاعات موجب کمرنگ تر شدن مرزهای مکانی و زمانی شده، موجد بسط ارزش‌های فردی در میان فرهنگ‌هایی است که امکان ارائه بیشتر این ارزش‌ها را در جهان دارند. شبکه‌های ماهواره‌های تلویزیونی از مهمترین ابزار ترویج این قبیل ارزش‌های فرهنگی در گستره جوامع هستند. در دو دهۀ گذشته، شاهد تحقق فرایندی مستمر و شتاب آلود در عرصۀ نوآوری فناورانه در شیوه‌های ارتباطات بوده ایم. فرایندی که در نزد جبرگرایان تکنولوژیکی به عنوان سومین انقلاب ارتباطی بزرگ پس از خط و چاپ شناخته شده و چیزی نیست جز انقلاب رسانه‌های الکترونیک. از میان این نوآوری‌های رسانه ای جدید، می‌توان از کامپیوترهای خانگی، ویدئو، ماهواره، پست الکترونیکی، تلویزیون کابلی و تلویزیون تعاملی نام برد. به دلیل پیامدهای سیاسی-اجتماعی این رسانه‌ها در سطح بین الملل، برخی از این نوآوری‌ها همچون ویدئو، تلویزیون‌های ماهواره‌ای و اینترنت موضوع بحث‌ها و جدال‌های داغی در میان پژوهشگران و دست اندرکاران عرصۀ رسانه‌ها، هم در کشورهای توسعه یافته و هم در کشورهای در حال توسعه واقع شده است. مساله برنامه‌های ماهواره‌ای بعنوان ابزار هجوم فرهنگی و تاثیر آن بر رفتار و اعتقادات و باورهای مردم یکی از مهمترین دغدغه‌های اغلب جوامع متاسفانه جهان سوم است. یورگن هابرماس یکی از مهمترین نظریه پردازان انتقادی، بر اهمیت ظهور ماهواره و اطلاعات دیجیتالی و تاثیر آن بر فرآیند جهانی شدن تاکید کرده است به نظر وی جهانی شدن اقتصاد بوده اما در عرصه‌های فرهنگی نیز گرایش به تولیدات فرهنگی خاص کرده اند وکه به نوعی همسانی در فرهنگ‌ها را به دنبال داشته است. از میان حوزه‌های فرهنگی که می‌تواند مشمول این تهاجم فرهنگی و جنگ نرم علیه کشورهای مسلمان بویژه ایران باشد دین، ارزش ها، وحوزه اعتقادی و مذهبی مردم است. مقاله حاضر به بررسی دلایل و توجیهات گرایش به تماشای کانال های ماهواره ای در ایران می پردازد.

واژه‌های کلیدی: کانال های ماهوارهای، مردم ایران، نفوذ فرهنگی، تهدیدی رسانه ای

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-11-19]

مقدمه

بیشتر افراد جامعه زمان زیادی از شبانه روز را به تماشای برنامه های ماهوارهای اختصاص می‌دهند و همین امر سستی نظام بیشتر خانواده های ایرانی را به دنبال دارد. برخی کارشناسان معتقدند امروزه افراد جامعه وسایل ارتباط جمعی ساده؛ همانند تلویزیون و یا ویدیو را جوابگوی نیازهای خود نمی‌دانند، به همین علت همیشه به دنبال راهی هستند که با وسایل مختلف با دنیای بیرون در ارتباط باشند. برخی آسیب شناسان اجتماعی درباره پیامدهای ماهواره بر روی جوانان معتقدند با وجود اینکه برنامه‌های ماهوارهای محتوای علمی و آموزنده نیز دارد، امروزه بیشتر جوانان ماهواره را برای استفاده از برنامه های علمی آن انتخاب نمی کنند و بیشتر تمایل به دیدن برنامه‌هایی دارند که آن‌ها را در رسانه های داخل کشور نمی‌یابند و در واقع به خاطر برنامه های مبتذل و مستهجن، از ماهواره استفاده می‌کنند که زمینه انحراف و سقوط اخلاقی در این برنامه ها برای قشر جوان بسیار زیاد است.

نکته کلیدی در استفاده از شبکه‌های تلویزیونی ماهواره ای، محتوای تولید شده به وسیله این شبکه هاست که با فرهنگ بومی جامعهٔ دریافت کنندهٔ کمتر همخوانی داشته و با ارایه تصاویر، الگوها و ارزش‌های متنوع، بر جریان فرهنگی جامعه و روال رشد اجتماعی افراد، به ویژه نسل جوان تاثیر قابل توجهی دارد. ایجاد تغییردر فرهنگ و ارزش‌های خانوادگی، اجتماعی، سیاسی، قانونی، دینی جامعه را می توان به عنوان یکی از تاثیرات استفاده از شبکه‌های ماهواره ای در نظر گرفت. شبکه های ماهواره ای مسئله ای است که نمی توان اثر آن را در وضعیت فرهنگی یک کشور نادیده گرفت. در واقع، بیشترین زمان برنامه های این شبکه به سریال اختصاص دارد و مهمترین علت گرایش مخاطبان به این شبکه نیز سریال‌های آن به شمار می روند و دیگر برنامه های آن یعنی نماآهنگ‌ها (موسیقی- تصویر) و تبلیغات تجاری، تاثیر چندانی در جلب مخاطب به این شبکه نداشته اند.

"سی. ان. ان"، نخستین شبکه تلویزیونی ماهواره ای بود که در سال ۱۹۸۰، ۲۴ ساعته اقدام به پخش برنامه‌های خبری برای مخاطبین جهانی کرد. طراحان اولیه شبکه های ماهواره ای در آغاز، انگیزه خود را از ارایه این تکنولوژی ایجاد ارتباط آسان میان انسانها و انتقال سریع اطلاعات اعلام کردند، اما به سرعت این وسیله که می‌توانست درخدمت انسانها قرار گیرد، مورد سوءاستفاده قدرت‌های بزرگ جهانی قرار گرفت و امپراتوری‌های رسانه ای به این وسیله، تلاش کردند تا جریان اطلاعات و افکار عمومی جوامع را به سود دولت‌های مطبوع خود سوق دهند؛ افزون بر اینکه در جریان جهانی سازی، هیچ ابزاری نمی‌توانست به اندازه شبکه های ماهواره ای به طراحی فرهنگ یکپارچه جهانی کمک کند.

این مهم به زودی مورد توجه دیگر کشورها نیز قرار گرفت و هم اکنون ماهواره به دغدغه اصلی بیشتر کشورها در حوزه فرهنگی سیاسی و اجتماعی تبدیل شده است؛ جالب آنکه فرانسه و سپس اسپانیا، دو کشوری بودند که پیش از دیگر کشورها و به ویژه کشورهای جهان سومی گسترش شبکه های ماهواره ای را که بیشتر آنها متعلق به کشور آمریکا بودند، مقدمه ای بر زوال زبان و فرهنگ خود ارزیابی کردند.

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-11-19]

اکنون هیچ کشوری به اندازه چین نسبت به گسترش این شبکه رسانه ای حساسیت نشان نداده است. جمهوری اسلامی ایران نیز در سال ۱۳۷۳ همان گونه که گفتیم، با تصویب قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهوار و نیز انجام اقداماتی چون جمع آوری دیش های ماهواره ای از منازل و فرستادن پارازیت روی فرکانس شبکه های خاص و. . . به نوعی نسبت به این امر واکنش نشان داده است.

اکنون ۲۹ دستگاه ماهواره در فضای ایران اسلامی، اقدام به پخش برنامه های گوناگون تلویزیونی در قالب نزدیک دو هزار شبکه می‌کنند (با حذف کانال های تکراری) که مهمترین این ماهواره ها به لحاظ تعداد شبکه و شمار مخاطبین در ایران عبارتند از: هات بیرد، نیل ست، ترک ست و عرب ست. این ماهواره ها اکنون با حدود ۱۲۰ شبکه ویژه مخاطبین ایرانی فارسی زبان ودیگر اقوام ایرانی (کرد، ترک، عرب و. . .) اقدام به تولید و پخش برنامه های گوناگون می‌کنند.

شبکه‌های ماهواره ای را عموما به لحاظ محتوایی به سه دسته اصلی می‌توان تقسیم کرد؛ بخش عمده این شبکه‌ها، مربوط به کانال های دولتی و یا کانال‌های مرجع کشورهایی هستند که برای جذب مخاطب بیشتر و یا دسترسی راحت تر مخاطبین خود، سیستم پخش ماهواره ای را بر می‌گزینند و از این طریق، نه تنها دیگر مردم جهان می توانند با برنامه های آنها با مردم، فرهنگ و سرزمینشان آشنا شوند، بلکه مخاطبین داخلی و هم زبانان خارج از کشور نیز می توانند برنامه ها را با کیفیت مطلوبتری دریافت دارند؛ همچون شبکه های **ZDF** ؛**DW** ؛**CCTV** ؛ **AZTV** و بسیاری از شبکه های دیگر و همینطور شبکه‌های سراسری کشور خودمان.

در کنار اینها شبکه‌های دیگری هم هستند که تنها با هدف تجاری راه اندازی می شوند و کالای تجاری مورد نظر، می‌تواند یک جنس (شبکه‌های مارکتینگ) و یا حتی تجارت جنسی باشد (شبکه‌های پورنو)! میزان این شبکه ها بسیار قابل توجه هستند؛ افزون بر اینکه بسیاری از شبکه‌های فیلم و سریال، مد و لباس، و شو و. . . از آنجا که این موضوعات را وسیله ای برای به دست آوردن آگهی های تجاری و درآمدزایی می‌دانند، در این طبقه بندی قرار می‌گیرند.

دسته سوم از شبکه های ماهواره ای، مربوط به کانال های تخصصی با موضوعات ویژه همچون مستندهای علمی، ورزش و موسیقی، تبلیغات دینی و مذهبی، هنر و همینطور فیلم و سریال و البته پورنو است که شمار بسیاری از آنها، کارتی بوده و دسترسی به بیشتر آنها تنها با کارتهای اعتباری خاص صورت می‌گیرد که در غیر این صورت، دیدن آنها عموما با مشکلاتی همراه است.

ناگفته نماند، به این طبقه بندی باید دسته چهارمی را هم افزود؛ یعنی شبکه های سیاسی و اپوزیسیون که با هدف تحت تأثیر قرار دادن مخاطبین کشور هدف در ابعاد سیاسی اجتماعی و مذهبی به فعالیت می پردازند و عمدتا از طریق بنگاه‌های خاصی مورد حمایت قرار می‌گیرند. این شبکه‌ها از شبکه‌های بسیار مهم به شمار می روند و بیشترین مخالفت را در سطح مسئولان و دولتمردان هر کشور برمی انگیزد. عمده ترین این شبکه‌ها که برای مخاطبین فارسی زبان، تولید برنامه می‌کنند، عبارتند از: شبکه های «بی. بی. سی» فارسی،

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-11-19]

صدای آمریکا، صدای آزادی، پارس، آرسو، کومله و نیز شبکه های مبلغ ادیان دیگر همچون نجات، ست سون و همینطور شبکه‌های مذهبی همچون نور، وصال، کلمه و. . . که عمدتا از طریق جریان وهابیت هدایت می شوند.

تقریبا تا یک دهه پیش تعداد شبکه‌های ماهواره ای فارسی زبان محدود بود و اغلب به پخش برنامه‌هایی با موضوعات سیاسی مربوط می‌شد. اما در حال حاضر پیشرفت جالب توجهی در این زمینه دیده می‌شود و همین موضوع می‌تواند نشان دهنده جایگاه خاص این برنامه ها در میان مخاطبان ایرانی باشد. این یک امر طبیعی است که اگر تقاضا وجود داشته باشد عرضه هم افزایش خواهد یافت.

اکنون ۲۹ دستگاه ماهواره در فضای ایران اسلامی، اقدام به پخش برنامه‌های گوناگون تلویزیونی در قالب نزدیک دو هزار شبکه می‌کنند (با حذف کانال‌های تکراری) که مهمترین این ماهواره‌ها به لحاظ تعداد شبکه و شمار مخاطبین در ایران عبارتند از: هات بیرد، نیل ست، ترک ست و عرب ست. این ماهواره‌ها اکنون با حدود ۱۲۰ شبکه ویژه مخاطبین ایرانی فارسی زبان ودیگر اقوام ایرانی (کرد، ترک، عرب و. . .) اقدام به تولید و پخش برنامه‌های گوناگون می‌کنند.

دلایل گرایش به شبکه های ماهواره ای در بین ایرانیان

برنامه‌ریزی به عبارتی، اگر مخاطبین تصمیم به دیدن شبکه‌های ماهواره ای می‌گیرند، در یک نگاه ساده و منطقی معنای آن این است که نگاهشان به برنامه‌های رسانه ملی کمرنگ شده اگر با نگاهی منصفانه نگوییم از بین رفته است:

۱ـ تنوع برنامه های ماهواره ای

تنوع طلبی خصلت ذاتی انسان هاست و تکنولوژی ماهواره با امکان پخش برنامه های متنوع از صدها شبکه تلویزیونی به طور همزمان، این حس را به راحتی در مخاطبین ارضا می کند. این قابلیت آنچنان مهم است که امکان رقابت با آن عملا بسیار مشکل به نظر می‌رسد. یک مخاطب به راحتی و تنها با داشتن یک رسیور ارزان، می تواند صدها شبکه تخصصی علمی، فرهنگی، هنری، مستند، ورزشی، فیلم و سریال، مارکتینگ و. . . را با کیفیت بسیار بالا دریافت کند، حال آنکه اینچنین امکانی به هیچ عنوان برای مخاطبانی که می‌خواهند تنها از برنامه های رسانه ملی استفاده کنند، نیست.

از این روی، لازم است رسانه ملی، علاوه بر توجه به ارتقای کیفی به موضوع ارتقای کمی و از همه مهتر تنوع در برنامه‌های شبکه‌های گوناگون توجه داشته باشد. هم اکنون رسانه ملی با داشتن بیش از چهل شبکه ماهواره ای (سی شبکه استانی و شبکه های سراسری) از قابلیت بسیار مناسبی در این عرصه برخوردار است، لیکن باید توجه شود تا با سیاستگذاری مناسب از پخش برنامه های مشابه (به لحاظ ساختار محتوا) و تکرار برنامه های یکسان در این شبکه ها (به ویژه شبکه های استانی که تحت سیاستگذاری واحد از سوی سیمای

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-11-19]

استان هاست) خودداری شود تا عملا از پتانسیل قوی شبکه های ماهواره ای رسانه ملی در قالب یک غول رسانه ای در فضای جهانی استفاده شود.

بنابراین، یکی از مهمترین ابزارها برای رسیدن به این نتیجه، افزایش اختیارات در حوزه شبکه‌های استانی است که بناچار با ۲۴ ساعته شدن پخش بسیاری از این شبکه‌ها، این امر اجتناب ناپذیر است. متأسفانه هم اکنون به رغم وجود این پتانسیل بالا، تا کنون رسانه ملی نتوانسته به شیوه ای مناسب به این نیاز بدیهی مخاطب پاسخ مناسبی بدهد؛ هرچند راه اندازی شبکه مستند و شبکه ای فیلم ـ که هنوز برای عموم مردم دریافت شدنی نیست ـ و نیز شبکه بازار که قرار است به زودی راه اندازی شود، کار مناسبی در این عرصه به شمار خواهد رفت.

۲ـ اوقات فراغت

متأسفانه تاکنون تعریف درستی از اوقات فراغت در کشور ما صورت نگرفته است. کشوری که درصد چشمگیری از جمعیت آن را جوانان تشکیل می‌دهند، چنانچه برنامه مدون و منسجمی برای پر کردن درست و هدفمند اوقات فراغت جمعیت خود نداشته باشد، قطعا با بحران جدی روبه رو خواهد شد. در نبود فضاهای کافی تفریحی، ورزشی و فکری مناسب، قابل دسترس و ارزان، تلویزیون می تواند مهمترین رکن را در پر کردن این اوقات فراغت داشته باشد؛ بنابراین، روشن است که در صورت نبود برنامه های تفریحی ـ سرگرمی کافی و جذاب در کنداکتور پخش رسانه ملی به راحتی شبکه های ماهواره ای که از قید و بندهای مرسوم و معمول در صداوسیما آزادند، می‌توانند گوی سبقت را در رقابت بربایند.

شبکه‌های ماهواره ای با انبوهی از برنامه‌های ویژه کودک و نوجوان (نزدیک چهل شبکه تخصصی) ورزشی (نزدیک سی شبکه مستقل) موسیقی و شوهای تلویزیونی (دست کم ۱۲۰ شبکه مستقل) علمی، فرهنگی، هنری، مد و لباس و ده ها برنامه تفریحی و سرگرمی به راحتی می توانند مخاطبین فارسی زبان را به سوی خود جلب نمایند. از این روی، لازم است برنامه سازان و به ویژه سیاستگذاران برنامه های شبکه ها به این نیاز مهم مخاطبین توجه ویژه ای داشته باشند.

۳ـ فیلم و سریال

بی گمان، ساختار نمایش یکی از بهترین ساختارها برای ارایه پیام در دنیای رسانه است و هم اکنون بیش از ۵۲۰ شبکه سینمایی و نزدیک ۱۷۰ شبکه ویژه فیلم و سریال از طریق ماهواره ها دریافت می‌شود و دست کم بیست شبکه هست که فیلم‌ها و سریال های به روز دنیا را با دوبله یا زیرنویس فارسی برای مخاطبین فارسی زبان ایرانی پخش می‌کنند و برای همین، این یک قابلیت بسیار مهم برای شبکه عظیم پخش ماهواره‌ای به شمار می رود.

همچنین از طریق این شبکه غول آسا، در هر لحظه مخاطب می تواند با توجه به سلیقه و نیاز خود، یک یا چند فیلم سینمایی جذاب یا سریال زیبا را برگزیده و آن را ببیند؛ جالب آنکه در حال حاضر، بسیاری از

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-11-19]

شبکه های ماهواره ای فارسی زبان، با توجه به نیازشان برای گسترش گروه مخاطبین به راه های گوناگون و با مورد توجه قرار دادن برخی حداقل ها، تلاش می‌کنند تا برنامه را به گونه ای آماده پخش سازند که برای گستره وسیعی از خانواده‌های ایرانی با سلایق، سطوح گوناگون فرهنگی و اعتقادی قابل مشاهده باشد و برای رسیدن به این هدف با حذف برخی صحنه های نامناسب و یا بهره گیری از برخی علایم هشداری ـ که سن مطلوب مخاطب هر برنامه را مشخص نماید ـ عمل می کنند؛ این یعنی حق انتخاب! برای مخاطب؛ چیزی که تقریبا در برنامه های صداوسیما فراموش شده است!

در این باره باید گفت که رسانه ملی نیز باید تلاش کند تا تا جایی که می‌شود، حق انتخاب مخاطبین را افزایش دهد. هم اکنون مدیران شبکه‌های صدا وسیما تلاش کرده اند تا کنداکتور برنامه های خود را به گونه ای تنظیم کنند که به ویژه در شب هنگام، حتما یکی از شبکه‌های سراسری، دست کم یک فیلم یا سریال برای مخاطبین خود پخش نماید که البته این هرچند به خودی خود نمی‌تواند به عنوان حق انتخاب برای مخاطب به شمار رود، به همین شکل نیز به جهت تکراری بودن بیشتر برنامه ها، محدودیت در پخش بسیاری از آثار، سانسور شدید آثار نمایشی خارجی ـ که بیشتر اصل داستان را نیز مخدوش می‌کند ـ به روز نبودن برنامه های تأمینی و خارجی و از همه مهمتر عاری بودن فضای کلی بیشتر داستان‌ها و برنامه‌های نمایشی از یک طنز زیبا و لطیف که به ویژه این اواخر کمبود آن به شدت در برنامه‌های تلویزیون به چشم می‌خورد، باعث می‌شود تا بیننده خسته از کار روزانه، با رغبت کمتری پای تلویزیون بنشیند و به شدت انگیزه او برای افزودن یک دستگاه رسیور به لوازم منزل افزایش یابد.

متأسفانه شبکه های ماهواره ای فارسی زبان به خوبی این نیاز مخاطبین ایرانی را درک کرده اند و از برخی کمبودهای موجود بیشترین سوءاستفاده را برده اند و با راه اندازی شبکه‌های گوناگون فیلم و سریال، کار را تا آنجا پیش برده اند که شبکه بسیار نازلی همچون فارسی وان، موجی را در سطح جامعه به راه انداخته و نخبگان جامعه را وادار به واکنش های گوناگون می‌کند. افتتاح شبکه «آی فیلم» هرچند تلاشی در راستای پاسخ به این نیاز مخاطبین بود، لازم است توجه به تولید برنامه های نمایشی جذاب و سریال های پر مخاطب خانوادگی به ویژه با محتوای طنز در اولویت برنامه سازان رسانه ملی قرار گیرد.

٤ـ آشنایی با ملل و فرهنگ های دیگر

ورود ماهواره به خانه ها همچون پنجره ای بود برای مخاطبین به جهانی نو. از راه تکنولوژی ماهواره، بسیاری از مردم طبقه متوسط و ضعیف جامعه ـ که عملا امکان سفر به آن سوی آبها را نداشتند ـ به راحتی می‌توانستند در خانه خود بنشینند و با فشار دادن پیاپی دکمه‌های کنترل از راه دور، هر گوشه از دنیا را ببینند و حتی آنها که کسانی را در آن طرف مرزها داشتند، به گونه ای هر چند ناقص از فضای زندگی کسان خود آگاه شوند و خود را در کنار آنها احساس کنند و اگر هم شد، مقایسه ای داشته باشند، میان زندگی خود و مردمانی در آن سوی آبها.

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-11-19]

این امکان به دلیل لزوم رعایت بسیاری از محدودیت‌های پخش عملا برای رسانه ملی میسر نبوده و اندک برنامه هایی که از زاویه محدود دوربین برنامه سازان تولیدی یا تامینی در اختیار بینندگان قرار می گیرد، تنها عطش ایشان را برای دیدن و دانستن بیشتر افزایش می داد. از این روی، گویا لازم است مدیران و برنامه سازان رسانه ملی، با تعریف طرح ها و برنامه‌های مشترک با شبکه های گوناگون تلویزیونی خارج از کشور و یا تولید برنامه های جذاب و دیدنی با موضوع دیدنی های جهان به این میل و نیاز مخاطب پاسخ دهند.

٦ـ آگاهی از اخبار و تحلیل رویدادها

ملت ایران در دوران پس از انقلاب، رخدادهای تلخ و شیرین بسیاری را اعم از داخلی یا خارجی مرتبط تجربه کرده است؛ اما عملا در بیشتر موارد، رسانه ملی به دلیل رعایت برخی مسائل و ضوابط، بازتاب دهنده کامل و کافی و همه جانبه اخبار این رخدادها برای مردم تشنه اطلاعات نبوده و نیست و حتی باز به جهت رعایت همان مسائل در ارایه تحلیل همه جانبه نیز موفق عمل نکرده و صدای جریانات مخالف از طریق این رسانه شنیده نشده است؛ هرچند بیشتر، مصلحت و رعایت اصول امنیت ملی، دلایلی بود که مدیران رسانه ملی برای توجیه این کار غیرحرفه ای در عرصه رسانه می‌گفتند، در عصر انفجار اطلاعات، مردم به راحتی می توانند اخبار و تحلیل های مرتبط را از طریق رسانه‌های خبری و تحلیلی دیگر بگیرند. البته این امر، در دراز مدت، می تواند سبب شود تا از میزان اعتماد مردم به رسانه ملی کاسته شود و متأسفانه مخاطبین به یک اعتماد دروغین نسبت به رسانه های بیگانه دست یابند که در این رهگذر تا کنون مشکلات بسیاری نیز برای جامعه پیش آمده است.

گویا رسانه ملی در نحوه ارایه اطلاعات به مخاطبین و میزان بازتاب آرای گوناگون در تحلیل رخدادها و اخبار مبتلابه جامعه از طریق ترسیم دوباره خطوط قرمز خبری و اطلاع رسانی می‌تواند و باید بازنگری جدی کند؛ مهمتر آنکه نادیده انگاشتن یک خبر، عملا نمی‌تواند باعث حذف آن خبر از فضای رسانه ای شود؛ بنابراین، مهم آن است که همان خبر اما با تحلیل درست و منطبق با سیاست های کلان کشور و از راه رسانه ملی به آگاهی مخاطبین برسد تا راه برای سوءاستفاده های گسترده رسانه‌های غربی و بنگاه‌های خبری با گرایش های معلوم بسته شود.

٦ـ جریانات اپوزیسیون و قوم گرایانه

بی گمان، نمی توان پذیرفت آحاد جامعه، به یک گونه بیندیشند و سخن واحدی بر زبان آورند. گروه های سیاسی با بهره گیری از امکانات شبکه‌های ماهواره ای و نیز با فعال‌سازی شبکه‌های متعدد سیاسی با اهداف و در سطوح گوناگون حتی با نیت براندازی، تلاش می‌کنند با بیان دیدگاه های خود، به نوعی ارتباط مستقیم خود را با مخاطبین درون کشور حفظ کنند. با وجود تعداد نسبتا زیاد شبکه‌های سیاسی مخالف نظام و شبکه‌هایی که مسائل و موضوعات قومیتی را مطرح نموده و برجسته می‌سازند، بی شک بخشی از مخاطبین شبکه‌های ماهواره ای را در درون کشور، طرفداران این جریان ها از آن خود می‌کنند.

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-11-19]

با توجه به بازتاب نیافتن دیدگاه های جریانات اپوزسیون در رسانه ملی، حتی بسیاری از افراد بی طرف نیز ناخود آگاه تمایل پیدا می‌کنند که به ویژه در روزهای خاص و همزمان با رخدادهای مهم درونی و خارجی، از دیدگاه های گوناگونی که توسط مجریان و کارشناسان آن شبکه ها گفته می شود، آگاه شود.
هرچند این موضوع ساده اما بسیار مهم است، زیرا در خلأ اطلاع رسانی و روشنگری از طریق رسانه‌های داخلی، ممکن است به تدریج ذهن مخاطب بی طرف به سویی رود که به صلاح خود و جامعه نباشد، در حالی که رسانه ملی، می‌تواند هدفمند و با برنامه ریزی دقیق به افشای ماهیت این جریانات معاند با نظام بپردازد و از طرفی، زمینه طرح موضوع برای صداهای مخالف را (تا آنجا که امنیت جامعه به خطر نیفتد) فراهم سازد.
ناگفته نماند، گسترش شبکه‌های استانی تفکر بسیار ارزنده ای برای هویت بخشی بیشتر به خرده فرهنگ ها و قومیت های ایرانی و شنیدن صدای اقوام گوناگون کشور در رسانه بود که البته از همه ظرفیت های آن آن گونه که باید استفاده نمی شود و از این روی، همچنان مباحث قوم گرایانه البته با اهداف انحرافی، یکی از موضوعات مورد توجه در برخی شبکه های ماهواره ای به شمار می رود.
باید گفت، بزرگترین مشکل در این راه که باعث شده تا شبکه‌های استانی از آنچه برای ایشان پیش بینی شده بود، فاصله بگیرند، سیاستگذاری واحد برای این سی شبکه در مرکز رسانه ملی و کم توجهی به مقتضیات و شرایط خاص بومی هر منطقه است که جا دارد جدی مورد توجه مدیران در صداوسیما قرار گیرد.

۷ ـ طرح و بحث درباره مضامین خاص دینی

اکنون شبکه های متعددی با موضوعات دینی از طریق شبکه ماهواره ای برای مخاطبین فارسی زبان دریافت شدنی است، حال آن که تنها شبکه تخصصی دینی در رسانه ملی شبکه قرآن است. در شبکه‌های ماهواره ای با محتوای دینی، موضوعاتی مطرح می‌شود که عمدتا برای مخاطب فارسی زبان به ویژه اگر چندان اهل مطالعه و تحقیق هم نباشد، جدید و جذاب است؛ افزون بر اینکه افراد محقق در حوزه علوم دینی نیز می توانند از مسائل مطرح در آن شبکه ها بهره ببرند.
این موضوع جدای بازخوردهای گوناگون و حتی مخربی که می‌تواند در جامعه داشته باشد، به خودی خود می تواند برای مخاطب کنجکاو که میل دارد با تفکر ادیان مختلف آشنا شود، و احساس می‌کند، همه آنچه هست، از طریق رسانه‌های داخلی به آگاهی او نمی رسد، جذاب و قابل توجه است.
ناگفته نماند در این شبکه ها، علاوه بر تبلیغ ادیان گوناگون در حوزه اسلام و مذاهب اسلامی نیز ضمن تبلیغ اندیشه های انحرافی، طرح شبهات و پرسش‌هایی صورت می‌پذیرد که چون غالبا یکجانبه مطرح شده و فرصت لازم در اختیار دیگر عالمان برای پاسخ به موضوعات مطرح شده داده نمی شود، خود باعث بروز شبهات و انحرافاتی دیگر در ذهن مخاطب می شود و از این روی، جا دارد مدیران شبکه ها و برنامه سازان

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-11-19]

در حوزه معارف و علوم دینی، با آگاهی از این موضوع به فکر تولید برنامه های دینی مفید برای پاسخ به ذهن پرسشگر مخاطب خود باشند.

۸ـ پخش برنامه‌های مبتذل به ویژه با موضوعات جنسی

سوای موضوعاتی که به آن اشاره شد، نباید از یک ویژگی خاص و منحصر به فرد برخی برنامه های پخش شده در شبکه های ماهواره ای بی تفاوت گذشت. این بخش از برنامه ها، هرچند بیشتر مخاطبین خاصی را در سنین نوجوانی و جوانی و نیز افراد دارای بیماری های خاص روحی و رفتاری از آن خود می کنند، با توجه به اینکه سهم چشمگیری از برنامه ها را در فضای ماهواره به خود اختصاص می دهند و به جهت نقش تخریبی گسترده ای که در فضای جامعه و به ویژه رفتار نوجوانان و جوانان در کانون خانواده و اجتماع دارد، بسیار قابل توجه هستند.

هم اکنون دست کم صد شبکه ماهواره ای در کشور قابل دریافت هستند که به طور ویژه برنامه هایی با مضمون پورنو در شکل های گوناگون پخش می‌کنند؛ افزون بر آن، بسیاری از شبکه های دیگر نیز هستند که هرچند شبکه پورنو به شمار نمی روند، در ساعات خاصی از شبانه روز به پخش شوها، موزیک ویدئوها و فیلمهای سینمایی با مضامین پورنو می پردازند. اگر چه به دلیل نوع تربیت و فضای فرهنگی حاکم بر جامعه، نمی توان از این موضوع به عنوان عامل اصلی روی آوردن مخاطبین به برنامه های ماهواره ای نام برد، ولی باید به عنوان یک واقعیت انکارناشدنی به آن توجه داشت.

نتیجه گیری

دنیای امروز دنیای ارتباطات است؛ ارتباطاتی که مرزهای سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را به چالش کشیده اند و نمی‌توان جلوی قدرت و نفوذ آنها را گرفت. بر همین اساس رسانه‌های داخلی برای تولید محتوا باید تلاش بیشتری کنند، اما رسانه ملی ایران در این زمینه ضعیف عمل کرده و موجب افزایش گرایش مردم به شبکه‌های اجتماعی و ماهواره شده است. رسانه‌های ایرانی ارتباط درست با مخاطب را نمی‌دانند، به همین دلیل با کاهش مخاطب میلیونی مواجه هستند .در حال حاضر تعداد قابل توجهی از ایرانیان ماهواره می‌بینند و عضو شبکه‌های اجتماعی هستند و ممکن است با مردمان سایر کشورها نیز ارتباط داشته باشند.

این در حالی است که ضعف‌هایی در تولید محتوا وجود دارد و در بسیاری موارد محتوایی که مورد استفاده قرار می‌گیرد مطابق با فرهنگ ما نیست. گرچه این مساله تبعات فراوانی دارد، اما عده ای بر این باورند که شبکه‌های داخلی مورد پسند عامه مردم نیست و به این دلیل روز به روز گرایش افراد به ماهواره افزایش می‌یابد، تا جایی که بسیاری از خانواده‌ها شبکه‌های داخلی را به کل قطع کرده و همراه رسانه‌های فراگیر بیگانه شده اند و آنچه در این میان برجسته می‌شود ضعف کارکرد تلویزیون ایران است که در

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-11-19]

مخاطب شناسی ضعف عمده دارد. علی جنتی، وزیر سابق فرهنگ و ارشاد اسلامی، در آذر سه سال گذشته ضریب استفاده از ماهواره در بین مردم تهران را ۷۱ درصد اعلام کرده بود و اکنون با کمی رصد میان مردم می‌توان فهمید که از میزان بینندگان رسانه‌های ایران کاسته شده و تعداد بینندگان رسانه‌های بیگانه نیز افزایش یافته است و این مساله کار سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی را سخت کرده، چراکه در رقابت با شبکه‌های بیگانه قرار دارد و باید سعی کند نظر مخاطبان خود را جلب کند. ضعف مفرط صدا و سیما در تولید سریال‌ها و برنامه‌های سرگرم کننده و از طرف دیگر بهبود قابل ملاحظه و به دقت برنامه‌ریزی‌شده در کیفیت برنامه برخی شبکه‌های ماهواره ای این روند را سریع‌تر از گذشته کرده است و حتی به شهرهای کوچک و روستاها نیز کشیده شده و تاثیر محسوسی در سبک زندگی جوانان به ویژه دهه هشتادی‌ها گذاشته است.

ماهواره و شبکه برنامه های ماهواره ای، حقیقت انکارناشدنی جامعه ما و دیگر جوامعی است که می‌خواهند آزادانه بیندیشند و رفتار کنند. در فرآیند جنگ نرم رسانه ای برنامه های ماهواره ای به جهت گروه گسترده مخاطب و امکانات گسترده در انتقال پیام از جایگاه مهمی برخوردارند، اما نباید این حقیقت را صرفا به عنوان یک تهدید مورد توجه قرار دهیم. سیستم شبکه ماهواره ای می تواند برای جامعه ما به عنوان یک فرصت استثنایی در انتقال مفاهیم بلند اسلامی و ایرانی و نیز روشنگری و گسترش اندیشه ناب انقلاب اسلامی در سطح منطقه و جهان محسوب شود. لازمه این امر، شناخت دقیق ماهیت این پدیده و استفاده آگاهانه و دقیق از فرصت پیش رو، همراه با برنامه ریزی دراز مدت است.

راهکارهایی برای مقابله به شبکه های ماهواره ای

راه های مقابله با آسیب های ماهواره را می توان در مواردی همچون، تقویت فرهنگ خودی و نشان دادن ارزش‌های بالای آن به سطوح پایین جامعه، دفاع از ارزش‌های دینی و ملی، ارتقاء سطح آگاهی افراد، برنامه‌ریزی مناسب برای اوقات فراغت افراد و خانواده‌ها، ترویج زندگی معنوی و تقوا، ترویج الگوهای رفتاری، ترویج فضائل اخلاقی صحیح در خانواده و جامعه، ارائه ومعرفی هرچه بهتر الگوهای ایرانی اسلامی، ارتقای کمی وکیفی رسانه ها و شبکه های سالم دانست.

برخی از کانال‌ها و برنامه ها هستند که جز راهکارهای مقابله به وسیله ی رسانه های داخلی و ملی هیچ کار دیگری در موردشان نمی شود کرد هرچند که مشکلات آن قبلا گفته شد. به طور مثال کانال هایی وجود دارند که به ترویج دیگر دین های جهان و فرقه های دروغین انسان ساز با هدف ضربه زنی بر اسلام فعالیت می کنند.

برای مبارزه با اینگونه برنامه ها باید افراد کارشناس و مطلع، جامعه را با تزریق ایدئولوژی درست به اذهان اجتماع و دادن تئوری‌های کار ساز و جواب گو (در جواب سوالات پیچیده ای که عموما این شبکه ها از آن به عنوان سیاست‌های پیش تعیین شده استفاده می‌کنند) افراد و خانواده ها را واکسینه کنند. یکی از

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-11-19]

قوی‌ترین رسانه های ما که متاسفانه امروزه قدرت خود را از دست داده است منبرها و مساجد هستند که دیگر از استقبال پیشین برخوردار نیستند و تنها راهکار استفاده از رسانه ی عمومی است که باز هم دچار همان مشکل پیش گفته هستند (اقبالی در برابر ماهواره برای جذب مخاطب ندارند). اما اگر برنامه هایی با تبلیغ قبلی و بیان دیدگاه مشخص در رابطه با سوالات مشخص پخش شوند می‌توان امید بیشتری بر اثر بخشی آنها داشت.

از دیگر برنامه‌ها پخش آهنگ و به اصطلاح عموم شوهای تلویزیونی است که در ابتدای شروع کار ماهواره های خارج از کشور فارسی زبان همین کلیپ های تصویری آهنگ ها بودند که مردم را جذب این کانالها کردند و استقبال زیادی از آنها می شود به صورتی که چندین کانال به طور تمام وقت به پخش آنها مشغولند. این نوع برنامه ها با ترویج بد حجابی، نشان دادن چهره ی دروغین از ایرانیان، پوچی برنامه ها، دعوت به بی خیالی و اثرات زیان باری از این دست مشغول به کار هستند.

بسیاری از خواننده‌ها و آهنگ سازان و دیگر هنرمندان وطنی داخل کشور هم به علت نبود تریبونی برای معرفی، از تغزیه کننده های این شبکه‌ها به حساب می‌آیند (البته در سال های اخیر با تهدید و ارعاب و ممنوع الکار کردن این هنرمندان با این معضل برخورد شده و آن را بسیار کمرنگ کرده است) در صورتی که به راحتی با سامان دادن به آنها و مدیریت نیروی داخلی و ساختن برنامه هایی برای نشان دادن هنر آنها با نگرش صحیح و اصولی می توان نیاز بیننده وطنی را ارضا کرد.

بعضی کانالها هم که خود به خود از دور خارجند چرا که نه برنامه‌های جذاب دارند و نه کیفیت قابل قبول و مردم خود به خود آنها را بایکوت کرده اند و از همین دست هستند کانال هایی که به مسابقات چرت و بی محتوا می‌پردازند و یا فیلم های وطنی را با کیفیت نازلی پخش می‌کنند و نیم بیشتر ساعات خود را به تبلیغات می‌پردازند (خود من روزی از یکی از این کانال‌ها تبلیغ قرص ترک اعتیاد را تماشا می کردم که ادعا می‌کرد بهترین و پر فروشترین قرص ترک اعتیاد است، بلا فاصله پس از آن تبلیغ دیگری با همین مضمون فقط در مورد مارکی دیگر از این قرص ها از همان شبکه پخش شد.

از این دست شبکه‌ها می‌توان به شبکه هایی که اقدام به پخش مسابقات بهترین صدا! بهترین رقص! و اینگونه اراجیف می پردازند، اشاره کرد که البته همانطور که گفته شد، دیگر بازتاب و مقبولیت اولیه خود را از دست داده اند و خود مردم به پوچی آنها پی برده اند.

در میان برنامه ها و کانال های ذکر شده خطرناک ترین آنها کانال هایی هستند که به صورت زیر پوستی و پنهان افکار و عقاید خود را بر مردم چیره می‌کنند. کانال های پخش سریال های خارجی با دوبله ی فارسی از این دست کانال ها به حساب می‌آیند که بسیار پر بیننده و اثر گذار هستند و نوک پیکان معارضه نیز به سمت آنها است.

مسلما مقابله و دفع چنین خطر بالقوه ای از ضروریاتی به شمار می رود که غفلت از آن هزینه های جبران ناپذیری را به همراه خواهد داشت.

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-11-19]

خاصیت سرگرم کننده چنین سریال‌هایی یکی از اصلی ترین دلایل گرایش خانواده ها به شبکه های ماهواره ای است و در چنین شرایطی تنوع برنامه های تلویزیونی و جذاب سازی هرچه بیشترآن، از نمونه راهکارهایی است که در کاهش اقبال مخاطبان به سریال ها و فیلم های مساله دار ماهواره ای موثر واقع می‌شود.

در کنار آن تبیین مضرات ماهواره، تعمیق و تقویت برنامه های فرهنگی و ارتقاء سطح آگاهی هانیز از مولفه های اثر گذاری است که در کنترل و مهار چنین برنامه هایی مثمر ثمر واقع می شود.

و البته نباید از نظر دور داشت که توسل و تمسک به ارزش‌ها و فرهنگ اسلامی نیز به مثابه سنگری ایمن و نیرومند است که دلدادگان به آن از هرگونه گزند ترکش‌های انحرافی مصون می مانند وبه تبع در چنین شرایطی هجمه و حمله فرهنگی دشمنان به ریشه ها و بنیان های جامعه خنثی و مهار خواهد شد.

این کانال ها که پر بیننده هم هستند تبدیل به نگران کننده ترین معضل ماهواره ای شده اند چرا که با برنامه ریزی هدفمند و هوشمندانه به تمامی فرهنگ و سنن ما حمله ور شده اند و می توان گفت نسبت به دیگر هم نوعان پلید خود تا حد زیادی هم موفق بوده اند. رسانه های جمعی داخلی هم با تمام توان و هزینه های هنگفت به سریال سازی و ساخت تله فیلم های تلویزیونی برای مقابله با آنها پرداخته اند و می توان گفت که بیشترین هزینه ها برای این شق از معضل ماهواره صرف می شود و عموم توجه و نگرانی ها نیز به این سو است.

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-11-19]

فهرست منابع و مآخذ

ـ افهمی، بنفشه. (۱۳۸۶). بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به ماهواره و تأثیر آن بر باورها و رفتارهای دینی مردم مشهد. فصلنامه مطالعات تربیتی و روان‌شناسی، ۲۰.

ـ بیابانگرد، اسماعیل. (۱۳۸۰). دلایل و انگیزه‌های تماشای تلویزیون. فصلنامه پژوهش و سنجش (پژوهش‌های ارتباطی)، ۲۶.

ـ پویا، علیرضا. (۱۳۸۰). نیازسنجی مخاطبان ضرورت فعالیت رسانه‌ای. فصلنامه پژوهش و سنجش (پژوهش‌های ارتباطی)، ۲۶.

ـ سورین، ورنر جی و تانکارد، جیمز دبلیو. (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات (ترجمه علیرضا دهقان). تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

ـ سعیدیان، ایمان؛ نیکو، مینو و سرکیسیان، وازگن. (۱۳۷۶). رویکرد استفاده و رضامندی. فصلنامه پژوهش و سنجش (پژوهش‌های ارتباطی)، ۱۱ (۴).

ـ قاضی‌زاده، علی‌اکبر. (۱۳۸۰). ملاحظاتی در باب مخاطب و ویژگی‌های فردی و اجتماعی آن. فصلنامه پژوهش و سنجش (پژوهش‌های ارتباطی)، ۲۶.

ـ مسقطیان، بهمن. (۱۳۸۱). گزارشی از نیازسنجی در مورد برنامه‌های صدا. فصلنامه پژوهش و سنجش (پژوهش‌های ارتباطی)، ۱۲.

ـ مک کوئیل، دنیس. (۱۳۸۰). مخاطب‌شناسی (ترجمه مهدی منتظرقائم). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

ـ مهدی‌زاده، شراره. (۱۳۸۴). تلویزیون، مخاطب و نگرش نو. مجله جامعه‌شناسی ایران، ۴.

ـ میرسعید قاضی، علی و اسماعیلی، حامد. (۱۳۸۱). مخاطب‌شناسی و افکارسنجی در رسانه‌های جمعی. تهران: مرکز برنامه‌ریزی آموزش نیروی انسانی.

ـ ویندال، سون؛ سیگنایزر، بنو و اولسون، جین. (۱۳۷۶). کاربرد نظریه‌های ارتباطات (ترجمه علیرضا دهقان). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

__ Adams, W. G. (2000). How People Watch Television as Investigated Using Focus Group Techniques, Journal of Broadcasting and Electronic Media, Vol. 44, Pp. 78-93.

__ Baran, S. J. & Dennis, D. (2000). Mass Communication Theory, Thomson learning, Ontario Canada.

__ Blumler, J. G. & Katz, E. (1974). The Uses of Mass Communication, Newbury Pank, CA: Sage.

__ Chandler, D. (1994). Why Do People Watch Television? Uses an Gratificayions Watching

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-11-19]

[Downloaded from jnrihs.ir on 2026-11-19]