

شبکه‌های استانی و تقویت فرهنگ‌های بومی

محمدعلی هرمزی‌زاده^۱

امیر ساکی^۲

چکیده

هدف کلی این پژوهش بررسی نقش شبکه استانی افلاک در تقویت فرهنگ بومی استان لرستان است. روش تحقیق، پیمایشی است. جامعه آماری، کلیه افراد بالای پانزده سال شهر خرم‌آباد است که از این میان، تعداد ۴۰۰ نفر با استفاده از فرمول کوکران به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند و در نهایت ۴۰۰ پرسشنامه جمع‌آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که شبکه افلاک در تقویت بیشتر مؤلفه‌های فرهنگ بومی استان لرستان موفق بوده است. کلید واژه: فرهنگ بومی، صنایع دستی محلی، اشعار محلی، گویش محلی، ضرب‌المثل‌های محلی، موسیقی محلی.

مقدمه

از زمان پیدایش تلویزیون همواره این انتظار فزاینده وجود داشته که ملت‌ها بتوانند از این رسانه پُرطرفدار برای ارتقاء فرهنگ ملی خود استفاده کنند. در حال حاضر، با هجوم گسترده رسانه‌های دیداری و شنیداری بین‌المللی از طریق

۱. عضو هیئت علمی دانشکده صداوسیما جمهوری اسلامی ایران
۲. کارشناس ارشد تحقیق در ارتباطات دانشکده صداوسیما (نویسنده مسئول)

ماهوره‌های مختلف در اقصی نقاط جهان، کلیه ارزش‌های فرهنگی، سنت‌ها و آثار بومی مناطق مختلف جهان تحت تأثیر این رسانه‌ها قرار گرفته‌اند. پاسداری از فرهنگ ملی و بومی و ارزش‌های مرتبط با آن به‌عنوان یکی از وظایف مهم مسئولان فرهنگی جوامع به‌شمار می‌آید. رشد و گسترش رسانه‌های نوین بین‌المللی، اغلب به‌عنوان بخشی از پیامدهای فرهنگ جهانی‌سازی، مورد پذیرش قرار می‌گیرد؛ ولی پیدایش این رسانه‌های بین‌المللی سبب شده است تا فرهنگ‌های بومی اغلب به جای آن‌که مستقل بمانند مجبورند خود را با آن انطباق دهند. (ویلر، ۲۰۰۰). از سوی دیگر پژوهش‌ها نشان داده‌اند که محتواهای فرهنگی برنامه‌های تلویزیونی که با شاخص‌های دیداری ضعیفی ارائه می‌شوند، نمی‌توانند در حفظ رسالت تلویزیون برای پاسداری از فرهنگ‌های بومی موفق باشند. همچنین پژوهش‌های جامایس حاکی از تغییرات مهم ناشی از تأثیر بالقوه فناوری ارتباطات در جوامع بومی و روستایی بوده و فناوری ارتباطات تا حدی سبب انحراف فرهنگی جوامع روستایی و انحراف این جوامع از ارزش‌های اصیل اجتماعی خود شده‌است. ولی از دیدگاه مثبت می‌توان ادعا کرد که رسانه‌های ارتباطی^۱ سبب افزایش هوشیاری عمومی و تقویت هویت فرهنگی^۲ می‌شود. (جامایس، ۲۰۰۳)

کشور ما دارای تنوع زیاد قومی - زبانی و فرهنگی است که این شبکه‌ها (شبکه آذری و کرد) می‌توانند از این مزیت استفاده نموده و برای آشناکردن نسل جوان خود و استان و منطقه تحت پوشش برنامه‌های خود تلاش نموده و به اهداف اصلی این طرح نزدیک‌تر شوند؛ اما با توجه به نقش رسانه‌ها در دنیای امروز باید خاطر نشان کرد که از رسانه‌ها فقط برای اشاعه و انتقال و آگاهی از اخبار استفاده نمی‌شود، بلکه رسانه‌ها امروز به ابزاری قدرتمندتر از این تبدیل شده‌اند. مسئولان امر با مطرح کردن این موضوع که، هرچقدر تلویزیون با فرهنگ و روحیات مردم نزدیکی و قرابت بیشتری داشته باشد، بالطبع می‌تواند در انعکاس و برآورده ساختن خواست‌های آنان نیز موفق‌تر

-
1. communication media
 2. cultural identity

باشد. یکی از رسالت‌های شبکه‌های استانی آشناکردن جوانان و تمامی مخاطبان با تاریخ و فرهنگ آن استان است و به‌طور غیرمستقیم جذب مخاطبان تلویزیونی به شبکه استانی و منحرف کردن فکر آنها از برنامه‌های شبکه‌های خارجی که هیچ‌گونه سنخیتی با فرهنگ آن مردم ندارد نیز از جمله این رسالت‌هاست و این امر تنها در گرو گام برداشتن این شبکه‌ها در راه رسیدن به آن اهداف می‌باشد. یعنی ساخت برنامه‌های با محتوا و غنی از لحاظ فرهنگی - قومی و زبانی در قالبی تازه و بدیع. بدیهی است که با وجود فرایند جهانی‌سازی در رسانه‌های دیداری از جمله تلویزیون، این رسانه‌ها دارای تأثیر مهمی بر مردم بومی هر منطقه می‌باشند. این پژوهش در خصوص بررسی میزان کارآمدی شبکه افلاک و تأثیر آن بر مؤلفه‌های فرهنگ بومی منطقه به اجرا درآمده و بر آن است تا این پرسش را مورد بررسی قرار دهد که نقش شبکه افلاک در تقویت فرهنگ بومی استان لرستان چیست؟

هدف اصلی پژوهش

بررسی نقش شبکه استانی افلاک در تقویت فرهنگ بومی

اهداف فرعی پژوهش

- بررسی نقش شبکه استانی افلاک در تقویت گویش محلی
- بررسی نقش شبکه استانی افلاک در تقویت موسیقی محلی
- بررسی نقش شبکه استانی افلاک در تقویت اشعار محلی
- بررسی نقش شبکه استانی افلاک در تقویت ضرب‌المثل‌های محلی
- بررسی نقش شبکه استانی افلاک در تقویت صنایع دستی محلی

فرضیه اصلی پژوهش

بین مدت‌زمان تماشای شبکه استانی افلاک و میزان آگاهی از فرهنگ بومی رابطه مستقیم وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی پژوهش

۱. میان مدت‌زمان تماشای شبکه استانی افلاک و میزان آگاهی از گویش محلی رابطه مستقیم وجود دارد.
۲. میان مدت‌زمان تماشای شبکه استانی افلاک و میزان آگاهی از موسیقی محلی رابطه مستقیم وجود دارد.
۳. میان مدت‌زمان تماشای شبکه استانی افلاک و میزان آگاهی از صنایع دستی محلی رابطه مستقیم وجود دارد.
۴. میان مدت‌زمان تماشای شبکه استانی افلاک و میزان آگاهی از ضرب‌المثل‌های محلی رابطه مستقیم وجود دارد.
۵. میان مدت‌زمان تماشای شبکه استانی افلاک و میزان آگاهی از اشعار محلی رابطه مستقیم وجود دارد.

پرسش اصلی پژوهش

آیا بین میزان تماشای شبکه استانی افلاک و میزان آگاهی از فرهنگ بومی رابطه وجود دارد؟

پرسش‌های فرعی پژوهش

۱. آیا میان مدت‌زمان تماشای شبکه استانی افلاک و میزان آگاهی از گویش محلی رابطه وجود دارد؟
۲. آیا میان مدت‌زمان تماشای شبکه استانی افلاک و میزان آگاهی از موسیقی محلی رابطه وجود دارد؟
۳. آیا میان مدت‌زمان تماشای شبکه استانی افلاک و میزان آگاهی از ضرب‌المثل‌های محلی رابطه وجود دارد؟
۴. آیا میان مدت‌زمان تماشای شبکه استانی افلاک و میزان آگاهی از اشعار محلی رابطه وجود دارد؟

۵. آیا میان مدت‌زمان تماشای شبکه استانی افلاک و میزان آگاهی از صنایع دستی محلی رابطه وجود دارد؟

روش پژوهش

این پژوهش با روش پیمایشی اجرا شده است و با توجه به تقسیم‌بندی تحقیقات علمی از نظر هدف، پژوهش حاضر از نوع پژوهش کاربردی می‌باشد و از نظر ماهیت و روش، تحقیق حاضر از نوع پیمایشی است.

در این پژوهش میزان تماشای شبکه استانی افلاک در هفته، به‌عنوان متغیر مستقل به‌شمار می‌آید. متغیرهای وابسته در این پژوهش شاخص‌های فرهنگ بومی است که شامل میزان آگاهی از اشعار محلی، میزان آگاهی از گویش محلی، میزان آگاهی از موسیقی محلی، میزان آگاهی از صنایع دستی محلی و میزان آگاهی از ضرب‌المثل‌های محلی می‌باشد.

جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه افراد بالای پانزده سال ساکن شهر خرم‌آباد است که براساس سرشماری سال ۱۳۸۵، برابر ۲۶۳۵۴۷ نفر می‌باشد. (سایت آمار، ۱۳۸۶) در پژوهش حاضر برای به‌دست‌آوردن حجم نمونه از فرمول نمونه‌گیری کوکران استفاده گردید و در نهایت ۳۸۴ نفر از افراد بومی، حجم نمونه این پژوهش را تشکیل دادند. از آن‌جا که امکان مخدوش‌بودن بعضی از پرسشنامه‌ها می‌رفت، بنابراین برای جلوگیری از این امر حجم نمونه به ۴۰۰ نفر افزایش یافت.

در این پژوهش برای نمونه‌گیری، از روش تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شده است. بدین صورت که شهر خرم‌آباد را به پنج منطقه شمالی، جنوبی، شرقی، غربی و مرکزی تقسیم، سپس نقاط شلوغ و پررفت‌وآمد هر منطقه را مشخص کردیم و به‌طور تصادفی از هر منطقه چهار نقطه آن انتخاب و سپس در هر نقطه، یکی از پرسشگران آموزش‌دیده مستقر شد. شیوه کار پرسشگران بدین صورت بود که در نقاط مربوطه، هر ۱۲ الی ۱۵ دقیقه یکبار، از افرادی که عبور می‌کردند به‌طور تصادفی یک نفر را انتخاب و سپس پرسش‌های پرسشنامه را از آنان می‌پرسیدند.

وسیله گردآوری اطلاعات، پرسشنامه بود. سؤالات پرسشنامه متغیرهایی با مقیاس ترتیبی بودند، یعنی در آنها مقادیر مختلف نمراتی که به پاسخ‌ها داده می‌شد، بیان‌کننده شدت و ضعف آن صفت بود و نتیجه اندازه‌گیری پرسشنامه به صورت کمی و نیز به شکل عدد بیان شد، که درحقیقت حاصل نمرات کسب‌شده از سؤالات پرسشنامه است. نمره هر سؤال پرسشنامه نیز به وسیله ارزش گزینه پاسخ انتخاب‌شده، به صورت یک عدد مشخص شده است. این پرسشنامه براساس مقیاس شش‌گزینه‌ای درجه‌بندی شده است که براساس طیف اصلاً، خیلی کم، تاحدی، زیاد و خیلی زیاد می‌باشد. اعتبار پرسشنامه توسط استادان راهنما و مشاور تأیید گردید. پرسش‌های پرسشنامه به ده بخش تقسیم شده‌اند که هر بخش برای بررسی یک فرضیه می‌باشد. هر یک از این سه قسمت تست شده، حداقل تاحدودی نمایشگر شاخص مربوطه بوده و پرسش‌های آن تا حد قابل‌ملاحظه‌ای با یکدیگر همبسته می‌باشند. آلفای کرونباخ کل، برای سنجش میزان آشنایی از فرهنگ بومی برابر با ۰/۹۲ شد.

برای تلخیص و تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده گردید. در سطح توصیفی با استفاده از مشخصات آماری نظیر فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار به تجزیه و تحلیل اطلاعات پرداخته و در سطح استنباطی متناسب با سطح سنجش داده‌ها و مفروضات اساسی آزمون آماری از آزمون همبستگی پیرسون، ضریب رگرسیون، ضریب تعیین، ضریب بتا، از تحلیل عاملی و ضریب آلفای کرونباخ نیز برای بررسی اعتبار و پایایی استفاده شده است.

نتیجه‌گیری و بحث

۱. ضریب همبستگی پیرسون بین «میزان تماشای شبکه افلاک» و «میزان آشنایی با زبان محلی» ۰/۱۹۵+ با سطح معنی‌داری ۰/۰۰۱ sig است. میزان تماشای شبکه افلاک می‌تواند ۳/۵ درصد از تغییرات میزان آشنایی با زبان محلی را تبیین کند. معادله رگرسیون آن نیز به صورت زیر به دست آمده است:

(میزان تماشای شبکه افلاک) = ۱/۶۶۹ = میزان آشنایی با زبان محلی

طبق معادله، با یک ساعت افزایش در مدت زمان تماشای شبکه افلاک در هفته، میزان آشنایی مخاطبان با زبان محلی در حدود $1/7$ واحد افزایش می‌یابد.

با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان گفت بین «میزان تماشای شبکه افلاک» و «میزان آگاهی از گویش محلی» رابطه معنی‌دار و مستقیم وجود دارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که شبکه افلاک در افزایش آگاهی مخاطبان از گویش محلی، موفق عمل کرده است.

۲. ضریب همبستگی پیرسون بین «میزان تماشای شبکه افلاک» و «میزان آشنایی با موسیقی محلی» $+0/088$ با سطح معنی‌داری $\text{sig}=0/134$ است.

با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که افزایش میزان تماشای شبکه افلاک تأثیری بر میزان آگاهی مخاطبان از موسیقی محلی ندارد. به عبارت دیگر برنامه‌های شبکه افلاک در افزایش آگاهی مخاطبان از موسیقی محلی موفقیتی نداشته است.

همچنین براساس نظریه تقویت نیز می‌توان گفت گیرنده پیام در گرفتن پیام نقش دارد. طبق این نظریه، پیام‌های ارتباطی قادر نیستند که در عقاید و رفتار، تغییرات بنیادی به وجود آورند، بلکه می‌توانند به صورت محدود آنها را تقویت کنند و برای تأثیرگذاری باید زمینه قبلی وجود داشته باشد. این نظریه به پارامترهای غیر ارتباطی نظیر سن، شغل، خانواده، تحصیلات و... در تأثیر یا فقدان تأثیر پیام‌های ارتباطی اهمیت زیادی می‌دهد.

رسانه‌ها براساس نظریه تقویت قادر نیستند در بینش و اعتقادات و در نتیجه رفتارهای مخاطبان خود آثار شگرف و اساسی بگذارند و تنها براساس پیشینه ذهنی مخاطبان و سابقه ارائه پیام از سوی رسانه به مخاطبان، می‌توانند در حد محدود، و کمی اثرگذار باشند. مخاطبان شبکه افلاک نیز به فراخور طبقه اجتماعی، سطح تحصیلات، میزان مذهبی بودن و... در قبال استفاده از برنامه‌های این شبکه، به‌ویژه در نوع برنامه‌های موسیقی به درک وسیع و استفاده کاملی که مورد نظر رسانه بوده، نرسیده‌اند. می‌توان گفت براساس نظریه تقویت، مخاطبان شبکه افلاک تنها در جریان پیام برنامه‌های موسیقایی این شبکه قرار گرفته‌اند، اما هدف اصلی این برنامه‌ها که همانا آشناساختن مخاطبان با موسیقی محلی بوده و در نتیجه می‌بایست به اثرگذاری مورد نظر انجامیده باشد، نرسیده است و مخاطبان متأثر از محتوای اصلی و نیت آن برنامه‌ها قرار نگرفته‌اند.

۳. ضریب همبستگی پیرسون بین «میزان تماشای شبکه افلاک» و «میزان آشنایی با

صنایع دستی» $+0/147$ با سطح معنی‌داری $\text{sig}=0/012$ است. میزان تماشای شبکه افلاک می‌تواند $2/2$ درصد از تغییرات میزان آشنایی با صنایع دستی محلی را تبیین کند.

معادله رگرسیون آن نیز به صورت زیر به دست آمده است:

(میزان تماشای شبکه افلاک) $=5/945+1/080$ میزان آشنایی با صنایع دستی محلی طبق معادله فوق، با شش ساعت افزایش در مدت زمان تماشای این شبکه در هفته، میزان آشنایی مخاطبان با صنایع دستی محلی به اندازه $1/1$ واحد افزایش می‌یابد. با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان گفت بین «میزان تماشای شبکه افلاک» و «میزان آگاهی از صنایع دستی محلی» رابطه معنی‌دار و مستقیم وجود دارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که شبکه افلاک در افزایش آگاهی مخاطبان از صنایع دستی محلی موفق عمل کرده است.

۴. ضریب همبستگی پیرسون بین «میزان تماشای شبکه افلاک» و «میزان آشنایی با ضرب‌المثل محلی» $+0/133$ با سطح معنی‌داری $\text{sig}=0/022$ است. میزان تماشای شبکه افلاک می‌تواند $1/8$ درصد از تغییرات میزان آشنایی با ضرب‌المثل محلی را تبیین کند. معادله رگرسیون آن نیز به صورت زیر به دست آمده است:

(میزان تماشای شبکه افلاک) $=5/643+1/024$ میزان آشنایی با ضرب‌المثل محلی طبق معادله فوق، با یک ساعت افزایش در مدت زمان تماشای شبکه افلاک در هفته، میزان آشنایی مخاطبان با ضرب‌المثل محلی به اندازه 1 واحد افزایش می‌یابد. با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان گفت میان «میزان تماشای شبکه افلاک» و «میزان آگاهی از ضرب‌المثل‌های محلی» رابطه معنی‌دار و مستقیم وجود دارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که این شبکه در افزایش آگاهی مخاطبان از ضرب‌المثل‌های محلی موفق عمل کرده است.

۵. ضریب همبستگی پیرسون بین «میزان تماشای شبکه افلاک» و «میزان آشنایی با اشعار محلی» $+0/148$ با سطح معنی‌داری $\text{sig}=0/011$ است. میزان تماشای شبکه افلاک می‌تواند $2/2$ درصد از تغییرات میزان آشنایی با اشعار محلی را تبیین کند. معادله رگرسیون آن نیز به صورت زیر به دست آمده است:

(میزان تماشای شبکه افلاک) $=6/744+1/245$ میزان آشنایی با اشعار محلی

طبق معادله فوق، با یک ساعت افزایش در مدت زمان تماشای شبکه افلاک در هفته، میزان آشنایی مخاطبان با اشعار محلی به اندازه ۱/۲ واحد افزایش می‌یابد. با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان گفت بین «میزان تماشای شبکه افلاک» و «میزان آگاهی از اشعار محلی» رابطه معنی‌دار و مستقیم وجود دارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که شبکه افلاک در افزایش آگاهی مخاطبان از اشعار محلی موفق عمل کرده است. و به‌طور کلی نتیجه زیر در رابطه با فرضیه اصلی به‌دست آمده است:

ضریب همبستگی پیرسون بین «میزان تماشای شبکه افلاک» و «میزان آشنایی با فرهنگ بومی» $+0/203$ با سطح معنی‌داری $\text{sig}=0/000$ است. میزان تماشای شبکه افلاک می‌تواند ۴/۱ درصد از تغییرات میزان آشنایی با فرهنگ بومی را تبیین کند. معادله رگرسیون آن نیز به‌صورت زیر به‌دست آمده است:

$$\text{میزان تماشای شبکه افلاک} = 2/304 = \text{میزان آشنایی با فرهنگ بومی}$$

طبق معادله فوق، با یک ساعت افزایش در مدت زمان تماشای شبکه افلاک در هفته، میزان آشنایی مخاطبان با فرهنگ بومی به اندازه ۲/۳ واحد افزایش می‌یابد. با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان گفت میان «میزان تماشای شبکه افلاک» و «میزان آگاهی از فرهنگ بومی» رابطه معنی‌دار و مستقیم وجود دارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که شبکه افلاک در افزایش آگاهی مخاطبان از فرهنگ بومی موفق عمل کرده است.

براساس نظریه کاشت، تماشای زیاد تلویزیون، موجب می‌شود بینندگان عقاید مشابه و تقریباً یکسانی پیدا کنند؛ حتی اگر از لحاظ وضعیت اقتصادی و تربیت خانوادگی، به یک سطح اجتماعی تعلق نداشته باشند. به بیان دیگر، طی فرایند «متداول‌سازی» تفاوت‌های ناشی از عوامل فرهنگی و اجتماعی در بین تماشاگران پر و پا قرص تلویزیون رو به کاهش می‌گذارد و تماشای زیاد، به همگرایی دیدگاه‌های آنان می‌انجامد. هر چه محیط زندگی تماشاگران به آنچه تلویزیون نمایش می‌دهد شبیه‌تر باشد، اثرات کاشت «تشدید» می‌شود و بینندگان به سویی می‌روند که پاسخ‌های واقعی آنان بر پایه آموزه‌های تلویزیون باشد. درواقع «تشدید» تجانس میان واقعیت نمایش داده شده از تلویزیون و واقعیت اجتماعی است.

بر اساس نظریهٔ نیازجویی مخاطبان مسئلهٔ انتخاب پیام‌ها از سوی مخاطبان، به‌عنوان یک فرض غیرقابل‌تغییر مطرح می‌شود و استفادهٔ مخاطبان از محتوای وسایل ارتباط‌جمعی با هدف مشخصی که برای تأمین نیازهای گوناگون و براساس علاقه مبتنی بر نیاز می‌باشد، صورت می‌گیرد. آگاهی افراد از نیازهای خود موجب انتخاب پیام‌های وسایل ارتباط‌جمعی می‌شود.

همچنین براساس نظریهٔ برجسته‌سازی، رسانه‌های جمعی اهمیت نسبی موضوعات مختلف را به مخاطب انتقال می‌دهند. هر چه رسانه‌ها بیشتر به موضوع یا رویدادی اهمیت بدهند، مخاطبان اهمیت بیشتری برای آن قائل می‌شوند. عبارت «رسانه‌ها به مردم نمی‌گویند چگونه بیندیشند ولی به آنان می‌گویند دربارهٔ چه بیندیشند»، بر این اساس گرایش رسانه‌ها را به تأثیر گذاشتن بر آن‌چه مردم دربارهٔ آن فکر خواهند کرد، یا آنچه مهم تلقی می‌کنند توصیف کرده‌اند. به نظر محققان، تلویزیون هنگامی می‌تواند موجب آگاهی عمومی از مسئله‌ای شده و آن را به‌طور ناگهانی افزایش دهد که پوشش خبری گسترده‌ای به آن اختصاص دهد (بیش از ۳۰ فقره در هر ماه). از نظر آنان آگاهی عمومی نیز پوشش رسانه‌ها را تشدید می‌کند، البته در صورتی که به مدت طولانی پایدار و کم‌تغییر باشد. (سوزین و تانکارد، ۱۳۸۱)

مارک میلر و جن کوارلز اذعان دارند که ارتباط‌جمعی در حالت عادی تغییر نگرش ایجاد نمی‌کند؛ بنابراین برنامه‌ها باید به جای تغییر نگرش، به اثرهای برجسته‌سازی معطوف باشد. به نظر می‌رسد اثر برنامه بر نگرش‌ها نبوده، بلکه بر درک اهمیت موضوعات بوده است. (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱)

اساساً با تماشای زیاد برنامه‌های تلویزیونی، تفاوت‌های ناشی از عوامل فرهنگی و اجتماعی و... مخاطبان رو به کاهش می‌گذارد و این امر باعث افزایش همگرایی دیدگاه‌های آنان، در زمینهٔ آشنایی و علاقه به فرهنگ بومی می‌گردد. هرچه برنامه‌هایی که از شبکه افلاک پخش می‌شود با فرهنگ بومی مردم همخوانی بیشتری داشته باشد، این امر منجر به افزایش آگاهی مردم از فرهنگ بومی و درنهایت تقویت آن می‌گردد و این مسئله نیز موجب می‌شود، مخاطبان این شبکه به دنبال برنامه‌هایی باشند که باعث افزایش آگاهی آنان از فرهنگ بومی می‌شود. در صورتی که شبکه افلاک به برنامه‌های

مربوط به فرهنگ بومی اهمیت بیشتری نسبت به برنامه‌های دیگر بدهد، باعث می‌شود که مخاطبان اهمیت بیشتری برای آن برنامه‌ها قائل شوند و برای افزایش آگاهی خود نسبت به فرهنگ بومی از آن برنامه‌ها بیشتر استفاده کنند.

منابع و مأخذ

- سایت آمار. بازیابی ۱۵ آذر، ۱۳۸۶: <http://www.sci.org.ir>
- سورین، ورنر؛ تانکارد، جیمز ۱۳۸۱. نظریه‌های ارتباطات، (ترجمه علیرضا دهقان)، تهران: دانشگاه تهران (نشر اثر اصلی، ۱۹۹۲).
- Jamais ,F. (2003). The Impact of New Communication Tecnology on Cultural Identity in Rural Asia. *Media Asia* (20) 205-207.
- Wheeler,k. (2000). TV Connection. *Extension* (26) 144.