

Research Paper

Qualitative Content Analysis of Television Pathology on Lifestyle, Women's Socio-Cultural Values

Zahra Khezri¹, Tahmineh Shaverdi^{2*}, Asmeh Ghasemi³

1- Ph.D. Student in Cultural Sociology, Department of Social Sciences, Faculty of Literature, Humanities and Social Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

2- Associate Professor, Department of Sociology, Social Sciences Research Institute, Institute of Humanities and Social Studies, University Jihad, Tehran, Iran

3- Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Literature, Humanities and Social Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 2021/06/05

Revised: 2022/02/16

Accepted: 2023/01/15

Use your device to scan and read the article online



DOI:
10.30495/jzv.2023.28154.3589

Keywords:

Television, Pathology, Socio-Cultural Values, Lifestyle, Women Audience

Abstract

Introduction: The impact of television on cultural currents and their impact on lifestyles has overshadowed many women's orientations in values, and this study aims to analyze the qualitative content of television pathology on the socio-cultural values of women's lifestyles.

Materials and Methods: This research is a qualitative content analysis and the required information has been collected based on semi-structured interviews. The sampling method was snowball and information was obtained from 27 interviewees in the field of media experts and knowledgeable women.

Findings: The results showed that television programs alone could not be the main focus of women's socio-cultural values. In addition to these factors, other factors such as weak domestic television, changes in the country's social system, capitalist and managerial thinking on other global processes, virtual social networks and socio-economic factors determine the value orientations of women's lifestyles in Mahabad

Citation: Khezri Z, Shaverdi T, Ghasemi A. Qualitative analyzes of the harm of gynecological television on the way of life of socio-cultural values: Quarterly Journal of Women and Society. 2023; 14 (53): 1-20.

*Corresponding Author: Tahmineh Shawardi

Address: Associate Professor, Department of Sociology, Social Sciences Research Institute, Institute of Humanities and Social Studies, University Jihad, Tehran, Iran.

Tell: 09126870229

Email: shaverdi@acecr.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

Nowadays, cultural harms are caused by the malfunction of mass media and messaging tools, because due to the breadth and dominance, diversity and multiplicity of cultural tools, it has a high extent and depth of destruction. Men in society are also reflected in society due to the multiple roles of women. Therefore, what is presented to the audience by television and other media is rarely seen as something new or challenging that makes us think or reflect, such as the daily cultural activities of the audience, especially women, such as eating, dressing, makeup and body management. Social and family relations have all been completely affected [1]. In this regard, one of the major problems threatening the social system is the existence of different and contradictory values that are transmitted from television to women and from them to future generations. In view of the above, it can be said that the media, including satellite TV, today has confronted women with a new type of modern and postmodern value patterns. In fact, today's women of Mahabad embrace modern and different values in the dialectics of identity and value change in the light of the tendency towards consumerist values and religious, family and traditional affiliations. This combination has created a kind of contradiction and ambiguity in the choice of values and perhaps its redefinition. With this in mind, this study seeks to investigate the pathology of television on the lifestyle of socio-cultural values of women in Mahabad and what are the hidden factors in the socio-cultural structure affecting it?

Methods

This research is a qualitative content analysis and the required information has been collected based on semi-structured interviews. Content-oriented analysis is usually classified according to the deductive method based on deductive theory, which is related to induction. The research was used. The extracted variables were then converted into

interview questions. Research interviews were conducted with 27 culture and media experts and knowledgeable women. Information from this group was obtained by snowball sampling method. In order to determine the sample size, the theoretical saturation method was used to conduct interviews with the above groups, in which achieving maximum information about the phenomenon was considered as the end point. Then, variables that had common characteristics based on gender and nature were aggregated and integrated, such as aggregation and integration of variables such as desire for makeup, desire for beauty, relationship with the opposite sex, and fashion orientation under the heading of tendency to modernist values and aggregation. Integration of variables such as family strength and interaction with parents was one of the components of family strengthening that was examined and qualitatively analyzed.

Findings

Summarizing the research findings in five content areas due to the commonalities between the variables can be considered as follows:

The tendency towards modernist values is related to and influenced by the categories of foreign satellite consumption, the same effects of foreign satellite and domestic television, domestic television media, capitalist economic system, changes in the social system, patriarchal system and the weakness of domestic television.

Women's social interactions are related to the categories of foreign satellite media consumption, the same effects of foreign satellite and domestic television, satellite and social networks, Western humanist thinking, the weakness of domestic television, socio-economic factors, lifestyle changes and virtual social networks.

Family strength is related to issues such as the use of foreign satellite program, the same effects of foreign satellite and domestic television, the weakness of domestic television, lifestyle changes,

satellite and virtual social networks, patriarchal system, educational institutions and humanistic thinking.

Religious tendencies are related to the components of foreign satellite media consumption, the weakness of domestic television, the same effects of domestic and foreign television, the relativity of religiosity, satellite and social networks, the capitalist economic system, socio-economic factors and the level of awareness and insight. Is affected.

Women's eating habits are related to and influenced by categories such as the consumption of foreign satellite media, the same effects of domestic and foreign television, the capitalist economic system, the weakness of domestic television and socio-economic factors.

Discussion

Determining the content domains based on the main variables of research in the field of lifestyle is the socio-cultural values of women, which include "modern values", "social interactions", "family strengthening", "religious tendencies" and "eating habits". The findings of the present study in Table 3 show that in addition to foreign television, domestic television is also effective in promoting Western modernist values. As the interviewees have emphasized this category. In the field of social interactions, the interviewees stated that the promotion of humanist thinking and individualism by foreign television and virtual social networks and even domestic television, leads to reduced social interactions and a kind of independence of women from each other. The results of the research in Table (5) in the field of family consolidation, from the point of view of the interviewees, showed that the effects of satellite TV have the greatest effect on reducing the family values of women in Mahabad.

The results of the research in Table (6) in the field of religious tendencies by the interviewees showed that the foreign television media, especially in the approach of globalization of societies, try to disrupt and distort the rotations by

considering the deconstruction techniques and magnification of world lifestyle values. The meaning of religious values and its function. Another socio-cultural manifestation that was considered in this study was the change of eating habits to the influence of domestic and foreign television. The results of Table (7) showed that in general, the effects of foreign television on eating habits are mainly in its negative aspect more than other components affecting it. In some cases, some of the interviewees testify to issues such as changing attitudes and food tastes in order to be more profitable for owners and managers of media networks, especially satellites, as well as not paying attention to the issue of nutritional health.

Conclusion

The final results of the research in Table (8) show that in addition to the television media factor, other major factors such as the weakness of domestic television, changes in the country's social system, capitalist and humanist thinking in the world due to the globalization process, diversity And the multiplicity of virtual social networks and other socio-economic factors such as economic status and livelihood or the level of awareness and insight of women determine the value orientations of women's lifestyle in the society of Mahabad. Therefore, determining the position and role of domestic and foreign satellite media in the process of shaping the lifestyle of women's socio-cultural values in a system in a real sense, without considering the macro and social structures and macro and micro of that system is not possible. In fact, it is the macro and micro arenas of the economic, social and political system of the country and the world that complement this process and should not be neglected in determining the status of lifestyle and socio-cultural values of women. In other words, it is the visible and hidden political and social factors in the real world that underlie such a process and determine its direction.

Ethical Considerations

In the present study, the interviewees were given the necessary information to participate in the interview and all of them participated in the research with their consent. The researcher assured them that the results of the research will be confidential.

The present study was funded by the authors of the article.

Compliance with ethical guidelines

This research is taken from the doctoral dissertation. The criteria and all ethical points including confidentiality, priority of participants' mental health, trustworthiness, accuracy in citation, appreciation of others, observance of ethical values in data collection, respect for participants' privacy have been considered by researchers.

Funding

All financial resources, research and publication of the article are entirely on the first author of the article (PhD student) and no financial support has been received.

Authors' contributions

The article is taken from a doctoral dissertation. The first author is a PhD student in Cultural Sociology and the second author is a supervisor and author of an article. The author is the third professor of the dissertation consultant

Conflicts of interest

This article is taken from the doctoral dissertation entitled "Qualitative analysis of television pathology, lifestyle of women socio-cultural values" (Department of Social Sciences - Sociology, Faculty of Literature, Humanities and Social Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran) and is not in conflict with a person or organization

مقاله پژوهشی

تحلیل محتوای کیفی آسیب‌شناسی تلویزیون، بر نحوه سبک زندگی ارزش‌های فرهنگی اجتماعی زنان

زهرا خضری^۱، ته‌مینه شاوردی^{۲*}، عاصمه قاسمی^۳

۱- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، گروه علوم اجتماعی-جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات، علوم انسانی و اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲- دانشیار گروه جامعه‌شناسی، پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات اجتماعی، واحد جهاد دانشگاهی، تهران، ایران.

۳- استادیار گروه علوم اجتماعی-جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات، علوم انسانی و اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

هدف: توانایی تلویزیون در جریان‌سازی‌های فرهنگی و تاثیر آن بر شیوه‌های سبک زندگی، بسیاری از جهت‌گیری‌های زنان در ارزش‌ها را تحت الشعاع قرار داده است. این پژوهش با هدف تحلیل محتوای کیفی آسیب‌شناسی تلویزیون بر نحوه ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی سبک زندگی زنان شهر مهاباد انجام پذیرفته است.

روش: این پژوهش از نوع تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار بوده و اطلاعات مورد نیاز بر پایه مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته گردآوری شده است. روش نمونه‌گیری گلوله برفی بود و اطلاعات از ۲۷ نفر از مصاحبه‌شوندگان در حوزه کارشناسان رسانه و زنان آگاه، به دست آمد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد تنها استفاده از برنامه‌های تلویزیون نمی‌تواند به عنوان عنصر اصلی شکل‌دهنده ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی زنان به آن سمت و سو دهد؛ بلکه در کنار آن، عوامل دیگری از جمله ضعف تلویزیون داخلی، تغییرات نظام اجتماعی کشور، تفکرات سرمایه‌داری و اومانستی به تأثیر از فرآیند جهانی شدن، تنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی و سایر عوامل اجتماعی اقتصادی، تعیین کننده جهت‌گیری‌های ارزشی سبک زندگی زنان در جامعه شهر مهاباد است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۱۵

تاریخ داوری: ۱۴۰۰/۱۱/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۲۵

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI:

10.30495/jzv.2023.28154.3589

واژه‌های کلیدی:

تلویزیون، آسیب‌شناسی، ارزش‌های فرهنگی اجتماعی، سبک زندگی، زنان مخاطب

* نویسنده مسئول: ته‌مینه شاوردی

نشانی: دانشیار گروه پژوهشی جامعه‌شناسی، پژوهشکده علوم اجتماعی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی، تهران.

تلفن: ۰۹۱۲۶۸۷۰۲۲۹

پست الکترونیکی: shaverdi@acecr.ac.ir

مقدمه

زنان و از آنان به نسل‌هایی آینده منتقل می‌شود. این تغییرات چشمگیر به طور محسوس در نحوه الگوهای فرهنگ مصرف و الگوهای مرجع، کاهش پایداری به ارزش‌های دینی و سنتی، تضعیف روابط خانوادگی یا شکاف بین نسلی، مشهود است. الیزابت نول (۸)، در این زمینه معتقد است که استحاله ارزش‌ها در زنان یک جامعه، بستر بسیار مناسبی برای دگرگونی ساختار ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی آن جامعه را فراهم می‌نماید؛ بنابراین تحلیل آسیب‌شناسی تلویزیون بر سبک زندگی ارزش‌های فرهنگی اجتماعی زنان به عنوان یک مسئله‌ای اساسی باید مد نظر قرار گیرد.

با توجه به آنچه اشاره شد می‌توان دریافت در رابطه با برنامه‌های تلویزیون داخلی و ماهواره‌ای آنچه که کمتر بدان پرداخته شده تحلیل علمی اثرگذاری‌های ضمنی و تدریجی برنامه‌های مذکور بر ارزش‌های فرهنگی اجتماعی سبک زندگی زنان به عنوان مخاطبان بوده است که در عرصه ارزش‌ها، تلویزیون به عنوان ابزاری قدرتمند در جهت‌دهی به ذهنیت، نگرش و ذائقه مخاطبان می‌تواند تأثیرات مثبت یا منفی زیادی از خود بر جای گذارد (۹). بررسی آسیب‌شناسی ارزش‌های فرهنگی اجتماعی زنان با تأکید بر تلویزیون حائز اهمیت می‌باشد. با عنایت به مطالب فوق می‌توان گفت در بررسی جامع هویتی زنان شهر مهاباد باید به این نکته توجه داشت که در طول تاریخ زنان کُرد با شرایط خاص تنگناهای ساختاری، فرهنگ تبعیض و نابرابری تفکیک جنسیتی و هم‌زمان درگیری با تنگناهای ناشی از اقلیت قومی بودن مواجه بوده‌اند، شرایطی که فرصت برابر جهت مشارکت در عرصه عمومی کنشگری و ابراز وجود بیان خویش را از ایشان گرفته است (۱۰). به همین دلیل رسانه‌ها از جمله تلویزیون ماهواره امروزه زنان را با نوع جدیدی از الگوهای ارزشی مدرن و پست‌مدرن مواجه کرده است. در واقع زنان امروزی مهاباد در دیالکتیک‌های هویت‌یابی و تغییر ارزشی در پرتو تمایل به ارزش‌های مصرف‌گرایانه و وابستگی‌های مذهبی، خانوادگی و سنتی پذیرای ارزش‌های مدرن و متفاوتی هستند. ضمن اینکه گاهی این ترکیب نوعی تناقض و ابهام در انتخاب ارزش‌ها و شاید باز تعریف آن ایجاد کرده است. با در نظر گرفتن این مسئله این مقاله به دنبال بررسی این مطلب است که آسیب‌شناسی تلویزیون بر سبک زندگی ارزش‌های فرهنگی اجتماعی زنان شهر مهاباد چگونه بوده و عوامل پنهان و نهفته در ساختار اجتماعی-فرهنگی مؤثر بر آن کدامند.

پیشینه تجربی و نظری پژوهش

در راستای پژوهش حاضر مطالعات مشابهی به صورت داخلی و خارجی در ارتباط با تأثیر رسانه‌های تلویزیون و ماهواره بر ارزش‌های سبک زندگی انجام گرفته است که می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: -حسینان و دیگران (۱۱) یادگیری فرهنگی- اجتماعی از طریق برنامه‌های غذایی شبکه‌های ماهواره‌ای «من و تو» و «جم فود» را بررسی کرده‌اند. روش پژوهش مبتنی بر رویکرد تحلیل محتوای کیفی از نوع نمونه‌گیری هدفمند انتخابی است. یافته‌ها نشان داد

از آنجا که ارزش‌ها بخش مهمی از وجود هر انسانی را تشکیل می‌دهد و زندگی شخصی و اجتماعی او را تحت تأثیر قرار می‌دهد بررسی آن به عنوان یک مسئله اساسی مطرح است؛ به عبارتی تغییرات اجتماعی فرهنگی در سطوح و ابعاد مختلف تغییرات عمده‌ای را در سبک زندگی افراد ایجاد کرده است. نظام ارزشی متشکل از سنخ‌ها و گرایش‌های متعددی در افراد است که از طریق این گرایش‌ها سیستم نظام ارزشی فرد مشخص می‌شود (۲) چنانکه پارسونز بر اهمیت ارزش‌ها در کاهش بی‌نظمی و تضاد و ناآرامی در جامعه تأکید می‌کند؛ (۳) در واقع ارزش‌ها حلقه اتصال فرهنگ هر قوم و ملتی با نسل آینده هستند و غفلت از این مهم می‌تواند جوامع را با بحران هویت مواجه کند. ارزش‌ها به نظام اجتماعی هویت بخشیده، بنیان نظام فرهنگی جامعه را تشکیل می‌دهند. ارزش‌ها زمینه‌ساز ثبات یا بحران فرهنگی، به ویژه در بُعد فرهنگ عمومی هستند (۴). وودروف^۲ معتقد است که رشد ارزش‌ها در رویکرد خود، از ابزاری به غایی، از خصوصی به عمومی، از عینی به ذهنی و از مستقیم به غیر مستقیم در حرکت است (۲). امروزه گستردگی و جهانشمولی پیام رسانه‌های ارتباطی، به ویژه شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای، در آموزش انواع مهارت‌ها، کمک به شناخت فرهنگ‌ها، سرگرمی و موارد دیگر، نقش فرایندی ایفا می‌کنند؛ اما گاهی آسیب‌های فرهنگی به واسطه کژکارکردی وسایل ارتباط جمعی و ابزارهای پیام‌رسانی ایجاد می‌شود زیرا به جهت وسعت و سیطره، تنوع و تعدد ابزارهای فرهنگی از گستره و عمق تخریبی بالایی برخوردار است که دامنه آسیب‌رسانی آن محدود به جنسیت خاصی نمی‌باشد اما از آنجا که تبعات آسیب به مردان جامعه نیز به دلایل نقش‌های متعدد و چندگانه زنان، در جامعه انعکاس می‌یابد (۵). شناخت آسیب‌های فرهنگی ناشی از تولیدات رسانه‌ای به ویژه تلویزیون دارای اهمیت می‌باشد. به دیگر سخن رسانه‌ها از جمله تلویزیون یکی از مولف‌های شکل‌گیری ارزش‌ها در جوامع مدرن می‌باشند که به نوعی برای زنان فرصت خودگشودگی جنسیتی و جنسی فراهم آورده است؛ بنابراین آنچه توسط تلویزیون و سایر رسانه‌ها برای مخاطب ارائه می‌شود، چیز جدید یا چالش برانگیزی که ما را به فکر کردن یا تأمل کردن سوق دهد بندرت دیده می‌شود، چنان‌که فعالیت‌های فرهنگی روزمره مخاطبان خصوصاً زنان مانند غذا خوردن، تماشای تلویزیون، پوشش، آرایش و مدیریت بدن، ارتباطات اجتماعی و خانوادگی، همه را تحت تأثیر قرار داده است (۱).

بدین معنا هژمونی به مثابه محوری‌ترین مفهوم بلوک قدرت همواره می‌کوشد از طریق کسب رضایت عامه و نیز از راه ترکیب منافع و علایق گروه‌های فرودست منافع خود را بازتولید کند تا گفتمان مسلط یا خوانش مرجح یک متن را بپذیرد (۶). امروزه رسانه‌های عامه‌پسند جزو مهم‌ترین منابع فرهنگی و ارزشی در زندگی روزمره (زنان) محسوب می‌شوند و تلویزیون از مهم‌ترین آنها است (۷). در این راستا یکی از عمده‌ترین مشکلاتی که نظام اجتماعی را تهدید می‌کند وجود ارزش‌ها و سبک زندگی متفاوت و متناقضی است که از تلویزیون به

1 Parsons
2 Woodrow

³Elizabeth Noelle-Neuman

- استول^۲ (۱۶) در مطالعات خود نشان داد فناوری‌های نوین رسانه‌ای به عنوان عامل و نیروی منفی مانع روابط خانوادگی بوده و با تهی کردن روابط اجتماعی به انزوای اجتماعی خانواده از یکدیگر و فاصله گرفتن خانواده‌ها از جهان بیرون منجر شده اند.

- کروات، پترسون، لاندمارک^۳ و همکاران (۱۷) دریافتند که استفاده از تکنولوژی‌های ارتباطی جدید، روابط اجتماعی افراد در حالت واقعی را کاهش داده و موجبات کاهش بهزیستی به واسطه تنهایی، افسردگی و انزوا را فراهم کرده است.

حال با مروری بر پژوهش‌های انجام شده در ارتباط با جنبه نوآوری پژوهش باید بیان داشت محققان داخلی و خارجی نقش و میزان تاثیرگذاری ماهواره و تلویزیون را بطور همزمان به عنوان دو رسانه جمعی پرطرفدار بر ارزش‌های فرهنگی اجتماعی سبک زندگی زنان مورد توجه و بررسی قرار نداده‌اند. حال با مرور پیشینه‌ها می‌توان گفت تفاوت پژوهش حاضر از نقطه نظر نوین بودن در خصوص روش، قلمرو مکانی، زمانی و اهداف و جامعه نمونه متفاوت می‌باشد.

حال در پرتو تحلیل‌های جامعه‌شناسان می‌توان به دیدگاه اینگلههارت^۴ در رابطه با تاثیر رسانه‌های جمعی از رویکرد تغییر ارزش‌ها اشاره کرد. مطابق این نظریه در دهه‌های اخیر تغییر ارزشی، روندی است که نه به‌طور مدام از سالی به سال دیگر بلکه از نسلی به نسلی دیگر رخ می‌دهد به طوری که در عصر کنونی جهانی شدن ارتباطات و رسانه‌ها بر شکاف ارزش‌های نسلی تأثیر گذاشته است (۱۸).

از سوی دیگر گربنر^۵ نقش وسایل ارتباط جمعی دیداری مثل تلویزیون، در تعمیق جهان‌بینی، آموزش و درونی کردن ارزش‌های رایج و مورد نظر تهیه‌کنندگان برنامه‌های آن، تاکید بسیاری کرده است. این نظریه معتقد است که تلویزیون در بلند مدت، موجب تاثیر در جهان بینی و نظام آموزشی بینندگان پر مصرف خود می‌شود و به آنها نگرش تلویزیونی واحدی در مورد واقعیت‌ها می‌بخشد (۱۹). افزون بر این گیدنز^۶ در ترسیم امنیت هستی‌شناختی دوران مدرن بیان می‌دارد که در عصر ما کیهان‌شناسی مذهبی جای خود را به دانش بازانديشانه تحت تسلط مشاهده تجربی و اندیشه منطقی داده است. چنانچه این دانش بازانديشانه بر تکنولوژی مادی و اصول اجتماعی استوار است و این امر منجر به تضعیف دین و سنت شده است (۲۰)؛ علاوه بر این گیدنز در حوزه ارتباطات انسانی معتقد است روابط بین پدر و مادر و فرزندان و همچنین روابط خویشاوندی گسترده تر تا حدی از حوزه‌ی خاص رابطه‌ی ناب برکنار می‌مانند. روابط خویشاوندی، در صورتی که از تکالیف و وظایف سنتی خود پالوده شده باشند، در عمل یا به صورت ارتباط‌هایی رنگ باخته و اسمی در می‌آیند یا به سوی نوعی رابطه‌ی ناب گرایش می‌یابند رابطه‌ی ای که از تمامی قید و بندهای سنتی و الزامات بیرونی رها شده و تنها بر اساس خواسته‌ها و امیال افراد شکل می‌گیرد (۲۱). بر این اساس دریدا^۷

هفت مقوله «نمود فرهنگ در برنامه‌های غذایی ماهواره‌ای»، «طبع غذا»، «جامعه‌شناسی غذا»، «حذف، مخالفت یا بی‌اعتنایی به مفاهیم مذهبی»، «وضعیت تجمل‌گرایی»، «اوقات فراغت» و «ظاهر و ساخت برنامه» همراه با زیر مقوله‌های آنها در برنامه‌های فارسی زبان ماهواره‌ای نمایش داده شده است. نتایج نشان داد که برنامه‌های تغذیه‌ای ماهواره‌ای به دلیل رویکرد و سیاست‌های متفاوتی که با رسانه‌های داخلی دارند، محتوای متفاوتی را ارائه و تاثیری که بر یادگیری اجتماعی مخاطب دارند، می‌توانند زمینه‌ساز تغییر ارزش‌های فرهنگی سبک زندگی شوند.

- موسوی و کمال‌الدینی (۱۲) مطالعه‌ای تحت عنوان بازتولید نمادین ارزش‌های جامعه در خصوص زن در تلویزیون با روش تحلیل محتوا، با انتخاب نمونه سریال "مرگ تدریجی یک رویا" انجام دادند. این مطالعه با هدف بررسی تصویر زن در سریال‌های تلویزیونی و نقد بازنمای این تصویر با هدف نشان دادن اهمیت تکرار نقش‌های کلیشه‌ای و واژگونی حقایق روحی و ذهنی آنان در پوشش‌های خاص و غیر مستقیم به مطالعه پرداخته است. نتایج نشان داد که در این مجموعه تصویر زنان به دو دسته زنان سنتی و مدرن با نوع پوشش و تاهل خاصی با خصوصیات اخلاقی- اجتماعی و مذهبی خاصی به تصویر کشیده است.

- یآوری و صلواتیان (۱۳) پژوهشی تحت عنوان «شناسایی و طبقه بندی آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی ناشی از مصرف سریال‌های ماهواره‌ای با استفاده از روش فراترکیب»، انجام دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد که مصرف سریال‌های ماهواره‌ای فارسی زبان، سبب آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی می‌شود. تأثیرپذیری از فرهنگ غربی، تضعیف نهاد خانواده، آسیب‌های روانی، افزایش ناهنجاری‌های اجتماعی و تضعیف فرهنگ اسلامی- ایرانی از پیامدهای مصرف شبکه‌های ماهواره‌ای است.

- ساعی و همکاران (۱۴)، پژوهشی با عنوان «بررسی و تحلیل ارزش‌های اجتماعی جوانان با تأکید بر نقش تلویزیون‌های ماهواره»، با روش پیمایش انجام دادند. نتایج رابطه استفاده از تلویزیون‌های ماهواره‌ای نشان داد گرایش به قانون‌گرایی، دین‌گرایی، انتخاب پوشش سنتی، و ملی‌گرایی با بهره‌مندی از شبکه‌های ماهواره‌ای رابطه معکوسی داشتند. بر اساس نتایج به دست آمده ارزش‌های اجتماعی افرادی که از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده می‌کنند بیشتر از سایر افراد جامعه در معرض تغییر و دگرگونی قرار گرفته اند.

- زیدی^۱ و همکاران (۱۵) تاثیر کانال‌های غذایی تلویزیونی بر جامعه را بررسی کرده‌اند. هدف این مطالعه بررسی تاثیر کانال‌های غذایی تلویزیون بر جامعه با توجه به جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و روانی است. نتایج نشان داد تلویزیون موثرترین وسیله ارتباطی است که فعالیت‌های افراد، الگوهای تعامل خانوادگی و اجتماعی، شیوه‌های فرهنگی، هزینه‌های داخلی و شخصی را تغییر داده و در روند تصمیم گیری بسیار تاثیرگذار است.

- 2 Stoll
- 3 Croat, Patterson, Landmark
- 4 Inglehart
- 5 Gerbner
- 6 Giddens
- 7 Derrida

1 Zaidi



ذهن مخاطب متبادر می‌کند (۳۰). با توجه به خلاصه آن چه از پیشینه‌ها و تئوری‌های نظری مرتبط با رسانه‌های جمعی مطرح شد، ارتباط مفهومی و نظری آن با ارزش‌های اجتماعی فرهنگی سبک زندگی زنان مورد تبیین قرار گرفت؛ از اینرو تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی از جمله تلویزیون بر ارزش‌های اجتماعی فرهنگی زنان با مؤلفه‌هایی مانند گرایش به آرایش، تمایل به عمل زیبایی، ارتباط با جنس مخالف، مدرگرایی در لباس، عادات غذایی، تعاملات اجتماعی، استحکام خانواده، تعامل با والدین و گرایش‌های مذهبی در این پژوهش مد نظر قرار می‌گیرد.

اهداف پژوهش

هدف اصلی این پژوهش تحلیل آثار رسانه‌های جمعی اعم از تلویزیون داخلی و ماهواره خارجی بر ارزش‌های فرهنگی اجتماعی سبک زندگی زنان شهر مهاباد و نیز شناسایی عوامل پنهانی و نهفته در ساختار فرهنگی اجتماعی مؤثر در آن است. در راستای هدف اصلی، اهداف فرعی زیر نیز مطرح است:

- ۱- تحلیل و بررسی وضعیت ارزش‌های فرهنگی اجتماعی زنان شهر مهاباد در حوزه‌های مانند تمایل به ارزش‌های نوگرایانه (گرایش به آرایش، تمایل به عمل زیبایی، ارتباط با جنس مخالف، مدرگرایی در لباس)، تعاملات اجتماعی، تحکیم خانواده (استحکام خانواده، تعامل با والدین)، گرایش‌های مذهبی و عادات غذایی.
- ۲- ارائه مدل پارادایمی بر مبنای شناسایی و تحلیل عوامل دخیل در ارزش‌های فرهنگی اجتماعی سبک زندگی زنان شهر مهاباد.

روش پژوهش

این پژوهش از نوع تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار بوده، اطلاعات مورد نیاز بر پایه مصاحبه‌های نیمه‌ساختار یافته گردآوری گردیده است. این روش با تحلیل پیام‌های زبانی به کشف معانی، الویت‌ها، نگرش‌ها، شیوه‌های درک می‌پردازد (۳۱). استراتژی این پژوهش، واقعیت اجتماعی را همچون برساخته اجتماعی کنشگران تلقی می‌کند؛ بنابراین در این رهیافت فرایند تحقیق علمی به دنبال برساختن نظریه‌ای است که در فعالیت‌های روزانه و یا در معانی و زبان کنشگران اجتماعی ریشه دارد و این کار در دو سطح توصیف فعالیت‌های انسانی و مشتق کردن مقوله‌ها و مفاهیمی که شالوده فهم مساله مورد نظر باشند انجام می‌پذیرد (۳۲). در واقع روش تحلیل محتوای جهت‌دار را معمولاً بر اساس روش قیاسی متکی بر نظریه طبقه‌بندی می‌کنند که تمایز آن با دیگر روش‌ها تحلیل محتوای عرفی و تلخیصی بر اساس نقش نظریه در آن است، همچنین از فرایند ساختارمندتری نسبت به دو روش مذکور برخوردار است. با به‌کار بردن نظریه‌های موجود یا پژوهش‌های پیشین، پژوهشگران کار خود را با شناسایی متغیرها یا مفاهیم اصلی برای طبقه‌بندی رمزهای اولیه آغاز می‌کنند و طی تحلیل داده‌ها پژوهشگران خود را در اطلاعات غرق می‌کنند و به موضوعات اجازه پدیدار شدن از آن‌ها را می‌دهند. این امر پیش‌بینی‌هایی را درباره مقوله‌های مورد نظر یا ارتباط میان مقوله‌ها فراهم می‌کند. در این

نوشتاری با عنوان ایمان و معرفت بر نسبت میان دین و تکنولوژی رسانه تأکید داشته و اعتقاد دارد، هر نوع پژوهش در دین می‌تواند در فهم رسانه تأثیر بگذارد و هم رسانه قدرت فروکاستن نیرومندی ارزش‌های دین را دارد. دریدا معتقد است شدت این رابطه می‌تواند بر تغییر ماهیت و ساختار تکنولوژی رسانه‌های بیانجامد (۲۲). در این خصوص فمینیست‌ها استدلال می‌کنند که ارزش زنان در نظام مردسالارانه و سرمایه‌داری منوط به نزدیک شدن آن‌ها به استانداردهای تعریف شده زیبایی است (۲۳). چنانکه نیاز زنان به زیبا بودن و شیء سازی کاذب نه تنها در محیط اجتماعی فرهنگی تجربه می‌شود بلکه به وسیله منابعی هم‌چون رسانه‌ها و تبلیغات نیز ساخته می‌شوند بر این اساس زنان در تلاش برای کسب زیبایی از شیوه‌های گوناگون مانند رژیم غذایی، استفاده از لوازم آرایش و انواع جراحی زیبایی بر بدن استفاده می‌کنند (۲۴). در این رابطه بودریار^۱ حادوآقی را محصول رسانه‌های جمعی می‌داند، به زعم وی یکی از نمونه‌های حادوآقیست در پورنوگرافی، فرا واقعی وانموده شدن زنان است. ستاره زن فیلم‌ها و سریال‌های برنامه‌های پخش شده رسانه‌ها با ایمپلنت‌های جراحی‌های پلاستیک اضافی، آرایش بدن و تغییرات دیگر، مصداق زن وانموده می‌باشد و چه بسا زنان در صدد زندگی کردن بر اساس این تصاویر حادوآقی از طریق دگرگون ساختن خودشان باشند (۲۵). در این میان توجه به بدن در جوامع معاصر روندی فزاینده داشته است تا جایی که محققانی چون ترنر^۲ سخن از نوعی چرخش اجتماعی به میان می‌آورند و جامعه معاصر را جامعه جسمانی می‌نامند (۲۶). بر این اساس کلنر^۳ بیان می‌دارد ابزارهایی تحت حاکمیت فرهنگ رسانه‌ای، مبتنی بر بازار و تبلیغات موجب تغییر ساختاری در حوزه‌های سرگرمی، عشق و زندگی روزمره است. وی چهره‌سازی و شهرت، سرگرمی، ورزش، مد و آرایش، معماری، موسیقی، صنعت غذا، و هرزه‌نگاری را به‌عنوان قلمروهای نمایش، در تصاویر و انگاره‌های رسانه‌ای بر می‌شمارد (۲۷). از رویکرد اندیشمندان مکتب فرانکفورت از جمله آدورنو و هورکهایمر^۴ صنایع فرهنگی به عنوان صنایع جدید اطلاع رسانی رسانه‌ای به تولیدات فرهنگی، تجاری و سیاسی تخدیر کننده منجر گردیده است؛ در واقع صنعت فرهنگ به نوعی به تحمیق و استبداد فکری و روحی افراد در جامعه به صورتی اجباری دست می‌زند و محتوی تمام جلوه‌های فرهنگی را به صورتی یکسان ارائه می‌کند تا افراد را به شکلی یکسان و واحد درآورد (۲۸). مارکوزه^۵ در باب صنعت فرهنگ، تکنولوژی مدرن را ابزار کنترل، سلطه و تولید نیاز کاذب تلقی می‌کند که منجر به ایجاد فرهنگ توده می‌شود و افراد را در الگوهای مسلط فکری و رفتاری گرفتار می‌کند (۲۹)؛ همچنین بر پایه نظریه مک‌کومز و شاو^۶ رسانه‌ها می‌توانند نظر مردم را به سوی مسائلی جلب نمایند که برجسته کرده‌اند به گونه‌ای که معنای از پیش ساخته شده خاصی را به

- 1 Baudrillard
- 2 Turner
- 3 Kellner
- 4 Adorno and Horkheimer
- 5 Marcuse
- 6 McCoums & Shaw

استفاده شد. بعد از ۲۷ مصاحبه اشباع داده‌ها حاصل شد؛ با این حال محقق برای اطمینان بیشتر، مصاحبه‌ها را تا ۴۰ مورد ادامه داد. داده‌ها در این پژوهش مشتمل بر مصاحبه‌های ضبط شده و دست نوشته‌های محقق است. در این تحلیل مقولات از طریق مطالعه‌ی دقیق داده‌ها شناسایی شدند. تحلیل کاملاً تدریجی تکوینی انجام گرفت؛ سپس متغیرهایی که بر اساس جنس و ماهیت‌شان دارای وجوه مشترکی بودند، تجمیع و ادغام شدند چنانکه از تجمیع و ادغام متغیرهایی مانند تمایل به آرایش، تمایل به عمل زیبایی، ارتباط با جنس مخالف و گرایش به مد لباس تحت عنوان تمایل به ارزش‌های نوگرایانه و از تجمیع و ادغام متغیرهایی مانند استحکام خانواده و تعامل با والدین مولفه تحکیم خانواده بدست آمد که مورد بررسی و تحلیل کیفی قرار گرفتند. در نهایت پس از کدگذاری باز، محوری و انتخابی ۷ مقوله اصلی در تغییر ارزش‌های سبک زندگی زنان استخراج شد و سپس مدل پارادایمی آن ترسیم گردید سپس پنج حوزه محتوایی برای تحلیل محتوای مصاحبه‌ها در جدول زیر مشخص گردید.

راستا این فرآیند کار خود را با قیاس شروع کرده و سپس به استقرار پیوند می‌خورد (۳۳). بدین ترتیب جهت مشخص شدن متغیرها و الگوهای غالب برای سوالات مصاحبه در مورد تحلیل سبک زندگی ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی زنان از پیشینه‌ها تجربی و چارچوب و تئوری‌های نظری بکار گرفته شده در پژوهش بهره گرفته شد؛ سپس متغیرهای استخراج شده تبدیل به سوالات مصاحبه شد. پس از چند مصاحبه‌ی مقدماتی پرسش‌های جزئی‌تر در رابطه با پرسش‌های کلی پژوهش آشکار شدند و چون اطلاعات بر مبنای مصاحبه جمع‌آوری گردید. از سوالات باز و نیمه استاندارد بهره گرفته شد تا پاسخگویان بتوانند به راحتی دیدگاه‌های خود را در این خصوص بیان و احتمالاً زمینه‌های جدیدی را پیرامون موضوع پژوهش روشن کنند. مصاحبه‌های پژوهش با ۲۷ نفر از کارشناسان حوزه فرهنگ و رسانه و زنان آگاه انجام گرفت که به روش نمونه‌گیری گلوله برفی، اطلاعات از این قشر بدست آمد. به منظور تعیین حجم نمونه برای انجام مصاحبه با گروه‌های فوق از روش اشباع نظری که در آن رسیدن به حداکثر اطلاعات در مورد پدیده به عنوان نقطه پایان مد نظر بود

جدول ۱- حوزه‌های محتوایی جهت تحلیل محتوای کیفی مصاحبه‌ها

ردیف حوزه‌ها	مقوله‌های حوزه‌های محتوایی
حوزه محتوایی اول	تمایل به ارزش‌های نوگرایانه
حوزه محتوایی دوم	تعاملات اجتماعی
حوزه محتوایی سوم	تحکیم خانواده
حوزه محتوایی چهارم	عادات غذایی
حوزه محتوایی پنجم	گرایش‌های مذهبی

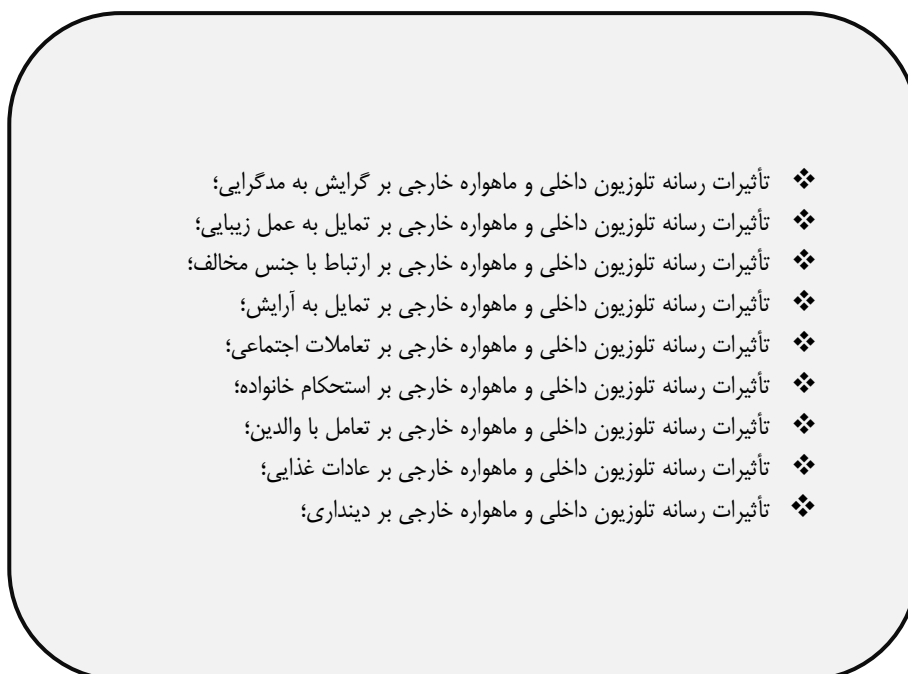
جدول ۲- مشخصات مصاحبه‌شوندگان

ردیف، کد	جنس	تحصیلات	وضعیت اشتغال
۱	مرد	کارشناسی ارشد	مدیر کل شبکه نمایش صدا و سیما
۲	مرد	دکتری جامعه‌شناسی	استاد دانشگاه
۳	مرد	دکتری مدیریت آموزشی	عضو شورای نظارت در سازمان صدا و سیما
۴	زن	دکتری جامعه‌شناسی	دانشیار پژوهشگاه مطالعات جهاد دانشگاهی
۵	زن	دکتری جامعه‌شناسی	عضو هیئت علمی دانشگاه تهران
۶	مرد	ارشد پژوهش هنر	هیئت علمی بازنشسته دانشگاه صدا و سیما
۷	مرد	دکتری جامعه‌شناسی	کارمند دانشگاه تهران
۸	مرد	دکتری بازرگانی رسانه	کارگردان ارشد صدا و سیما تهران
۹	مرد	دکتری جامعه‌شناسی	استاد دانشگاه
۱۰	زن	دکتری جامعه‌شناسی	دانشیار پژوهشگاه علوم انسانی جهاد دانشگاهی
۱۱	مرد	دکتری جامعه‌شناسی	استادیار پژوهشگاه جهاد دانشگاهی
۱۲	مرد	ارشد ارتباطات	کارمند - کارشناس صدا و سیما مهاباد
۱۳	زن	دکتری جامعه‌شناسی	استادیار دانشگاه
۱۴	مرد	کارشناسی ارشد فلسفه اخلاق	کارمند صدا و سیما تهران
۱۵	زن	کارشناس فلسفه	مدیر آموزش و پرورش
۱۶	زن	ارشد علوم ارتباطات	پژوهشگر صدا و سیما
۱۷	زن	کارشناس ارشد حقوق	مشاور حقوقی و روزنامه‌نگار

دبیرآموزش و پرورش	کارشناسی ارشد فلسفه	زن	۱۸
پژوهشگر صدا و سیما	دکتری ارتباطات	زن	۱۹
کارمند صدا و سیما و مدرس دانشگاه	کارشناس مدیریت بازرگانی	زن	۲۰
دبیرآموزش و پرورش	کارشناس علوم اجتماعی	زن	۲۱
کارمند صدا و سیما	کارشناس جامعه‌شناسی	زن	۲۲
کارمند صدا و سیما	کارشناسی ارشد ارتباطات	زن	۲۳
خانه‌دار	کارشناس علوم اجتماعی	زن	۲۴
کارمند صدا و سیما تهران	دکتری جامعه‌شناسی	مرد	۲۵
استاد دانشگاه	دکتری جامعه‌شناسی	زن	۲۶
خانه‌دار	کارشناس علوم اجتماعی	زن	۲۷

زمینه ارزش‌های فرهنگی اجتماعی سبک زندگی در نظر گرفته شد، در شکل شماره ۱ قابل مشاهده است.

محورهایی که برای مصاحبه با کارشناسان و متخصصان حوزه رسانه و نیز کارشناسان حوزه مطالعات جامعه‌شناختی فرهنگی زنان در



شکل ۱- محورهایی مصاحبه با کارشناسان و متخصصان

مقوله‌ها مورد بررسی واقع شده (کدگذاری محوری) و در نهایت مقوله‌های اصلی تأثیرگذار بر ارزش‌های اجتماعی فرهنگی زنان (کدگذاری انتخابی) شناسایی و اولویت‌بندی از آن‌ها انجام گرفته است. فرآیند تحلیل محتوای کیفی جهت بررسی مفاهیم در شکل زیر آمده است.

یافته‌ها

واحدهای معنی در این مطالعه شامل کلیه پارگراف‌هایی از مصاحبه‌های انجام شده است که به نوعی با مسأله پژوهش ارتباط داشته‌اند. تعیین حوزه‌های محتوایی بر مبنای متغیرهای اصلی پژوهش در حوزه ارزش‌های فرهنگی اجتماعی سبک زندگی زنان بوده که شامل «تمایل به ارزش‌های نوگرایانه»، «تعاملات اجتماعی»، «تحکیم خانواده»، «گرایش‌های مذهبی» و «عادات غذایی» می‌شود. در ادامه هر یک از حوزه‌های محتوایی با فرآیند روش تحلیل محتوای کیفی یعنی خلاصه‌سازی واحدهای معنی هر حوزه، تخصیص کد به واحدهای معنی خلاصه شده (کدگذاری باز) و ادغام کدها و ساختن



شکل ۲- مراحل انجام روش تحلیل محتوی

حوزه محتوایی اول: تمایل به ارزش‌های نوگرایانه

حوزه محتوایی اول تحت عنوان تمایل به ارزش‌های نوگرایانه است که از جمع و ادغام متغیرهایی که به نوعی دارای وجه اشتراک هستند، شکل گرفته است. متغیرهایی مانند تمایل به آرایش، تمایل به عمل زیبایی، ارتباط با جنس مخالف و گرایش به مد لباس تحت عنوان تمایل به ارزش‌های نوگرایانه مورد بررسی و تحلیل کیفی قرار گرفته‌اند؛ در واقع هدف از گردآوری اطلاعات و تحلیل آن در این حوزه آن است که تعیین شود تمایل به ارزش‌های نوگرایانه در میان زنان تا چه حد تحت تأثیر تلویزیون داخلی و خارجی قرار گرفته و سمت و سوی آن‌ها چگونه است. از طرفی دیگر هدف آن است که سایر مقوله‌هایی که بر این حوزه تأثیرگذار هستند نیز در کنار نقش تلویزیون، شناسایی و مورد تحلیل واقع شوند. در مجموع و پس از جمع و خلاصه‌سازی مصاحبه‌های مرتبط در این حوزه، ۱۰۳ واحد تلخیص شده به دست آمد که بر مبنای وجه مفهومی هر واحد، کد مخصوص به آن تعلق یافت. بر این اساس «رسانه ماهواره خارجی» به عنوان مؤلفه‌ای مهم در این حوزه بیشترین تکرارپذیری را در بین سایر

مفاهیم به خود اختصاص داده و نشان از آن دارد که تمایل به ارزش‌های نوگرایانه در بین زنان شهر مهاباد با این مفهوم ارتباط دارد. در اولویت بعدی، «تأثیرات یکسان تلویزیون داخلی و خارجی» قرار گرفته است؛ در واقع افرادی که این مقوله را مورد تأکید قرار داده‌اند، معتقد هستند که ماهواره خارجی و تلویزیون داخلی به یک میزان اما به اشکال متفاوت بر گرایش‌های ارزش‌های نوگرایانه در میان زنان تأثیرگذار هستند. به همین ترتیب مؤلفه‌هایی مانند «تلویزیون داخلی»، «نظام اقتصاد سرمایه‌داری»، «تغییرات در نظام اجتماعی»، «نظام مردسالارانه» و «ضعف تلویزیون داخلی» در رتبه‌های بعدی تأثیرگذاری بر تمایل به ارزش‌های نوگرایانه زنان شهر مهاباد از نگاه مصاحبه‌شوندگان قرار گرفته‌اند، اما بر اساس فرآیند تحلیل محتوای کیفی کدهای بدست آمده از این مرحله بر حسب فراوانی و درصد نیز مورد توجه قرار گرفت و در جدول شماره ۳ آمده است. همانطور که قابل مشاهده است بیشترین درصد تأثیرگذاری از بین مؤلفه‌ها، متعلق به تأثیرات رسانه ماهواره با ۲۴،۲۷ درصد و کمترین آن نیز مربوط به تأثیرات ضعف تلویزیون داخلی با ۴،۸۵ درصد است.

جدول ۳- مقوله‌های نهایی حوزه محتوایی تمایلات ارزش‌های نوگرایانه

ردیف	مقوله‌های نهایی	فراوانی	درصد
۱	تأثیرات رسانه ماهواره	۲۵	۲۴،۲۷
۲	تأثیرات یکسان ماهواره و تلویزیون	۲۱	۲۰،۳۹
۳	تأثیرات رسانه تلویزیون داخلی	۱۳	۱۲،۶۲
۴	تأثیرات نظام اقتصادی سرمایه‌داری	۱۳	۱۲،۶۲
۵	تأثیرات تغییر نظام اجتماعی کشور	۱۱	۱۰،۶۸
۶	تأثیرات نظام مردسالارانه در کشور	۹	۸،۷۴
۷	تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی	۶	۵،۸۳
۸	تأثیرات ضعف تلویزیون داخلی	۵	۴،۸۵
۹	مجموع	۱۰۳	۱۰۰،۰۰

«تمایل به ارزش‌های نوگرایانه»

حوزه محتوایی دوم: تعاملات اجتماعی

حوزه محتوایی دوم تحت عنوان تعاملات اجتماعی از آن یاد می‌شود. تعاملات اجتماعی به معنای ایجاد رابطه بین دو نفر یا بیشتر

است که منجر به واکنشی میان آنها شود و این واکنش برای هر دو طرف شناخته شده است. تعامل اجتماعی مستمر عامل شکل‌گیری هر جامعه است و آثار تعاملات اجتماعی همبستگی اجتماعی است. دو

اثر بسیار مهم و کلان تعاملات انسانی، ساختار اجتماعی و فرهنگ است. معانی مشترک، لازمه ارتباط در گروه اجتماعی است بنابراین فرهنگ و عناصر آن از جمله باور، ارزش، نماد و هنجار نیز اثر تعاملات مستمر اشخاص در یک جامعه است. اثر دیگر عمل و تعامل، ایجاد و تغییر ساختار اجتماعی است و ساختارهایی که مسلط بر کنش‌هاست، نتیجه کنش‌های قبلی است و بر عمل‌های بعدی اشخاص تأثیر می‌گذارد (۳۴). این توانایی منجر به حفظ و ارتقای سلامت روانی، حل مسائل و مشکلات خود با دیگران و رفع تضادها و تعارض‌ها می‌شود. در همین راستا مصاحبه‌هایی با کارشناسان انجام شده است تا تأثیرات تلویزیون‌های داخلی و خارجی و سایر مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تعاملات و روابط میان زنان با دوستان، اقوام، همسایگان شناسایی و تحلیل شود. در مجموع و پس از تجمیع و خلاصه‌سازی مصاحبه‌های مرتبط در این حوزه، ۴۰ واحد تلخیص شده به دست آمد که بر مبنای وجه مفهومی هر واحد، گد مخصوص به آن تعلق یافت. بر اساس نتایج تلویزیون خارجی با بیشترین تکرارپذیری، بیشترین تأثیرات را از نگاه مصاحبه‌شوندگان بر چگونگی تعاملات اجتماعی زنان شهر مهاباد ایفا می‌کند. تأثیرات یکسان تلویزیون داخلی و خارجی در رتبه دوم این تأثیرگذاری و ماهواره و شبکه‌های اجتماعی در رتبه سوم قرار دارند. تفکرات اومانیستی غرب، مقوله دیگری است که بر تعاملات اجتماعی از نگاه مصاحبه‌شوندگان تأثیر می‌گذارد. در

همین راستا می‌توان عنوان کرد که ترویج تفکرات اومانیستی و فردگرایی توسط رسانه‌های خارجی و شبکه‌های اجتماعی مجازی و حتی تلویزیون داخلی، منجر به کاهش تعاملات اجتماعی و به نوعی عدم وابستگی زنان از همدیگر می‌شوند. این تفکر، آموزه‌هایی مانند عدم مشورت و هم‌فکری با همسایگان، آشنایان و خویشان را ترویج داده و به این ترتیب موجب کاسته شدن تعاملات اجتماعی می‌شود. ضعف تلویزیون داخلی، دیگر مقوله‌ای است که بر چگونگی ارزش‌های تعاملات اجتماعی در میان زنان شهر مهاباد از نگاه مصاحبه‌شوندگان تأثیرات زیادی دارد؛ به عنوان مثال برنامه‌های غیرکارشناسانه و غیر جذاب تلویزیون داخلی در مقولات اجتماعی از یک سو و تنوع و جذابیت شبکه‌های ماهواره‌ای و اجتماعی مجازی از سوی دیگر موجب می‌شود که زنان بیشتر به سمت ارزش‌های برنامه‌های ماهواره و شبکه‌های اجتماعی مجازی گرایش پیدا کنند. به همین ترتیب پیشرفت تکنولوژی رسانه‌ای و ارتباطی، عوامل اجتماعی اقتصادی و تغییرات سبک زندگی از دیگر مقوله‌های هستند که بر چگونگی ارزش‌های تعاملات اجتماعی زنان در دنیای واقعی و مجازی آن تأثیر می‌گذارد. مقوله‌های نهایی حاصل از تحلیل محتوای مصاحبه‌های حوزه تعاملات اجتماعی به صورت فراوانی و درصد درآمده و در جدول شماره ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴- مقوله‌های نهایی حوزه محتوایی تعاملات اجتماعی

ردیف	مقوله‌های نهایی	فراوانی	درصد
۱	تأثیرات رسانه ماهواره	۱۱	۲۷,۵۰
۲	تأثیرات یکسان ماهواره و تلویزیون داخلی	۷	۱۷,۵۰
۳	ماهواره و شبکه‌های اجتماعی	۶	۱۵,۰۰
۴	تفکرات اومانیستی غربی	۵	۱۲,۵۰
۵	پیشرفت تکنولوژی رسانه	۳	۷,۵۰
۶	ضعف تلویزیون داخلی	۳	۷,۵۰
۷	عوامل اجتماعی اقتصادی	۲	۵,۰۰
۸	تغییرات سبک زندگی	۲	۵,۰۰
۹	شبکه‌های اجتماعی مجازی	۱	۲,۵۰
۱۰	مجموع	۴۰	۱۰۰,۰۰

«تعاملات اجتماعی»

حوزه محتوایی سوم: تحکیم خانواده

حوزه محتوایی سوم، مقوله تحکیم خانواده است که از تجمیع و ادغام مصاحبه‌های انجام یافته در خصوص متغیرهایی مانند استحکام خانواده و تعامل با والدین بدست آمده است. خانواده از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی است که تأثیر مستقیم در سلامت روح و روان فرد و همچنین انسجام جامعه دارد. خانواده‌گرایی که از مهم‌ترین ارزش‌های وابسته به هر فرهنگی است، به نگرش‌های وفاداری، اعتماد و همکاری در بین اعضای خانواده تأکید می‌کند. در خانواده، ارزش‌هایی از جمله احساس تعلق و حمایت عاطفی، وفاداری، وجود دارد که تداوم حیات آن وابسته به این ارزش‌ها است. هیچ جامعه‌ای بدون داشتن خانواده‌های سالم نمی‌تواند ادعای سلامت کند و هیچ

یک از آسیب‌های اجتماعی بی‌تأثیر از خانواده پدید نیامده‌اند (۳۵). به همین دلیل خانواده یکی از مهم‌ترین بحث‌ها و چالش‌های مورد توجه

کارشناسان و صاحب‌نظران امروزی جامعه است زیرا امنیت روحی و روانی در خانواده مهم‌ترین عامل تحقق امنیت روانی در جامعه است. در مجموع و پس از تجمیع و خلاصه‌سازی مصاحبه‌های مرتبط در این حوزه، ۶۹ واحد تلخیص شده بدست آمد.

از نگاه مصاحبه‌شوندگان، تأثیرات رسانه ماهواره بیشترین تأثیرات را در کاهش ارزش‌های سبک زندگی خانوادگی زنان شهر مهاباد ایفا می‌کند. در این راستا می‌توان به تبلیغ ارزش‌های روابط غیر متعارف مانند خیانت به شکل عادی و شکل‌گیری روابطی مانند ازدواج سفید، روابط آزاد دختر و پسر، روابط مثلی توسط رسانه ماهواره اشاره کرد.

شوندگان بر آن تأکید دارند. در واقع حدود ۱۱,۵۹ درصد از مصاحبه-شوندگان بر مقوله‌هایی مانند تضعیف نقش نظارتی والدین بخصوص مادر بر فرزند و تقویت نقش حمایتی آن از رفتارهای کاذب در قالب آزادی روابط به تأثیر از تلویزیون خارجی و شبکه‌های اجتماعی مجازی تأکید دارند. به همین ترتیب شبکه‌های اجتماعی مجازی، نظام مردسالارانه، نهادهای تربیتی و آموزشی و تفکرات اومانیستی بر سمت و سوی استحکام خانواده از نگاه مصاحبه‌شوندگان، تأثیر می-گذارد. مقوله‌هایی نهایی تأثیرگذار بر تحکیم خانواده همراه با فراوانی و درصد در جدول شماره ۵ آمده است.

گروه دیگر از مصاحبه‌شوندگان بر تأثیر یکسان ماهواره و تلویزیون داخلی در شکل‌گیری خانواده به شکل‌های مختلف تأکید دارند. ۱۵,۹۴ درصد از مصاحبه‌شوندگان بر این مقوله اذعان کرده‌اند. ضعف تلویزیون داخلی، مقوله دیگری است که مصاحبه‌شوندگان بر آن تأکید داشته و میزان آن مشابه گروه قبلی است. در این زمینه می-توان بر کارکرد ضعیف تلویزیون داخلی در استحکام خانوادگی با حذف برخی ارزش‌های محوری و سنتی مؤثر و یا سنخیت پایین و ضعیف محتوای برنامه‌های تلویزیون داخلی با خانواده در دنیای واقعی اشاره کرد. تغییرات سبک زندگی، مقوله دیگری است که مصاحبه-

جدول ۵- مقوله‌های نهایی حوزه محتوایی «تحکیم خانواده»

ردیف	مقوله‌های نهایی	فراوانی	درصد
۱	تأثیرات تلویزیون ماهواره	۲۵	۳۶,۲۳
۲	تأثیرات یکسان ماهواره و تلویزیون داخلی	۱۱	۱۵,۹۴
۳	ضعف تلویزیون داخلی	۱۱	۱۵,۹۴
۴	تغییرات سبک زندگی	۸	۱۱,۵۹
۵	شبکه‌های اجتماعی مجازی	۴	۵,۸۰
۶	ماهواره و شبکه‌های اجتماعی	۳	۴,۳۵
۷	نظام مردسالارانه	۳	۴,۳۵
۸	نهادهای تربیتی و آموزشی	۲	۲,۹۰
۹	تفکرات اومانیستی	۲	۲,۹۰
۱۰	مجموع	۶۹	۱۰۰,۰۰

«تحکیم خانواده»

گرایش‌های مذهبی تأثیر داشته و سمت و سوی آن را تغییر می‌دهد؛ به عنوان مثال می‌توان به این مقوله اشاره کرد که تلویزیون داخلی به دلیل ساختار ایدئولوژیک و بسته، نمی‌تواند چالش‌های دینی را به صورت گسترده مطرح کند اما ماهواره این کار را می‌کند. گروهی از مصاحبه‌شوندگان نیز بر مواردی مانند عدم همخوانی الگوهای ارائه شده در تلویزیون داخلی و خارجی با ارزش‌های دینی و سنتی زنان کشور و ارائه الگوهای دینداری از سوی ماهواره و تلویزیون داخلی با محتوای یکسان اما با اشکال نمایش متفاوت در قالب تأثیرات یکسان تلویزیون خارجی و داخلی بر گرایش‌های مذهبی تأکید می‌کنند. نسبی بودن مقوله دینداری، مؤلفه دیگری است که برخی مصاحبه‌شونده‌ها بر آن اذعان کرده و بیان می‌کنند که دینداری مقوله‌ای نسبی است و زنان با سلاقی دینی خود می‌توانند از شبکه‌های تلویزیون داخلی و یا تلویزیون خارجی در این زمینه استفاده کنند. به همین ترتیب مقوله‌هایی مانند ماهواره و شبکه اجتماعی، نظام اقتصادی سرمایه-داری، عوامل اجتماعی اقتصادی و سطح آگاهی و بینش از جمله مقوله‌های عمده‌ای هستند که بر گرایش‌های مذهبی زنان تأثیر گذاشته و به آن سمت و سوی می‌دهند.

حوزه محتوایی چهارم: گرایش‌های مذهبی

گرایش‌های مذهبی به عنوان حوزه محتوایی دیگر مد نظر این پژوهش بود که مصاحبه‌های مختلفی با کارشناسان و متخصصان مرتبط در این حوزه انجام گرفت. یکی از ویژگی‌های انسان نیاز به معناست که تنها دین می‌تواند آن را برآورد. در واقع مهم‌ترین کارکرد دین معنابخشی است. به گفته ماکس وبر هدف دین از اطمینان آفرینی روانی چیزی جز درک‌پذیر ساختن جهانی که به نوعی معنا دار است نمی‌باشد. از این رویکرد تهدیدکننده‌های معنا در زندگی بشر عواملی مانند رنج، شر و مرگ می‌باشد که گزاره‌های دینی به گونه‌ای تنظیم یافته‌اند که پاسخ قانع‌کننده‌ای در برابر این تهدیدکننده‌ها ارائه می‌دهند؛ در حقیقت دین کوشش جسورانه‌ای است که سراسر گیتی را برای انسان معنا دار می‌سازد (۳۶).

طبق روال مقوله‌های قبلی، در اینجا نیز تأثیرات رسانه ماهواره با بیشترین تکرارپذیری در میان مصاحبه‌شوندگان، در رتبه اول قرار گرفته است. حدود ۳۴,۰۹ درصد مصاحبه‌های انجام یافته بر این مقوله تأکید داشته است. در این زمینه می‌توان بر مواردی مانند نگاه ابزاری و کالاگونه تلویزیون خارجی از جنبه جنسی تحت شعار حقوق زنان و برابری‌های جنسیتی اشاره کرد. ضعف تلویزیون داخلی مقوله دیگری است که بر

جدول ۶- مقوله‌های نهایی حوزه محتوایی «گرایشات مذهبی»

ردیف	مقوله‌های نهایی	فراوانی	درصد
۱	تأثیرات رسانه ماهواره	۱۵	۳۴,۰۹
۲	ضعف تلویزیون داخلی	۱۲	۲۷,۲۷
۳	تأثیرات یکسان ماهواره و تلویزیون داخلی	۵	۱۱,۳۶
۴	نسبی بودن مقوله دینداری	۴	۹,۰۹
۵	ماهواره و شبکه‌های اجتماعی	۲	۴,۵۵
۶	نظام سرمایه‌داری	۲	۴,۵۵
۷	عوامل اجتماعی اقتصادی	۲	۴,۵۵
۸	سطح آگاهی و بینش	۲	۴,۵۵
۹	مجموع	۴۴	۱۰۰,۰۰

«گرایشات مذهبی»

حوزه محتوایی پنجم: عادات غذایی

عادات غذایی از دیگر متغیرهای مربوط به ارزش‌های فرهنگی اجتماعی زنان است که مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته. شیوه تغذیه و غذا خوردن می‌تواند باعث نفوذ فرهنگ، ایجاد تغییر در تفکر، ارزش‌ها، شیوه زیست و عادت‌های فردی و اجتماعی شود؛ بنابراین برنامه‌های تلویزیونی می‌توانند راهی برای انتشار دانش فرهنگی و اجتماعی باشند (۱۱). انسان با انتخاب غذا می‌تواند سلامتی خود را در معرض خطر قرار دهد یا موجب ارتقای آن گردد. در سال‌های اخیر شاهد پدیده‌ای با عنوان «گذار تغذیه» در بین جوامع مختلف بوده‌ایم. این پدیده که به عنوان پدیده‌ای جهانی به صورت بسیار گسترده مورد مطالعه قرار گرفته است، به نوعی باید گفت که در الگوی تغذیه سنتی، افراد برای رفع گرسنگی به مصرف غذاها روی می‌آوردند ولی در الگوی تغذیه جدید، انتخاب نوع غذای افراد تحت تأثیر تلویزیون و عوامل فرهنگی مختلف مانند مد می‌باشد (۳۷). بدین ترتیب فرهنگ ظاهرسازی تبدیل به ملاکی ارزنده در جامعه می‌شود که در واقعیت یک ضد ارزش است.

در همین راستا پس از تجمیع و خلاصه‌سازی مصاحبه‌های مرتبط در این حوزه، ۴۰ واحد تلخیص شده بدست آمد اطلاعات نشان می‌دهد که در مجموع تأثیرات رسانه ماهواره بر عادات غذایی عمدتاً در جنبه منفی آن بیشتر از سایر مؤلفه‌های اثرگذار بر آن است. در این رابطه می‌توان به مواردی مانند غافل شدن از بحث سلامتی در عادات غذایی با تأثیرپذیری از برنامه‌های ماهواره خارجی و کم

استفاده کردن از غذاهای محلی و مفید برای سلامتی، ترویج انواع مدل‌های رژیم‌های غذایی متنوع و پرهزینه توسط رسانه‌ها به ویژه ماهواره و عدم تطابق آن با وضعیت اقتصادی، اجتماعی و جغرافیایی خانواده‌ها و ... اشاره کرد که توسط مصاحبه‌شوندگان مورد تأکید بوده است. در مواردی مصاحبه‌شوندگان بر این موضوع اذعان کرده‌اند که ماهواره خارجی و تلویزیون داخلی به یک میزان بر عادات غذایی در میان زنان تأثیر داشته‌اند. به عنوان مثال می‌توان به تغییر عادات و رژیم غذایی به تأثیر از روند جهانی شدن و ارزش‌گذاری آن به سمت فرم و مدیریت بدن از سوی تلویزیون داخلی و خارجی (به صورت پنهان یا آشکار) در این زمینه اشاره کرد که برخی از مصاحبه‌شوندگان بر آن تأکید داشته‌اند. نگاه ابزاری و اقتصادی به مقوله عادات غذایی در دنیا در قالب نظام اقتصاد سرمایه‌داری، مقوله دیگری است که برخی از مصاحبه‌شوندگان آن را بیان داشته‌اند. تأکید برخی از مصاحبه‌شوندگان بر مقوله‌هایی مانند تغییر نگرش‌ها و ذائقه غذایی با هدف سودآوری بیشتر برای صاحبان و مدیران شبکه‌های رسانه‌ای به ویژه ماهواره گواهی بر این ادعاست. به همین ترتیب ضعف تلویزیون داخلی و عوامل اجتماعی اقتصادی مقوله‌های دیگری هستند که از نگاه مصاحبه‌شوندگان بر عادات غذایی زنان تأثیر می‌گذارد. مقوله‌های نهایی در این حوزه به همراه فراوانی و درصد آن در جدول شماره ۷ آمده است.

جدول ۷- مقوله‌های نهایی حوزه محتوایی «عادات غذایی»

ردیف	مقوله‌های نهایی	فراوانی	درصد
۱	تأثیرات تلویزیون ماهواره	۱۶	۴۰,۰۰
۲	تأثیرات یکسان ماهواره و تلویزیون داخلی	۹	۲۲,۵۰
۳	نظام اقتصاد سرمایه‌داری	۹	۲۲,۵۰
۴	ضعف تلویزیون داخلی	۵	۱۲,۵۰
۵	عوامل اجتماعی اقتصادی	۱	۲,۵۰
۶	مجموع	۴۰	۱۰۰,۰۰

«عادات غذایی»

کدگذاری مقوله‌های انتخابی نهایی

داخلی، تأثیرات تغییر نظام اجتماعی کشور، تفکرات اومانیستی و سرمایه‌داری، تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی و عوامل اجتماعی اقتصادی در اولویت‌های اول تا آخر تأثیرگذاری بر ارزش‌های فرهنگی اجتماعی سبک زندگی زنان و جهت‌گیری آن‌ها قرار دارد. جدول شماره ۸ فراوانی و درصد مقوله‌های کلی نهایی را نشان می‌دهد.

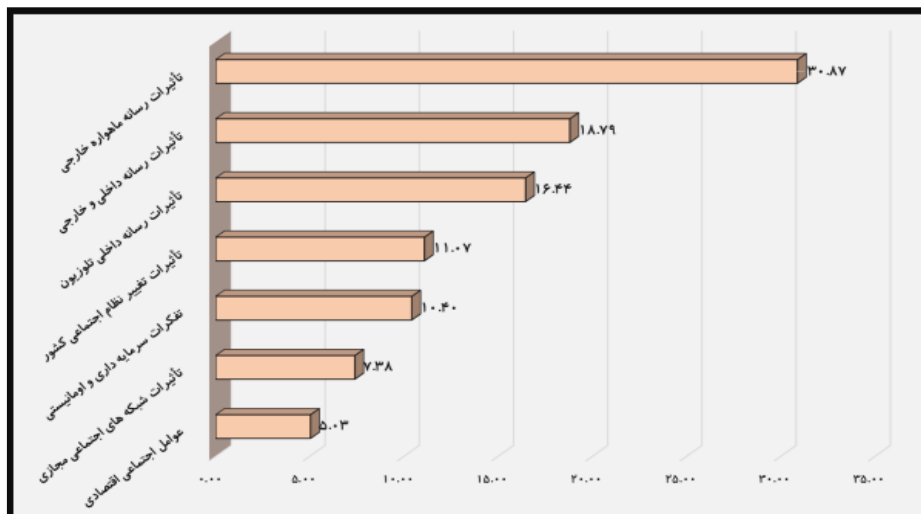
در آخرین مرحله از فرآیند تحلیل محتوای کیفی این پژوهش، کلیه مقوله‌های محوری بدست آمده از مصاحبه‌های انجام یافته بر حسب فراوانی، تجمیع و در جدولی منتقل شد؛ سپس مقوله‌های انتخابی بصورت کلی و نهایی از تجمیع و ادغام مقوله‌های جزئی‌تر دارای وجه اشتراک بین آن‌ها، استخراج شد. بدین ترتیب تأثیرات تلویزیون خارجی، تأثیرات همزمان تلویزیون داخلی و خارجی، تأثیرات تلویزیون

جدول ۸- نتایج مراحل کدگذاری انتخابی مقوله‌های نهایی بر حسب فراوانی

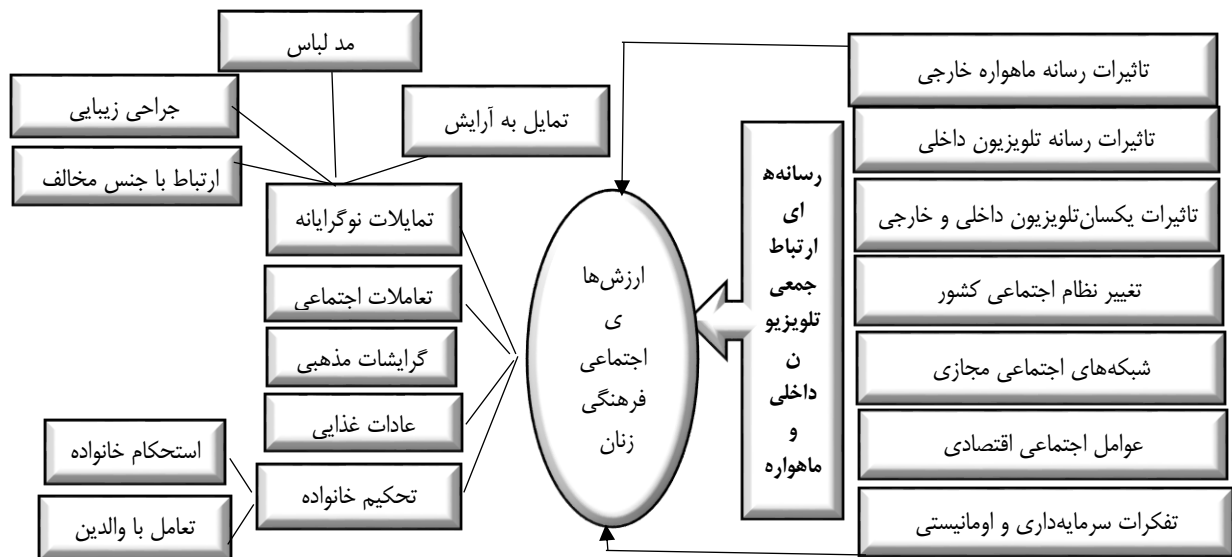
فراوانی	مقوله‌های گزینشی نهایی	فراوانی	مقوله‌های محوری نهایی	ردیف
۹۲	تأثیرات رسانه ماهواره خارجی	۹۲	تأثیرات تلویزیون خارجی	۱
۴۹	تأثیرات تلویزیون داخلی	۱۳	تأثیرات تلویزیون داخلی	۲
		۳۶	تأثیرات ضعف تلویزیون داخلی	۳
۵۶	تأثیرات تلویزیون داخلی و خارجی	۵۳	تأثیرات یکسان تلویزیون داخلی و خارجی	۴
		۳	پیشرفت تکنولوژی رسانه	۵
۳۳	تأثیرات تغییر نظام اجتماعی کشور	۱۱	تأثیرات تغییر نظام اجتماعی کشور	۶
		۱۲	تأثیرات نظام مردسالارانه در کشور	۷
		۱۰	تغییرات سبک زندگی	۸
۲۲	تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی	۱۱	ماهواره و شبکه‌های اجتماعی	۹
		۱۱	تأثیرات شبکه‌های اجتماعی	۱۰
۳۱	تفکرات سرمایه‌داری و اومانیستی	۷	تفکرات اومانیستی غربی	۱۱
		۲۴	تأثیرات نظام سرمایه‌داری	۱۲
۱۵	عوامل اجتماعی اقتصادی	۷	وضعیت معیشت اقتصادی	۱۳
		۲	نهادهای تربیتی و آموزشی	۱۴
		۴	نسبی بودن مقوله دینداری	۱۵
		۲	سطح آگاهی و بینش	۱۶
۲۹۸	مجموع	۲۹۸	مجموع	۱۷

«ارزش‌های اجتماعی فرهنگی زنان»

در ادامه به منظور نمایش واضح‌تر میزان تأثیرگذاری مقوله‌های اصلی بر ارزش‌های فرهنگی اجتماعی سبک زندگی زنان، ارقام مربوط به فراوانی به درصد تبدیل شده و در نمودار شکل ۳ نشان داده شده است.



شکل ۳- نمودار اولویت‌بندی مقوله‌های انتخابی نهایی تأثیرگذار بر سبک زندگی ارزش‌های فرهنگی اجتماعی زنان (به درصد)



شکل ۴- مدل مفهومی و پارادایمی پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش بیشتر به منظور شناسایی مقوله‌های دیگر اثرگذار بر جهت‌گیری ارزش‌های فرهنگی اجتماعی سبک زندگی زنان در کنار نقش تلویزیون انجام گرفته است. با عنایت به نتایج پژوهش می‌توان گفت بحث ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی اجتماعی در فضای از پیشرفت‌های تکنولوژی رسانه‌ای شکل جدیدی به خود گرفته است. ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی سبک زندگی زنان شهر مهاباد نیز از این قاعده مستثنی نبوده و با گرایش فزاینده زنان به استفاده از رسانه‌های جمعی از جمله ماهره خارجی، ارزش‌های فرهنگی اجتماعی آن‌ها به ویژه در ارزش‌هایی مانند تمایل به ارزش‌های نوگرایانه، تعاملات اجتماعی، استحکام خانواده، عادات غذایی و گرایش‌های مذهبی تأثیرگذار بوده است؛ بنابراین جمع‌بندی و خلاصه تحلیل محتوای یافته‌های پژوهش در پنج حوزه محتوایی به تأثیر از وجوه مشترک بین متغیرها را می‌توان به شرح زیر دانست: -تمایل به ارزش‌های نوگرایانه در میان زنان به ترتیب اولویت با پدیدار شدن مقوله مصرف ماهره خارجی، اثرات یکسان ماهره خارجی و تلویزیون داخلی، رسانه تلویزیون داخلی، نظام اقتصاد سرمایه‌داری، تغییرات نظام اجتماعی، نظام مردسالارانه و ضعف تلویزیون داخلی ارتباط تنگاتنگی داشته و از آن‌ها تأثیر می‌پذیرد. -ارزش‌های تعاملات اجتماعی زنان به ترتیب اولویت با مقوله‌های استخراج از مصاحبه‌ها که عبارتند از مصرف رسانه ماهره خارجی، اثرات یکسان

ماهره خارجی و تلویزیون داخلی، ماهره و شبکه‌های اجتماعی، تفکرات اومانستی غرب، ضعف تلویزیون داخلی، عوامل اجتماعی اقتصادی، تغییرات سبک زندگی و شبکه‌های اجتماعی مجازی ارتباط دارد.

-ارزش‌های تحکیم خانواده به ترتیب اولویت با مقوله‌های پدیدار شده از مصاحبه‌ها که عبارتند از مصرف برنامه ماهره خارجی، اثرات

یکسان ماهره خارجی و تلویزیون داخلی، ضعف تلویزیون داخلی، تغییرات سبک زندگی، ماهره و شبکه‌های اجتماعی مجازی، نظام مردسالارانه، نهادهای تربیتی و آموزشی و تفکرات اومانستی ارتباط دارد.

-ارزش‌های گرایش‌های مذهبی در میان زنان به ترتیب اولویت با مؤلفه‌های مصرف رسانه ماهره خارجی، ضعف تلویزیون داخلی، تأثیرات یکسان تلویزیون داخلی و خارجی، نسبی بودن مقوله دینداری، ماهره و شبکه‌های اجتماعی، نظام اقتصاد سرمایه‌داری، عوامل اقتصادی اجتماعی و سطح آگاهی و بینش ارتباط داشته و از آن تأثیر می‌پذیرد.

- ارزش‌های عادات غذایی زنان به ترتیب اولویت با مقوله‌های مانند مصرف تلویزیون ماهره خارجی، تأثیرات یکسان تلویزیون داخلی و خارجی، نظام اقتصاد سرمایه‌داری، ضعف تلویزیون داخلی و عوامل اجتماعی اقتصادی رابطه داشته و از آن تأثیر می‌پذیرد.

با توجه به نتایج پژوهش می‌توان گفت یافته‌های این پژوهش همسو با تئوری‌ها اندیشمندان مکتب انتقادی و دیدگاه گربنر مورد تأیید قرار می‌گیرد. بر پایه مفروضات نظری این دیدگاه‌ها می‌توان استنباط کرد، تلویزیون خارجی جایگاه خاصی در تغییرات ارزش‌ها زنان و شکل‌دهی به سبک زندگی آنان دارند. از این رویکرد صنعت فرهنگ به نوعی به تحمیل و استبداد فکری و روحی افراد در جامعه به صورتی اجباری دست می‌زند و محتوی تمام جلوه‌های فرهنگی را به صورتی یکسان ارائه می‌کند تا افراد را به شکلی یکسان و واحد در آورد (۲۸). چنانکه مارکوزه تکنولوژی مدرن را ابزار کنترل، سلطه و تولید نیاز کاذب تلقی می‌کند که منجر به ایجاد فرهنگ توده می‌شود و افراد را در الگوهای مسلط فکری و رفتاری گرفتار می‌کند (۲۹). همچنین پژوهش حاضر در جدول شماره (۳) نشان داد علاوه بر تلویزیون خارجی، تلویزیون داخلی نیز در ترویج ارزش‌های نوگرایانه غربی تأثیرگذار است. در واقع افراد مصاحبه شونده که این مقوله را مورد تأکید قرار داده‌اند، معتقد هستند که ماهره خارجی و تلویزیون

بیشتر در جهت مختل و مخدوش کردن چرخش‌های معنایی ارزش‌های دینی و کارکرد آن اقدام کنند در این زمینه مصاحبه‌شوندگان بر مواردی مانند نگاه ابزاری و کالا گونه رسانه ماهواره از جنبه جنسی تحت شعار حقوق زنان و برابری‌های جنسیتی اشاره کردند. ضعف تلویزیون داخلی مقوله دیگری است که بر ارزش‌های گرایش‌های مذهبی تأثیر داشته و سمت و سوی آن را تغییر می‌دهد؛ به عنوان مثال می‌توان به این مقوله اشاره کرد که تلویزیون داخلی به دلیل ساختار ایدئولوژیک و بسته، نمی‌تواند چالش‌های دینی را به صورت گسترده مطرح کند اما ماهواره این کار را می‌کند. گروهی از مصاحبه‌شوندگان نیز بر مواردی مانند عدم همخوانی الگوهای ارزشی ارائه شده در تلویزیون داخلی و خارجی با ارزش‌های دینی و سنتی زنان کشور و ارائه الگوهای دینداری از سوی ماهواره و تلویزیون داخلی با محتوای یکسان اما با اشکال نمایش متفاوت در قالب تأثیرات یکسان تلویزیون خارجی و داخلی بر گرایش‌های مذهبی تأکید می‌کنند. نتایج پژوهش در راستای دیدگاه گیدنز (۲۰)، دریدا (۲۲) و گریبیر مبنی بر نقش وسایل ارتباط جمعی دیداری مثل تلویزیون، در تعمیق جهان‌بینی، آموزش و درونی کردن ارزش‌های رایج و مورد نظر (۱۹) مورد تأیید قرار می‌گیرد. از دیگر مظاهر فرهنگی اجتماعی که در این پژوهش مد نظر قرار گرفت تغییر عادات غذایی به تأثیر از تلویزیون داخلی و خارجی بود. نتایج جدول شماره (۷) نشان داد در مجموع تأثیرات تلویزیون خارجی بر عادات غذایی عمدتاً در جنبه منفی آن بیشتر از سایر مؤلفه‌های اثرگذار بر آن است. در مواردی برخی از مصاحبه‌شوندگان بر مقوله‌هایی مانند تغییر نگرش‌ها و ذائقه غذایی با هدف سودآوری بیشتر برای صاحبان و مدیران شبکه‌های رسانه‌ای به ویژه ماهواره و همچنین عدم توجه به مقوله سلامت ناشی از تغذیه و توجه صرفاً به سودآوری در ترویج تغییرات عادات غذایی گواهی بر این ادعاست. پژوهش‌حسینان و دیگران (۱۱) همچنین مطالعات زیدی و همکاران (۱۵) در ارتباط با تأثیر رسانه‌های جمعی بر ارزش‌های فرهنگی اجتماعی عادات غذایی زنان هم راستا و مشابه با نتایج این پژوهش در ارتباط با نقش تلویزیون و ماهواره است.

در این راستا نتایج نهایی پژوهش همانطور که در جدول شماره (۸) نشان می‌دهد تنها استفاده از برنامه‌های تلویزیون داخلی و یا ماهواره خارجی نمی‌تواند به عنوان شکل‌دهنده سبک زندگی ارزش-ها و هنجارهای فرهنگی اجتماعی زنان بوده و به آن سمت‌وسو دهند، بلکه در کنار این دو عامل پایه‌ای، عوامل عمده‌ای دیگری از جمله ضعف تلویزیون داخلی، تغییرات نظام اجتماعی کشور، تفکرات سرمایه‌داری و اومانیستی حاکم بر دنیا به تأثیر از فرآیند جهانی شدن، تنوع و کثرت شبکه‌های اجتماعی مجازی و سایر عوامل اجتماعی اقتصادی مانند وضعیت اقتصادی و معیشت یا سطح آگاهی و بینش زنان تعیین کننده جهت‌گیری‌های ارزشی سبک زندگی زنان در جامعه شهر مهاباد است؛ علاوه بر این در ارتباط با اعتبار نتایج پژوهش باید به محدودیت سنجش ارزش‌ها از جمله دین‌داری که یکی از مسائل چالش برانگیز و مورد توجه پژوهشگران حوزه دین و ارزش‌ها می‌باشد اشاره کرد؛ چنانکه وجود این ارزش‌ها و گوناگونی

داخلی به یک میزان اما به اشکال متفاوت بر تمایل به ارزش‌های نوگرایانه در میان زنان تأثیرگذار هستند چنانکه یافته‌های پژوهش در این زمینه با نتایج پژوهش‌های موسوی و کمال‌الدینی (۱۲)، یوری و صلواتیان (۱۳)، ساعی و همکاران (۱۴)، زیدی و همکاران (۱۵) و دیدگاه بودریار در بحث حادواقعی که که آنرا محصول رسانه‌های جمعی می‌داند (۲۵)، همچنین دیدگاه کلنر (۲۷) و نگرش فمینیست‌ها با استدلال اینکه نیاز زنان به زیبا بودن و شیء‌سازی کاذب به وسیله منابعی هم‌چون رسانه‌ها و تبلیغات ساخته می‌شود (۲۴). همسو و مشابه می‌باشد. به عنوان مثال در میان زنان شهر مهاباد از نگاه مصاحبه‌شوندگان یکی از ایده‌های پرقوت در برنامه‌های ماهواره و حتی تلویزیون داخلی زیبایی در لباس‌هایی که نمایش هر چه بیشتر از اندام‌های زنانه داشته باشد تعریف می‌شود. بر پایه مفروضات نظری مک‌کومز و شاو می‌توان استنباط کرد، مسائل ارزشی سبک زندگی زنان همان موضوع‌هایی هستند که رسانه‌ها خصوصاً ماهواره خارجی آن‌ها را برجسته کرده‌اند و در چارچوبی که از پیش ساخته‌اند بر آنان تحمیل می‌کنند (۳۰) در واقع تلویزیون پیوندهای گفتمانی خود را بر اساس آنچه در گفتمان‌های هژمونیک شده غربی به عنوان معرفت بنیادین تلقی می‌شود، القا و برجسته می‌کند. چنانکه در حوزه تعاملات اجتماعی مصاحبه‌شوندگان در همین راستا عنوان کردند که ترویج تفکرات اومانیستی و فردگرایی توسط تلویزیون خارجی و شبکه‌های اجتماعی مجازی و حتی تلویزیون داخلی، منجر به کاهش تعاملات اجتماعی و به نوعی عدم وابستگی زنان از همدیگر می‌شوند. این تفکر، آموزه‌هایی مانند عدم مشورت و هم‌فکری با همسایگان، آشنایان و خویشان را ترویج داده و به این ترتیب موجب کاسته شده تعاملات اجتماعی می‌شود در این زمینه مطالعات کروات، پترسون، لاندمارک و همکاران (۱۷) نتایج این پژوهش را در جدول شماره (۴) در رابطه با تأثیر رسانه‌های جمعی بر کاهش ارزش‌های تعاملات اجتماعی زنان مورد تأیید قرار می‌دهد.

نتایج پژوهش در جدول شماره (۵) در حوزه تحکیم خانواده، از نگاه مصاحبه‌شوندگان، نشان داد تأثیرات تلویزیون ماهواره بیشترین تأثیرات را در کاهش ارزش‌های خانوادگی زنان شهر مهاباد ایفا می‌کند. در این راستا مصاحبه‌شوندگان بر تبلیغ ارزش‌های مانند روابط غیر متعارف به ویژه خیانت به شکل عادی و شکل‌گیری روابطی مانند ازدواج سفید، روابط آزاد دختر و پسر، روابط مثلثی توسط رسانه ماهواره تأکید داشتند. از نظر آنها ارزش‌های تعاملات اجتماعی القا شده به زنان بیشتر به رابطه با جنس مخالف رقم می‌خورد که الزاما تشکیل زندگی مشترک و زندگی زیر یک سقف معنا پیدا نمی‌کند؛ به عبارتی رابطه مطلوب میان جنسیتی برای هویت مطلوب زنانه رابطه‌ی دوستی آزاد، موقتی، دلبخواهی و بدون تعهد رسمی تصویر می‌شود. نتایج پژوهش در این حوزه با مفروضات نظری اینگلههارت (۱۸)، گیدنز (۲۱) و استول (۱۶) مورد تأیید قرار می‌گیرد.

نتایج پژوهش در جدول شماره (۶) در حوزه گرایش‌های مذهبی از طرف مصاحبه‌شوندگان گویای آن بود رسانه‌ها بالأخص تلویزیون خارجی در رویکرد جهانی شدن جوامع سعی می‌کنند با توجه به تکنیک‌های واسازی و بزرگنمایی ارزش‌های سبک زندگی جهانی

مشارکت کردند محقق به آنها اطمینان داد که دیدگاه و نظر آنان محرمانه خواهد بود.

پیروی از اصول اخلاقی پژوهش

این پژوهش برگرفته از پایان‌نامه دکتر است ملاک‌ها و تمام نکات اخلاقی شامل رازداری، در اولویت بودن سلامت روان‌شناختی شرکت‌کنندگان، امانت‌داری، دقت در استناددهی، قدردانی از دیگران، رعایت ارزش‌های اخلاقی در گردآوری داده‌ها، رعایت حریم خصوصی شرکت‌کنندگان توسط پژوهشگر مدنظر قرار گرفته است.

حامی مالی

تمام منابع مالی و هزینه پژوهش و انتشار مقاله بر عهده نویسنده اول مقاله (دانشجوی دکتری) بوده و هیچ‌گونه حمایت مالی دریافت نشده است.

مشارکت نویسندگان

مقاله برگرفته از رساله دکتر می‌باشد. نویسنده اول دانشجوی مقطع دکتری رشته جامعه‌شناسی فرهنگی است، نویسنده دوم استاد راهنمای رساله و نویسنده مسؤل مقاله می‌باشد. نویسنده سوم استاد مشاور رساله است.

تعارض منافع

این نوشتار برگرفته از پایان‌نامه دکتر تحت عنوان « تحلیل محتوای کیفی آسیب‌شناسی تلویزیون، بر نحوه سبک زندگی ارزش‌های فرهنگی اجتماعی زنان » است (گروه علوم اجتماعی- جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات، علوم انسانی و اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران) است و با منافع شخصی یا سازمانی منافات ندارد.

آن در سایر ارزش‌های فرهنگی اجتماعی بر دشواری این موضوع در روش کیفی (ادراکات، احساسات، تعصبات و سوگیری‌های جانبدارانه...) می‌افزود. در نهایت با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهادهایی البته با اتکا به نظرات پاسخگویان مصاحبه‌شونده به شرح زیر ارائه می‌شود:

- ارتقای توانمندی‌ها و ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل بانوان به شیوه‌ای برنامه‌ریزی شده در تلویزیون و رسانه‌های ارتباطی و همچنین حذف ارزش‌های کلیشه جنسیتی در برگزاری انواع مراسم و برنامه‌های مختلف به منظور ایجاد و نهادینه کردن مسأله خودباوری و در نتیجه گرایش کمتر زنان به سبک زندگی ارزش‌ها فرهنگی اجتماعی غرب.
- کم‌رنگ کردن ارزش‌های فرهنگ غلط مصرف‌گرایی و مدگرایی در تلویزیون داخلی و رسانه ملی از طریق ارائه برنامه‌های مختلف با نمایش شخصیت‌های رسانه‌ای و محبوب در چارچوب فرهنگ و ارزش‌های سنتی و اصیل.
- توسعه فرهنگ ایرانی در قالب غذاهای بومی و سنتی متناسب با فرهنگ ایرانی و ایجاد پیوستگی میان آنها در برنامه‌های سبک زندگی تغذیه‌ای رسانه ملی که پیشنهاد می‌شود مدیران و تولیدکنندگان رسانه آن را در نظر داشته باشند.
- بازیابی و کاربرد ارزش‌های فرهنگی- اجتماعی در زندگی زنان با هدف معناکاوی و تعدیل ارزش‌های مذهبی و مدرن و سنتی و مسائل مربوط به تحکیم خانواده در کلیه برنامه‌های تلویزیونی اعم از میزگردها، فیلم‌ها و سریال‌های آن، جهت حل تعارض و سوق ندادن آن‌ها به سوی شبکه‌های ماهواره‌ای خارجی.

ملاحظات اخلاقی

در پژوهش حاضر به مصاحبه‌شوندگان آگاهی لازم جهت مشارکت در مصاحبه داده شد و همه آنها با رضایت خود در پژوهش

Reference

- 1- Englis D. Culture and Everyday Life. translated by Ali Baseri,(2021). Janan Najafi. first edit. Andisheh Ehsan Publications. 2002.
- 2- Bakhtiarifar A. 'A Sociological Study of Economic and Social Class on the Value System of Women in Isfahan', Scientific-Social Research Journal of Islamic Azad University, Shushtar Branch Eleventh Year, 2017, 3(39), 177-206.
- 3- Cohen B. Fundamentals of Sociology. translated by Gholamabbas Tavassoli and Reza Fazel (2002). 13th editi. Tehran, Samat Publications. 1998.
- 4- Faramarziani S, Hashemi S, Farhangi A, 'Faramarziani S, Hashemi S, Farhangi A. "The Role of Virtual Media in Changing Social Values with Emphasis on Telegram and Facebook Social Networks', Social Development Quarterly, 2016. 10(4), 123-148.
- 5- Gholizadeh A, Ismaili MP. 'Women's Cultural Pathology with Emphasis on Cultural Productions of Different Iranian TV Networks (From the Perspective of Female Students of Islamic Azad University, Khoraskan Branch, 2006-2007 Academic Year', Knowledge Chapter and Research Paper. Educational, 2007. 16, 19-40
- 6- Azad Armak T, Mohammadi J. 'Women and TV series', Women's Research, 2006, 4(4), 67-94.
- 7- Story J. Cultural Studies on the Public. translated by Hossein Payendeh. (2016), third edition, Tehran: Ad Publishin. 1992.
- 8- Noelle-Neuman E. 'The spiral of silence a theory of public opinion', Journal of communication, 1974, 24(2), 43-51.
- 9- Bahonar N, Jafari Kizqan T. 'Television and its Implications for Iranian Cultural Identity', Cultural Research Quarterly, 2010, 3(4), 131-156
- 10- Akbarzadeh jahromi S, Ahmadi A. 'Typology of Virtual Identity of Iranian Kurdish Women on Instagram', Quarterly Journal of Culture-Communication Studies, 2020, 52(84), 111-144
- 11- Hassanian G, Banihashemi SM, Sobhani A. 'Socio-cultural learning through food programs of "Me and You" and "Jamfood" satellite networks', Scientific Quarterly of the Fourteenth, 2020, 4(36), 123-160.
- 12- Mousavi S, Kamalaldini M. 'Symbolic reproduction of society's values about women in Television', Journal of Iranian Social Development Studies, 2009, 1(4), 135-154.
- 13- Yavari B, Salavatian S. 'Identification and classification of cultural and social harms caused by the use of satellite serials using the meta-combined method', Cultural Strategy Quarterly, 2017,10(39), 158-182.
- 14- Saei M, Heidari H, Saei A. 'Study and Analysis of Changes in Youth Social Values with Emphasis on the Role of Satellite Televisions', Quarterly Journal of Cultural Studies and Communication, 2015, 11(41), 132-152.
- 15- Zaidi S, Aziz SSZ, Muhammad Akrm N. 'Impact of Television Food Channels on Society', Global Journal of Mangement and business Research, 2012, 12(17), 66-74.
- 16- Janadaleh A, Rahnama M. Pathological representation of new media in family studies" (meta-analysis of published articles on the impact of new media on the family). Quarterly Journal of New Media Studies, 2018, 14(16), pp. 40-1.
- 17- Kraut R. et al. 'Kraut, R, Paterson, M, Lundmark, V&Scherili, W(1998),Internet Paradox:A Social technology that recurds social involvement and Psychological wellbeing?', American Psychologist, 1998, 53(9), 10-17.
- 18- Yousefi N. The role of television in generational relations (with emphasis on cultural values)- Theoretical and experimental study. first edit. Tehran, Jihad Keshavarzi Institute of Humanities and Social Sciences. 2004.
- 19- Rahmani G, Vahida F, Ismaili R. 'Study of cultural changes due to the use of satellite media in the field of family values (Case study: families of Farashband Fars city in 2014-2015)', Journal of Cultural Protection of the Islamic Revolution,2016, 6(1), 1-32.
- 20- Giddens A. Consequences of modernity. Translation, Mohsen Thalasi,. Second Edi. Tehran Markaz Publishing. 2005.

- 21- Heidari H. *Sociological study of the impact of virtual social networks on relationships between couples (Case study: Tehran)*. *Quarterly Journal of Socio-Cultural Development Studies*, 2020, 9(2), 90-67
- 22- Derrida J. 'Faith and Knowledge; the Tow Sourcs of Relegation Ellui J'. 1998.
- 23- Ritters J. *Sociological Theory*. translated by Houshang Naebi. first edition, Tehran: Ney Publishing. 2016.
- 24- Ikhlesi E. *An Introduction to the Sociology of the Body*. First Edit. Sociologists Publications. 2018.
- 25- Ritzer J. *Fundamentals of Contemporary Sociological Theory*. translated by Shahnaz Mesmiparast'. third edition, Tehran: Third Edition. 2015.
- 26- Bichranloo A, Salavatian S, Lajevardi A. 'Representing the Lifestyle of Young Iranian Women on Instagram', *Quarterly Journal of the Iranian Association for Studies and Communication*, 2019, 15(56), 112-140.
- 27- Mehdizadeh S. *Media Theories, Common Thoughts and Critical Views*. 8th Editio. Tehran Hamshahri Publications. 2020.
- 28- Ebrahimi Minagh J, Amiri M, Ameri M. 'Frankfurt School and Critical Theory (Opinions and Theory)', *Social Science Research Journal*, 2008, 1(4), 65-86.
- 29- Bagheridehabadi A. 'A Study of Approaches and Dimensions of Technology Hegemony over Human Beings', *Journal of Media and Culture, Institute of Humanities and Cultural Studies*, 2014, 4(1), 1-28.
- 30- Hakim Ara M, Saei M, Nateghi A. 'he Challenges of Theoretical Media in the Transition from Traditional Media to New Media: Twitter Trend in TV Competitions', *Quarterly Journal of Visual and Audio Scientific Media*, 2016, 14(2), 7-33.
- 31- Tabrizi M. 'Qualitative content analysis from the perspective of deductive and inductive approaches', *Qualitative content analysis from the perspective of deductive and inductive approaches*, 2012, 64(36), 103-138.
- 32- Blake N. *Social Research Design*. translated by Hassan Chavoshian. Tehran, Ney Publishing, 2005, 418.
- 33- Ezkia M, Ahmadrash R, Partazian K. *Qualitative research methods from theory to practice*. first edit. Kayhan Publications. 2017.
- 34- Bagheri M, Sediq Orei G, Yousefi A. 'The Problem of Social Interaction in Iranian Society', *Quarterly Journal of Social Issues in Iran*, Tenth Year, 2016, 1, 53-80.
- 35- Emami P, Hashemianfar SA, Haghghatian M. 'Explaining the relationship between modernity and family orientation in Isfahan', *Sociology of Social Institutions*, 2018, 5(11), 227-251.
- 36- Elmi G, Changi Ashtiani M. 'Elmi, Ghorban, Changi Ashtiani, Maryam (2013), A Study of the Meaningful Function of Religion in Allameh Tabatabai's Thought', *Bi-Quarterly Journal of Religious Anthropology*, 2013, 10(30), 5-25.
- 37- Golabi F, Aghayari Hir T, Moidfar S. The role of media in nutritional behaviors and related social context: Citizens over 15 years of age in Tabriz, *Appl. Sociol.*, 2015, 61(1), 27-42.