

۱۴۱۸۹۴۳



**بررسی تأثیر سواد رسانه ای در مقابله با سبک زندگی
شبکه های ماهواره ای**

تالیف:

مرحمت سلماسی



سرشناسه	: سلماسی، مرحمت، ۱۳۴۲ -
عنوان و نام پدیدآور	: بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای در مقابله با سبک زندگی شبکه‌های ماهواره‌ای/ تالیف
مشخصات نشر	: تهران: آزاد اندیشان، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۲۵۴ ص، جدول، نمودار(رنگی).
شابک	: 978-600-5157-94-9
وضعیت فهرست نویسی	: قیما
موضوع	: شبکه تلویزیونی من و تو -- نمونه پژوهی
موضوع	: شبکه تلویزیونی جم -- نمونه پژوهی
موضوع	: GEM TV -- Case studies
موضوع	: تلویزیون -- بخش برنامه‌های فارسی -- جنبه‌های اجتماعی -- نمونه پژوهی
موضوع	: Television broadcasting, Iranian -- Social aspects -- Case studies*
موضوع	: سواد رسانه‌ای -- ایران
موضوع	: Media literacy -- Iran
موضوع	: سبک زندگی -- ایران
موضوع	: Lifestyle -- Iran
رده بندی کنگره	: HE۸۷۰۰/۴ (س) ۴۰۳۹۶
رده بندی دیویی	: ۳۸۴/۵۵۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۷۹۱۶



www.azadandishanbook.com

نام کتاب: بررسی تأثیر سواد رسانه ای در مقابله با سبک زندگی شبکه های ماهواره ای

تألیف: مرحمت سلماسی

ناشر: انتشارات آزاداندیشان

شمارگان: 200 نسخه

چاپ / صحافی: / پرهان / بهشت نوین

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۵

قیمت: 50000 ریال

شابک: 9-94-۵۱۵۷-۶۰۰-۹۷۸

حق چاپ برای ناشر محفوظ می باشد. متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

مرکز پخش: تهران، خیابان کارگر جنوبی، بین روان مهر و لبافی نژاد، کوچه سرود، پلاک ۱۰، واحد ۴.

تلفن: ۶۶۴۸۲۶۸۳ - ۶۶۹۵۲۳۴۵، تلفکس: ۶۶۹۶۷۰۰۰

فهرست مطالب

۱۳	چکیده
۱۵	فصل اول
۱۵	کلیات تحقیق
۱۶	۱-۱- مقدمه
۱۹	بیان مسئله
۲۲	اهمیت و ضرورت تحقیق
۲۵	اهداف تحقیق
۲۵	۱-۲-۱- هدف کلی
۲۵	۱-۲-۲- اهداف فرعی
۲۵	سوالات تحقیق
۲۶	فرضیه های تحقیق
۲۶	تعاریف مفهومی و عملیاتی
۲۹	فصل دوم
۲۹	مروری بر ادبیات تحقیق و پیشینه تحقیق
۳۰	۱-۲- پیشینه تحقیق
۳۰	۱-۱-۲- پیشینه تحقیق در ایران
۳۸	۲-۲- چارچوب نظری
۳۸	۱-۲-۲- سواد رسانه ای از نظر هابز
۳۹	۲-۲-۲- سواد رسانه ای از نظر تامن
۴۱	۳-۲-۲- نظریه استفاده و خشنودی
۴۲	۴-۲-۲- سبک زندگی از دیدگاه بورديو
۴۵	۵-۲-۲- جان فیسک: مقاومت مصرف کننده
۴۷	بخش اول
۴۷	سواد رسانه ای
۴۸	۱-۱-۲- مقدمه

- ۴۹..... ۲-۱-۲- تعریف سواد رسانه ای
- ۵۰..... ۳-۱-۲- تاریخچه
- ۵۲..... ۴-۱-۲- هدف سواد رسانه ای
- ۵۳..... محدود کردن انتخاب ها
- ۵۳..... ۲-۴-۱-۲- تقویت تجربه
- ۵۴..... ۵-۱-۲- اهمیت سواد رسانه ای
- ۵۶..... ۶-۱-۲- عناصر سواد رسانه ای
- ۵۶..... دسترسی
- ۵۶..... تحلیل
- ۵۷..... ارزیابی
- ۵۷..... ایجاد محتوا
- ۵۸..... ویژگی های سواد رسانه ای
- ۵۸..... سواد رسانه ای مقوله نیست
- ۵۹..... سواد رسانه ای چند بعدی است
- ۵۹..... رویکردهای سواد رسانه ای
- ۵۹..... رویکرد زیبایی شناختی
- ۶۰..... رویکرد اجتماعی - فرهنگی
- ۶۰..... رویکرد سیاسی
- ۶۱..... ۲-۱-۸-۴- رویکرد اقتصادی
- ۶۲..... اصول سواد رسانه ای
- ۶۲..... رسانه ها عرضه کننده وقایع طراحی شده و گزینشی هستند.
- ۶۲..... واقعیات محصول تصویرگری رسانه ها هستند.
- ۶۳..... مخاطب از مفاهیم رسانه ها ادراک متفاوتی دارد.
- ۶۳..... تصویر سازی رسانه ها اهداف تجاری دارد.
- ۶۳..... پیام رسانه ها ایدئولوژیک است.
- ۶۴..... پیام رسانه ها دارای نتایج سیاسی و اجتماعی است.
- ۶۴..... رسانه ها شکل زیبایی شناختی منحصر به فردی دارند.

- ۶۵..... مراحل کسب سواد رسانه ای
- ۶۵..... داشتن آگاهی کامل در خصوص استفاده از رسانه ها
- ۶۵..... نگاه منتقدانه به محتوای رسانه ها
- ۶۶..... تحلیل جنبه های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در رسانه ها
- ۶۶..... استفاده از رسانه برای تغییرات اجتماعی
- ۶۶..... سواد رسانه ای در جامعه
- ۶۷..... سواد رسانه ای و تفکر انتقادی
- ۶۸..... ۱-۲-۱۳- ضرورت افزایش سواد رسانه ای
- ۶۸..... ۱-۲-۱۳-۱- اشباع شدن از پیام های رسانه ای
- ۶۹..... ۱-۲-۱۳-۲- مدل قراردادی ناخودآگاهی
- ۷۰..... دام ها
- ۷۱..... ۱-۲-۱۱-۳- دام اول: خستگی ناشی از هجوم اطلاعات
- ۷۲..... ۱-۲-۱۳-۳- دام دوم: احساس آگاهی کاذب
- ۷۲..... ۱-۲-۱۳-۳- دام سوم: احساس کنترل کاذب و غیرواقعی
- ۷۳..... ۱-۲-۱۳-۴- دام چهارم: قابله اشتباه و ناقص
- ۷۴..... جمع بندی
- ۷۷..... بخش دوم
- ۷۷..... سبک زندگی
- ۷۸..... مقدمه
- ۸۰..... ۲-۲-۲- تعریف سبک زندگی
- ۸۱..... ۲-۲-۳- تاریخچه
- ۸۳..... ویژگی های سبک زندگی
- ۸۵..... عوامل ایجاد سبک زندگی
- ۸۶..... تحول در سبک زندگی
- ۸۷..... سبک زندگی به عنوان محصول باورها و ارزش ها
- ۸۸..... تأثیر امیال و غرایز در سبک زندگی
- ۸۹..... تأثیر وضعیت جغرافیایی و فضای اجتماعی در سبک زندگی

- ۸۹..... سبک زندگی و هویت انسانی
- ۹۰..... گستره سبک زندگی
- ۹۰..... سبک زندگی و رفتارهای موقتی یا موردی
- ۹۰..... تدریجی بودن حصول یا تغییر سبک زندگی
- ۹۱..... اقناعی و خودجوش بودن سبک زندگی
- ۹۲..... جامعیت سبک زندگی
- ۹۲..... بیان گزارانه بودن سبک زندگی
- ۹۳..... رویکردهای مصرف و سبک زندگی
- ۹۳..... منظر فرانکفورت
- ۹۳..... منظر مباله ای به مصرف
- ۹۴..... منظر پست مدرن به مصرف
- ۹۴..... سنت بیرمنگهام
- ۹۴..... رویکرد اقتصادی/انسان شناسانه
- ۹۵..... سبک زندگی و فراغت
- ۹۷..... سبک زندگی و بدن
- ۹۹..... خانه و نمایش سبک زندگی
- ۱۰۱..... آسیب های سبک زندگی ایرانیان
- ۱۰۱..... شکاف ظاهر و باطن
- ۱۰۱..... ۲-۲۱-۲-۲ کم خوانی (فرهنگ ضعیف مطالعه)
- ۱۰۲..... مصرف گرایی
- ۱۰۳..... تجمل گرایی
- ۱۰۳..... نقدگریزی و نافذ ستیزی
- ۱۰۴..... راه های ایجاد سبک زندگی مطلوب
- ۱۰۴..... تقویت آموزش های همگانی
- ۱۰۴..... اصلاح ساختارها
- ۱۰۵..... استفاده از رسانه های جمعی
- ۱۰۷..... ۲-۲۲-۴-۲ مروده با ملل و جوامع دیگر

۱۰۸	ترویج عزت فرهنگی
۱۰۸	اصلاح قوانین
۱۰۹	جمع بندی
۱۱۱	بخش سوم
۱۱۱	شبکه های ماهوارهای فارسی زبان
۱۱۲	۲-۳-۱- مقدمه
۱۱۴	۲-۳-۲- تاریخچه
۱۱۵	۲-۳-۳-۱- پیشینه شبکه من و تو
۱۱۷	۲-۳-۳-۲- پیشینه شبکه جم
۱۲۰	۲-۳-۳- گونه شناسی شبکه های ماهواره ای فارسی زبان
۱۲۰	شبکه های سیاسی
۱۲۰	شبکه های غیر سیاسی
۱۲۰	شبکه های دینی
۱۲۱	دسته بندی شبکه های ماهواره ای
۱۲۱	شبکه های خبری
۱۲۱	شبکه های فیلم و سریال
۱۲۱	شبکه های موسیقی (نماهنگ)
۱۲۲	شبکه های دینی
۱۲۲	۲-۳-۴-۵- شبکه های تجاری
۱۲۳	شبکه های ورزشی
۱۲۳	شبکه های کودک
۱۲۳	شبکه های مستند
۱۲۴	شبکه های پورنو
۱۲۴	شبکه های گفت و گو
۱۲۴	اهداف شبکه های فارسی زبان
۱۲۶	برنامه های ماهواره ای و تهاجم فرهنگی
۱۲۶	۲-۳-۶-۱- شگرد های تبلیغی هنری برای نفوذ

- ۱۲۶-۳-۳-۱-۱-۱-خبر و گزارش.....
- ۱۲۷-۳-۳-۱-۲-برنامه های ورزشی یا نمایشی.....
- ۱۲۷-۳-۳-۱-۳-میزگردها و بمباران فرهنگی.....
- ۱۲۸-۳-۳-۱-۴-فیلم ها و مجموعه های تلویزیونی.....
- ۱۲۹-۳-۳-۲-تقابل فرهنگ دینی و غربی در برنامه های ماهواره ای.....
- ۱۳۰-۳-۳-۷-شبکه های ماهواره ای بیش تر فرصت هستند یا تهدید؟.....
- ۱۳۱-شبکه های ماهواره ای.....
- ۱۳۱-مأموریت اصلی شبکه من و تو.....
- ۱۳۳-آسیب ها و پیامدهای منفی شبکه های ماهواره ای بر خانواده ها.....
- ۱۳۳-۳-۳-۱-۱۰-ترویج خشونت.....
- ۱۳۴-۳-۳-۱۰-۲-باعث رذیلت و دسترسی سریع به اطلاعات جنسی.....
- ۱۳۴-۳-۳-۱۰-۳-باورهای غلط درباره مسائل عاطفی و جنسی.....
- ۱۳۴-۳-۳-۱۰-۴-فراهم سازن کثافت و درگیری بین نسلی.....
- ۱۳۵-۳-۳-۱۰-۵-ایجاد زمینه های اخلاف و تنش بین همسران.....
- ۱۳۵-۳-۳-۱۰-۶-کاهش تعاملات واقعی.....
- ۱۳۶-۳-۳-۱۰-۷-وابستگی و اتلاف وقت.....
- ۱۳۶-۳-۳-۱۰-۸-افت عملکردهای تحصیلی و خانگی.....
- ۱۳۶-۳-۳-۱۰-۹-افزایش مصرف گرایی.....
- ۱۳۷-۳-۳-۱۰-۱۰-تهدید سلامت جسمانی.....
- ۱۳۷-راهکارهای مقابله با شبکه های ماهواره ای فارسی زبان.....
- ۱۳۸-جمع بندی.....
- ۱۴۰-بخش چهارم: جنگ نرم.....
- ۱۴۰-۲-۴-۱-مقدمه.....
- ۱۴۳-۲-۴-۲-تعریف جنگ نرم.....
- ۱۴۴-۲-۴-۳-پیشینه جنگ نرم.....
- ۱۴۵-۲-۴-۴-مقایسه جنگ نرم و جنگ سخت.....
- ۱۴۵-۲-۴-۴-۱-تلفات جانی و انسانی.....

- ۱۴۶..... ۲-۴-۴-۲ ابزار جنگی
- ۱۴۶..... ۲-۴-۴-۳ بازیگران
- ۱۴۶..... ۲-۴-۴-۴ هزینه ها
- ۱۴۷..... ۲-۴-۴-۵ زمان و مکان
- ۱۴۷..... ۲-۴-۴-۶ نحوه و روش های جنگیدن
- ۱۴۷..... ۲-۴-۵-۵ ویژگی ها جنگ نرم
- ۱۵۰..... ۶- شیوه ها و تکنیک های جنگ نرم
- ۱۵۰..... ۲-۴-۶-۱ استفاده از فنون رسانه ای
- ۱۵۱..... استفاده از ساز و کارهای علمی
- ۱۵۱..... فرهنگ پذیری
- ۱۵۱..... اساعه فرهنگی
- ۱۵۲..... بهره گیری از مسئولیت و جشنواره های هنری
- ۱۵۲..... ترویج جنبش های شبه دینی در ایران
- ۱۵۲..... رواج کج روی های اجتماعی، زمینه ساز کاهش کارآمدی نظام
- ۱۵۳..... بهره گیری از جریانات منحرف
- ۱۵۳..... نخبه سازی
- ۱۵۳..... ابزارها در جنگ نرم
- ۱۵۵..... ۲-۴-۷-۱ رسانه ها
- ۱۵۵..... منابع و متون آموزشی
- ۱۵۵..... تولیدات فرهنگی - هنری
- ۱۵۶..... فرایندهای اطلاعاتی
- ۱۵۶..... روشنفکران و دانش آموختگان غرب
- ۱۵۷..... موسیقی غربی
- ۱۵۷..... اصول و قواعد مقابله با جنگ نرم
- ۱۵۷..... ۲-۴-۸-۱ اصل هدفمندی و جهت گیری صحیح
- ۱۵۸..... اصل آفند و اقدامات پیش دستانه
- ۱۵۹..... اصل باور به وجود جنگ نرم

- ۱۶۰..... اصل نگرش راهبردی
- ۱۶۰..... اصل اشراف اطلاعاتی
- ۱۶۱..... اصل توجه به فن آوری نوین ارتباطی
- ۱۶۲..... اصل مقابله نرم
- ۱۶۳..... راهکار های مقابله با جنگ نرم
- ۱۶۳..... جمع بندی
- ۱۶۵..... فصل سو
- ۱۶۵..... روش ۱- رای حقیق
- ۱۶۶..... ۱-۳- مقدمه
- ۱۶۶..... ۲-۳- تکنیک و روش تحقیق
- ۱۶۶..... ۱-۲-۳- تحقیق کمی
- ۱۶۶..... ۲-۲-۳- تحقیق پیمایش
- ۱۶۷..... ۳-۲-۳- تحقیق توصیفی
- ۱۶۷..... ۴-۲-۳- اسنادی (کتابخانه ای)
- ۱۶۷..... ۳-۳- جامعه، نمونه، روش نمونه گیری
- ۱۶۷..... ۱-۳-۳- جامعه آماری
- ۱۶۸..... ۲-۳-۳- حجم نمونه
- ۱۶۸..... ۳-۳-۳- روش نمونه گیری
- ۱۶۹..... ۴-۳- ابزار اندازه گیری
- ۱۶۹..... ۱-۴-۳- روایی
- ۱۶۹..... ۲-۴-۳- پایایی
- ۱۷۰..... ۵-۳- روش تجزیه و تحلیل داده ها
- ۱۷۰..... ۶-۳- قلمرو پژوهش
- ۱۷۰..... ۱-۶-۳- از نظر زمانی
- ۱۷۰..... ۲-۶-۳- از نظر مکانی
- ۱۷۰..... ۷-۳- متغیرها
- ۱۷۰..... ۱-۷-۳- متغیر مستقل

۱۷۱	۳-۷-۲- متغیر وابسته
۱۷۲	فصل چهارم
۱۷۲	تجزیه و تحلیل داده ها
۱۷۳	۴-۱- مقدمه
۱۷۳	۴-۲- داده‌های توصیفی
۱۷۳	۴-۲-۱- سن پاسخگویان
۱۷۵	۴-۲-۲- جنسیت پاسخگویان
۱۷۶	۴-۲-۳- درآمد
۱۷۷	۴-۲-۴- وضعیت اشتغال پاسخگویان
۱۷۹	۴-۵- مقطع تحصیلی پاسخگویان
۲۱۹	۴-۳- آمار استنباطی
۲۱۹	۴-۳-۱- فرضیه صفر اول: به نظر می‌رسد سواد رسانه ای مخاطبین با رویکردی بر مؤلفه‌های تفکر انتقادی و جنگ نرم بالاتر از میانگین نیست.
۲۲۰	۴-۳-۲- فرضیه صفر دوم: به نظر می‌رسد بین سطح سواد رسانه ای مخاطبین و مدیریت بدن آنان رابطه معناداری وجود ندارد.
۲۲۲	۴-۳-۴- فرضیه صفر چهارم: به نظر می‌رسد بین سطح سواد رسانه ای مخاطبین و اوقات فراغت آنان رابطه وجود ندارد.
۲۲۴	فصل پنجم
۲۲۴	نتیجه گیری و پیشنهادات
۲۲۵	۵-۱- مقدمه
۲۲۵	۵-۲- نتایج توصیفی
۲۲۷	۵-۳- نتایج استنباطی
۲۲۷	۵-۳-۱- فرضیه اول: سطح سواد رسانه ای مخاطبین شبکه من و تو و جم تی وی با رویکردی بر مؤلفه های تفکر انتقادی و جنگ نرم بالاتر از میانگین است.
۲۲۹	۵-۳-۲- فرضیه دوم: بین سطح سواد رسانه ای مخاطبین شبکه من و تو و جم تی وی و مدیریت بدن آنان رابطه وجود دارد.

- ۵-۳-۳- فرضیه سوم: بین سطح سواد رسانه ای مخاطبین شبکه من و تو و جم تی وی و کاهش مصرف گرایی آنان رابطه وجود دارد. ۲۲۹
- ۵-۳-۴- فرضیه چهارم: بین سطح سواد رسانه ای مخاطبین شبکه من و تو و جم تی وی و اوقات فراغت آنان رابطه وجود دارد. ۲۲۹
- ۵-۴- بحث و نتیجه گیری ۲۳۰
- ۵-۵- مقایسه علمی نتایج بدست آمده با یافته های دیگران ۲۳۱
- ۵-۷- شتهادات ۲۳۴
- منابع و اخذ ۲۳۶
- الف) فهرست منابع فارسی ۲۳۶
- کتاب ها ۲۳۶
- مقاله ها ۲۳۹
- پایان نامه ها ۲۴۱
- ب) فهرست منابع انگلیسی ۲۴۲
- کتاب ها ۲۴۲
- سایت ها ۲۴۲
- پیوست ها ۲۴۳
- مصاحبه شونده: حجه الاسلام و المسلمین علی اکبر نیکزاد تهرانی ۲۴۴
- ۱- یکی از ابزارهای جنگ نرم، شبکه های ماهواره ای فارسی زبان است تاثیرگذاران را روی مردم کشور مان چگونه ارزیابی می کنید. ۲۴۴
- ۲- سطح سواد رسانه ای مخاطبین چه تاثیری در مصرف نر انان در این شبکه ها دارد؟ ۲۴۴
- مصاحبه شونده: حجه الاسلام و المسلمین رحمت رضا زاده ۲۴۷

سواد رسانه ای یکی از مباحث جذاب در حوزه ارتباطات، و به عنوان یک اندیشه کلیدی مطرح است که در نتیجه آن افراد خود را به رسانه ها اعلام می کنند، تا معنای پیام هایی که با آنها مواجه می شوند تعبیر و تفسیر کنند.

هدف کلی این پژوهش بررسی نقش و جایگاه سطح سواد رسانه ای مخاطبین در مقابله با شبکه زندگی ارائه شده توسط شبکه های ماهواره ای فارسی زبان (مطالعه موردی شبکه های ماهواره ای تی وی) می باشد. جامعه آماری این پژوهش را شهروندان منطقه ۲۰ تهران، سال ۱۳۹۳ که تعداد آن ها ۳۱۹ هزار و ۳۰۵ نفر می باشد تشکیل می دهند. برای انتخاب حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد که تعداد آن ها ۳۸۴ نفر مشخص شد. انتخاب روش نمونه گیری خوشه ای بود و خوشه ها به صورت تصادفی ساده انجام شد.

در این پژوهش از روش تحقیق پیمایشی، توصیفی، اسنادی، کتابخانه ای و کمی استفاده شد. ابزار اندازه گیری این پژوهش پرسشنامه خودساخته با تعداد ۳۰ سوال و مصاحبه است. اعتبار پرسشنامه برپایه آلفای کرونباخ برای همه موارد پرسشنامه برابر با ۰٫۸۷۰ بود. در برآورد روایی پرسشنامه مشخص شد که تمامی سوال ها دارای همبستگی معنادار هستند. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS و از روش آزمون پیرسون و تی تک نمونه ای استفاده شده است.

یافته های پژوهش حاضر نشان می دهد که سواد رسانه ای پاسخگویان با رویکردی بر مؤلفه های تفکر انتقادی و جنگ نرم بالاتر از میانگین است. رابطه معنادار بین سطح سواد رسانه ای مخاطبین و مدیریت بدن، مصرف گرایی و اوقات فراغت آنان وجود دارد.