



**دانشگاه آزاد اسلامی**

**واحد تهران مرکزی**

**دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی، گروه علوم اجتماعی**

**پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد (M.A)**

**گرایش: جمعیت شناسی**

**عنوان:**

**اثرات رسانه تصویری (سیمای جمهوری اسلامی و ماهواره) در هویت دینی**

**جمعیت شاغل در شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران**

**استاد راهنما:**

**دکتر زهرا قاسمی**

**استاد مشاور:**

**دکتر سید محمد ثقفی نژاد**

**دانشجو:**

**فرج الله شیرین آبادی**

**تابستان ۱۳۹۲**



معاونت پژوهش

به نام خدا

نشر اخلاق پژوهش

بیاماری از خداوند سبحان و اعتقاد به این که عالم محضر خداست و همواره ناظر بر اعمال انسان و به منظور پاس داشتن مقام بلند دانش و پژوهش و نظریه  
ایست جایگاه دانشگاه در اعتلای فرهنگ و تمدن بشری مادی انجمنیان و اعضای هیئت علمی واحد های دانشگاه آزاد اسلامی متعهد می گردیم اصول زیر را

در انجام فعالیت های پژوهشی مد نظر قرار داده و از آن تحفظ می کنیم:

- ۱- اصل برائت: التزام به برائت جویی از هرگونه رفتار غیر حرفه ای و اعلام موضع نسبت به کسانی حوزه علم و پژوهش را به شائبه های غیر علمی می آلاینند.
- ۲- اصل رعایت انصاف و امانت: تعهد به اجتناب از هرگونه جانب داری غیر علمی و حفاظت از اموال، تجهیزات و منابع در اختیار.
- ۳- اصل ترویج: تعهد به رواج و دانش و ارائه نتایج تحقیقات و انتقال آن به بهکاران علمی و دانشجویان به غیر از مواردی که منع قانونی دارد.
- ۴- اصل احترام: تعهد به رعایت حریم ها و حرمت ها در انجام تحقیقات و رعایت جانب تقد و خودداری از هرگونه حرمت شکنی.
- ۵- اصل رعایت حقوق: التزام به رعایت کامل حقوق پژوهشگران و پژوهشگران (انسان، حیوان و نبات) و سایر صاحبان حق.
- ۶- اصل رازداری: تعهد به صیانت از اسرار و اطلاعات محرمانه افراد، سازمانها و کشور و کلیه افراد و نهاد های مرتبط با تحقیق.
- ۷- اصل حقیقت جویی: تلاش در راستای پی جویی حقیقت و وفاداری به آن و دوری از هرگونه پنهان سازی حقیقت.
- ۸- اصل مالکیت مادی و معنوی: تعهد به رعایت کامل حقوق مادی و معنوی دانشگاه و کلیه بهکاران پژوهش.
- ۹- اصل منافع ملی: تعهد به رعایت مصالح ملی و در نظر داشتن پیشبرد و توسعه کشور در کلیه مراحل پژوهش.

## تقدیم

سپاس خداوند مهربان را که هر چه داریم از اوست

تقدیم به بهترین مخلوقات عالم هستی پدر و مادر عزیزم که جایشان و وجودشان برایم همیشه عشق و صفا بود اما وجودم برایشان همیشه رنج

## تقدیر

انسان اشرف مخلوقات خداست که می تواند عزت ، علم و قدرت داشته باشد و در سایه الطاف پروردگار با همت و تلاش و با ابزار علم به درجات عالیہ صعود نماید .  
با سپاس فراوان از استاد گرانقدر دکتر سیدرضا معینی که بعنوان داور برای رساله اینجانب قبول زحمت نمودند و همچنین از زحمات استاد گرانقدر سرکار خانم دکتر زهرا قاسمی که راهنمایی و تدوین رساله را بر عهده داشتند تشکر و قدردانی و مراتب سپاس خود را ابراز می نمایم .

از استاد گرانمایه جناب آقای دکتر سید محمد ثقفی نژاد که مسئولیت مشاوره این رساله را بر عهده داشتند تشکر و قدردانی و مراتب سپاس خود را ابراز می نمایم .  
توفیق روزافزون همه عزیزان را از خدامند متعال مسئلت می نمایم

## بسمه تعالی

### تعهد نامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب **فرج اله شیرین آبادی** دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته به شماره دانشجویی **۹۰۰۷۶۱۹۳۲** در رشته **علوم اجتماعی** که در تاریخ **۱۹۲/۶/۲۷** از پایان نامه خود تحت عنوان اثرات رسانه تصویری ( تلویزیون ملی و ماهواره ) بر هویت دینی جمعیت شاغل در شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایرانبا کسب نمره **۱۸** و درجه عالی دفاع نموده ام بدین وسیله متعهد می شوم :

۱. این پایان نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران ( اعم از پایان نامه ، کتاب ، مقاله و ... ) استفاده نموده ام ، مطابق ضوابط و رویه های موجود ، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده ام.
۲. این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی ( هم سطح ، پایین تر یا بالاتر ) در سایر دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی ارائه نشده است.
۳. چنانچه بعد از فراغت از تحصیل ، قصد استفاده و هر گونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و ... از این پایان نامه داشته باشم ، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.
۴. چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچ گونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی :

تاریخ و امضاء :

## بسمه تعالی

در تاریخ ۹۲/۶/۲۷

دانشجوی کارشناسی ارشد آقای فرج اله شیرین آبادی از پایان نامه خود دفاع نموده و با نمره ۱۸ بحروف هجده تمام و با درجه عالی مورد تصویب قرار گرفت.

امضاء استاد راهنما

## فهرست مطالب

فصل اول : کلیات تحقیق.....	۱
۱-۱- طرح مسأله .....	۲
۲-۱- اهمیت و ضرورت مسأله .....	۷
۳-۱- اهداف تحقیق .....	۹
۴-۱- سئوالات تحقیق .....	۹
فصل دوم : تحقیقات پیشین، مبانی و چارچوب نظری.....	۱۱
۱ - ۲ مقدمه .....	۱۲
۲ - ۲ بخش نخست: ادبیات و تحقیقات پیشین.....	۱۳
۲ - ۲ - ۱ مقدمه .....	۱۳
۲ - ۲ - ۲ تحقیقات داخلی .....	۱۳
۲ - ۲ - ۳ تحقیقات خارجی .....	۲۲
۲ - ۲ - ۴ نتیجه‌گیری .....	۲۳
۳ - ۲ بخش دوم: نظریه‌های هویت .....	۲۵
۳ - ۲ - ۱ هویت فردی .....	۲۵
۳ - ۲ - ۲ هویت اجتماعی .....	۲۸
۳ - ۲ - ۳ هویت دینی .....	۳۹
۳ - ۲ - ۴ جمع‌بندی و نتیجه‌گیری .....	۴۲
۴ - ۲ بخش سوم: نظریه‌های رسانه .....	۴۳



۴۳	..... ۱ - ۴ - ۲ مقدمه
۴۳	..... ۲ - ۴ - ۲ نظریه سوزن تزریقی یا گلوله جادویی
۴۵	..... ۳ - ۴ - ۲ نظریه استفاده و خشنودی
۵۰	..... ۴ - ۴ - ۲ نظریه کاشت یا پرورش
۵۳	..... ۵ - ۴ - ۲ نظریات مک لوهان
۵۴	..... ۶ - ۴ - ۲ رسانه و دین
۵۸	..... ۷ - ۴ - ۲ دین و تلویزیون
۶۱	..... ۵ - ۲ بخش چهارم: جهانی شدن و هویت
۶۲	..... ۱ - ۵ - ۲ تعریف جهانی شدن
۶۴	..... ۲ - ۵ - ۲ نظریه‌های جهانی شدن
۶۵	..... ۳ - ۵ - ۲ آنتونی گیدنز
۶۹	..... ۶ - ۲ بخش پنجم: چارچوب تئوریک
۷۳	..... ۷ - ۲ فرضیه‌های تحقیق
۷۴	..... فصل سوم: روش‌شناسی
۷۵	..... مقدمه
۷۵	..... ۱ - ۳ روش تحقیق و ابزار گردآوری داده‌ها
۷۶	..... ۲ - ۳ جمعیت آماری، روش نمونه‌گیری و محاسبه حجم نمونه
۷۷	..... ۳ - ۳ روش نمونه‌گیری
۷۸	..... ۴ - ۳ تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق

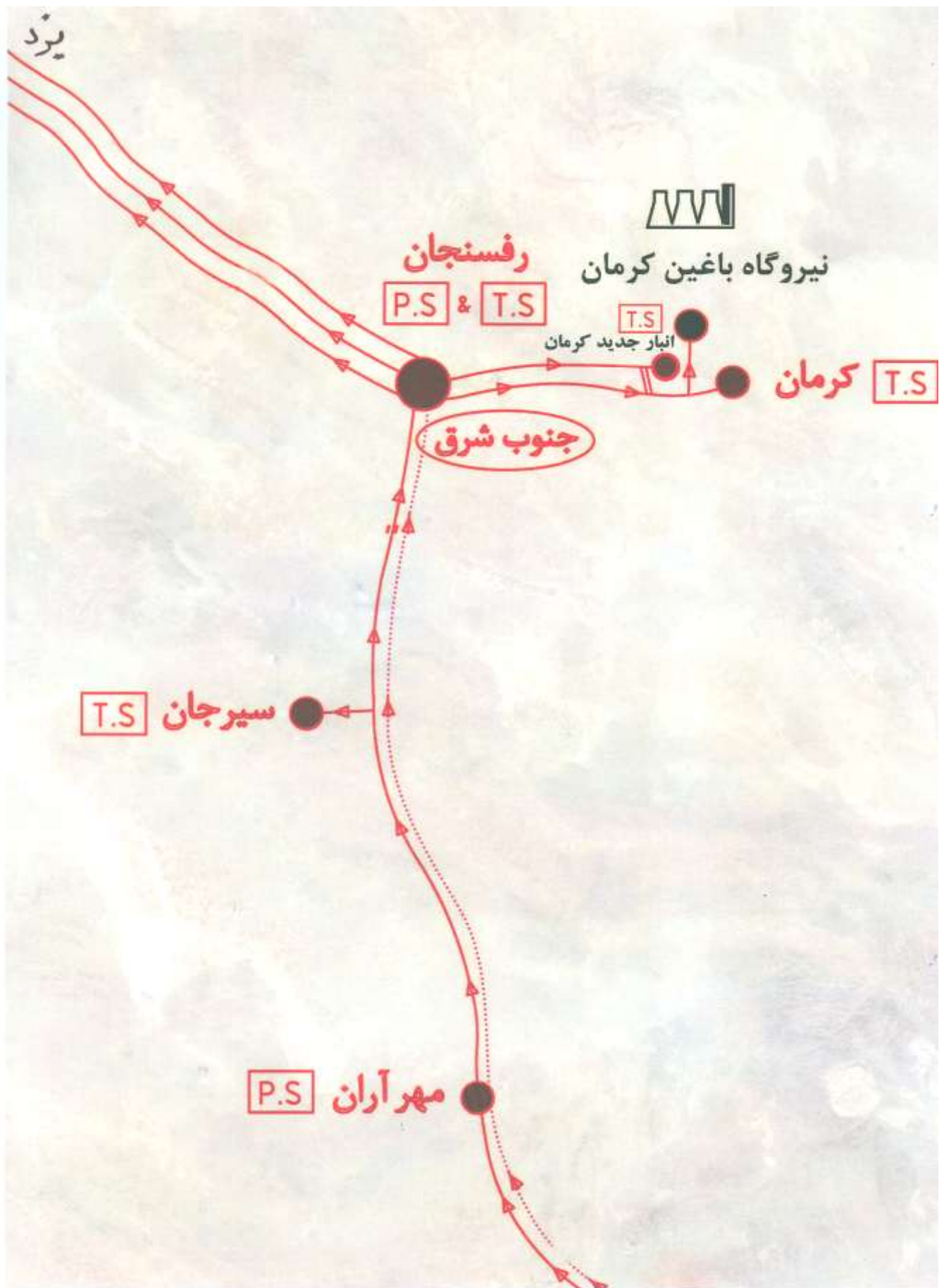
- ۳- ۴- ۱ تعریف نظری متغیر وابسته (هویت دینی)..... ۷۸
- ۳- ۴- ۲ تعریف عملیاتی ..... ۷۸
- ۳- ۵- ۵ متغیر مستقل: میزان استفاده از تلویزیون ملی..... ۸۱
- ۳- ۵- ۱ تعریف نظری ..... ۸۱
- ۳- ۵- ۲ تعریف عملی ..... ۸۱
- ۳- ۶- ۶ متغیر مستقل: میزان استفاده از برنامه های ماهواره ای ..... ۸۱
- ۳- ۶- ۱ تعریف نظری ..... ۸۱
- ۳- ۶- ۲ تعریف عملی ..... ۸۲
- ۳- ۷- ۷ متغیرهای زمینه‌ای ..... ۸۲
- ۳- ۸- ۸ روش تحقیق و ابزار جمع‌آوری اطلاعات ..... ۸۲
- ۳- ۹- ۹ ابزار سنجش متغیرها و اعتبار و پایایی آنها..... ۸۳
- ۳- ۱۰- ۱۰ سطح و واحد تحلیل ..... ۸۴
- ۳- ۱۱- ۱۱ روش تجزیه و تحلیل اطلاعات ..... ۸۴
- ۳- ۱۲- ۱۲ پرسشنامه اولیه ..... ۸۵
- ۳- ۱۳- ۱۳ آزمون مقدماتی : اعتبار و پایایی ..... ۸۵
- ۳- ۱۴- ۱۴ پرسشنامه نهایی ..... ۹۱
- فصل چهارم: یافته‌های پژوهش..... ۹۶
- مقدمه ..... ۹۷
- ۴- ۱- ۱ بخش اول: توصیف داده‌ها..... ۹۸

- ۹۸..... ۴ - ۱ - ۱ ویژگی‌های فردی
- ۱۰۲..... ۴ - ۱ - ۲ هویت دینی
- ۱۱۰..... ۴ - ۱ - ۳ توزیع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای
- ۱۱۴..... ۴ - ۱ - ۴ توزیع استفاده از شبکه‌های تلویزیون داخلی (صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران).....
- ۱۱۷..... ۴ - ۱ - ۵ جداول تقاطعی
- ۱۱۹..... ۴ - ۲ بخش دوم: تحلیل و تبیین داده‌ها.....
- ۱۲۰..... ۴ - ۲ - ۱ تحلیل و تبیین رابطه ویژگی‌های فردی (جنسیت و تاهل) و اهمیت دینی افراد.....
- ۴ - ۲ - ۲ تحلیل و تبیین رابطه ویژگی‌های فردی (جنسیت و تاهل) و میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره و تلویزیون.....
- ۱۲۲.....
- ۴ - ۲ - ۳ تحلیل و تبیین رابطه ابعاد هویت دینی و استفاده از شبکه‌های ماهواره و تلویزیون.....
- ۱۲۸..... ۴ - ۲ - ۴ تحلیل و تبیین رابطه ابعاد هویت دینی و نحوه استفاده از سیما جمهوری اسلامی.....
- ۴ - ۲ - ۵ تحلیل و تبیین رابطه ابعاد هویت دینی و نحوه استفاده از شبکه‌های وابسته به داخل
- ۱۳۰..... -وابسته به خارج.....
- ۴ - ۲ - ۶ ارزیابی رابطه چند متغیره میزان استفاده از شبکه‌های سیما جمهوری اسلامی و شبکه‌های وابسته به داخل و وابسته به خارج با هویت دینی.....
- ۱۳۲.....
- ۱۳۵..... فصل پنجم: جمع‌بندی، بحث و نتیجه‌گیری.....
- ۱۳۶..... ۵ - ۱ نتیجه‌گیری.....
- ۱۴۸..... ۵ - ۲ پیشنهادهای پژوهشی.....
- ۱۴۹..... منابع و ماخذ.....

## فهرست جداول

- ۹۸ ..... (جدول شماره ۴-۱): توزیع فراوانی پاسخ‌گوها برحسب جنسیت
- ۹۹ ..... (جدول شماره ۴-۲): توزیع فراوانی پاسخ‌گوها برحسب سن
- ۹۹ ..... (جدول شماره ۴-۳): توزیع فراوانی پاسخ‌گوها برحسب وضع زناشویی
- ۱۰۰ ..... (جدول شماره ۴-۴): توزیع درصدی میزان تحصیلات پاسخ‌گوها بر حسب جنسیت
- ۱۰۱ ..... (جدول شماره ۴-۵): توزیع فراوانی پاسخ‌گوها بر حسب تحصیلات والدین
- ۱۰۲ ..... (جدول شماره ۴-۶): توزیع فراوانی پاسخ‌گوها بر حسب پایگاه اقتصادی اجتماعی
- ۱۰۳ ..... (جدول شماره ۴-۷): وضعیت مشترکات درون گروهی
- ۱۰۴ ..... (جدول شماره ۴-۸): وضعیت پراکندگی پاسخ‌ها در مشترکات درون گروهی
- ۱۰۵ ..... (جدول شماره ۴-۹): وضعیت جذب به درون گروه
- ۱۰۶ ..... (جدول شماره ۴-۱۰): وضعیت پراکندگی پاسخ‌ها در جذب به درون گروه
- ۱۰۷ ..... (جدول شماره ۴-۱۱): وضعیت درک رقابت بین گروهی
- ۱۰۸ ..... (جدول شماره ۴-۱۲): وضعیت پراکندگی پاسخ‌ها در درک رقابت بین گروهی
- ۱۰۹ ..... (جدول شماره ۴-۱۳): وضعیت هویت دینی
- ۱۱۰ ..... (جدول ۴-۱۴): وضعیت میزان استفاده از شبکه های وابسته به داخل ، شبکه های وابسته به خارج
- ۱۱۱ ..... (جدول ۴-۱۵): میزان استفاده روزانه از شبکه های وابسته به داخل ، شبکه های وابسته به خارج
- ۱۱۲ ..... (جدول ۴-۱۶): مدت استفاده از شبکه های وابسته به داخل ، شبکه های وابسته به خارج (به سال)
- ۱۱۲ ..... (جدول ۴-۱۷): استفاده از انواع برنامه‌های شبکه های وابسته به داخل ، شبکه های وابسته به خارج

- (جدول ۴-۱۸): میزان استفاده از انواع برنامه‌های شبکه‌های وابسته به داخل ، شبکه‌های وابسته به خارج..... ۱۱۳
- (جدول ۴-۱۹): نوع زبان برنامه‌ها ..... ۱۱۴
- (جدول ۴-۲۰): وضعیت میزان استفاده از شبکه‌های سیمای جمهوری اسلامی ..... ۱۱۴
- (جدول ۴-۲۱): وضعیت اوقات استفاده از شبکه‌های تلویزیونی ..... ۱۱۵
- (جدول ۴-۲۲): میزان استفاده روزانه از تلویزیون ..... ۱۱۶
- (جدول ۴-۲۳): استفاده از انواع برنامه‌های تلویزیون ..... ۱۱۶
- (جدول ۴-۲۴): میزان استفاده از انواع برنامه‌های تلویزیون ..... ۱۱۷
- (جدول شماره ۴-۲۵): توزیع میزان هویت دینی پاسخ‌گوها برحسب جنسیت ..... ۱۱۸
- (جدول شماره ۴-۲۶): توزیع میزان هویت دینی پاسخ‌گوها بر حسب وضع زناشویی ..... ۱۱۹
- (جدول شماره ۴-۲۷): مقایسه میزان هویت دینی پاسخ‌گوها بر حسب جنسیت ..... ۱۲۱
- (جدول شماره ۴-۲۸): مقایسه میزان هویت دینی پاسخ‌گوها بر حسب وضع زناشویی ..... ۱۲۲
- (جدول شماره ۴-۲۹): مقایسه میزان استفاده از شبکه‌های وابسته به داخل ، شبکه‌های وابسته به خارج و سیمای جمهوری اسلامی بر حسب جنسیت ..... ۱۲۴
- (جدول شماره ۴-۳۰): مقایسه میزان استفاده از شبکه‌های وابسته به داخل ، شبکه‌های وابسته به خارج و سیمای جمهوری اسلامی بر حسب وضع زناشویی ..... ۱۲۵
- (جدول شماره ۴-۳۱): رابطه میان ابعاد هویت دینی با میزان استفاده از شبکه‌های سیمای جمهوری اسلامی و شبکه‌های وابسته به داخل ، شبکه‌های وابسته به خارج ..... ۱۲۶
- (جدول شماره ۴-۳۲): رابطه میان ابعاد هویت دینی و نحوه استفاده از سیمای جمهوری اسلامی ..... ۱۲۹
- (جدول شماره ۴-۳۳): رابطه میان ابعاد هویت دینی و نحوه استفاده از شبکه‌های وابسته به داخل ، شبکه‌های وابسته به خارج ..... ۱۳۱
- (جدول ۴-۳۴): رگرسیون چند متغیره میان هویت دینی و سایر متغیرهای مرتبط ..... ۱۳۳



فصل اول

کلیات

## ۱-۱ طرح مساله

جهان معاصر در تمامی عرصه های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، مذهبی و اقتصادی دستخوش دگرگونی ها و تحولات بی سابقه و غیرمنتظره ای است. شگفت انگیزترین رویداد دنیای امروز سرعت بی سابقه تغییرات است. هیچگاه در زمان های گذشته، شرایط زندگی گروه های وسیعی از جوامع بشری با چنین سرعتی دستخوش دگرگونی نبوده است.

در عصری زندگی می کنیم که تکنولوژی (خط، چاپ، تلفن، رادیو، تلویزیون،...) با تکنولوژی ارتباطی (شبکه های وابسته به داخل، شبکه های وابسته به خارج، کامپیوتر) به یکدیگر متصل شده اند و انقلاب اطلاعات و ارتباطات را بوجود آورده اند، بطوری که شاهد بزرگراه های اطلاعاتی و مولتی مدیا (چند رسانه ها) هستیم.

انتقال اطلاعات در این میان که فاصله زیادی از یکدیگر دارند بطور وسیعی گسترش یافته است و زمینه تعالی دانش و فن فراهم شده است. فرصت های فراوانی برای گفتگوی مداوم میان فرهنگ ها و جوامع ایجاد شده است، قدرت کنترل دولت ها بر افکار عمومی کاهش یافته است، مرزهای جغرافیایی شکاف برداشته و حجم انبوهی از اطلاعات غیرقابل کنترل مبادله می شود.

مشارکت مردم در تصمیم گیری های مربوط به خودشان بیشتر شده است، چون دسترسی به ابزارهای مورد نیازشان یافته است.

شاید بتوان دینی بودن را به عنوان مهم ترین مشخصه ایرانیان تلقی کرد. حضور پررنگ و فعال دین در تمامی حوزه های خصوصی و عمومی حیات اجتماعی نشان از اهمیت انکار ناپذیر دین در زندگی ایرانیان دارد. با این حال در یکی دو قرن اخیر، با تغییر شرایط جهانی و پس از مواجهه ایرانیان با سایر فرهنگ ها شاهد بروز مساله جدیدی هستیم که از نوع روابط میان فرهنگی نشات می گیرد. لذا در حالی که فرهنگ هر کشور فی نفسه میل به ایستایی، تداوم و بقا دارد، شرایط جدید حاکی از بروز جهانی شدن



نوع جدیدی از روابط را بنا می نهد که طی آن شاهد تغییرات بنیادین در عناصر فرهنگی موجود خواهیم بود. از این رو جامعه ایرانی طی چند دهه مواجهه با نظام فرهنگی جهانی دستخوش تغییرات اساسی در حوزه های مختلف اجتماعی و دینی گردید. بدین ترتیب در چند دهه ی اخیر شاهد این هستیم که بسیاری از عناصر مهم نظام اجتماعی، فرهنگی و سیاسی سنتی تلاش کرده/می کنند تا هویت اسلامی و بومی ایرانی در برابر فرهنگ مدرن جهانی کمرنگ نشده و به زوال نگراید. از این حیث دست کم به اندیشه های روشنفکرانی چون آل احمد و شریعتی می توان اشاره کرد که بازگشت به خویشتن دینی یکی از مهم ترین مسأله فکری آن ها را تشکیل می داد. علاوه بر این پس از انقلاب اسلامی، نظام سیاسی - اجتماعی حاکم بر کشور نیز برای دینی شدن دوباره جامعه و تداوم پروژه مذکور بسیار می کوشد.

وجود حجم بالای ادبیات تولید شده در باب غرب گرایی و نیاز طرح پروژه بازگشت به خویشتن از سوی روشنفکران ملی - دینی در چند دهه ی گذشته از سویی و تلاش های اجرایی حکومت برای مقابله با فرهنگ جهانی (عمدتاً تحت عناوین جنگی نظیر هجمه فرهنگی، شیخون فرهنگی و...) نشان از بروز مسأله ای (نه چندان جدید) دارد که طی آن هویت اجتماعی و مذهبی کنشگران ایرانی - اسلامی در معرض تهدید و تغییر اساسی است.

" باید دانست که منابع هویتی و شیوه ی ساخت هویت در دو جامعه ی مدرن و سنتی تفاوت اساسی دارد. فرایند جهانی شدن از طریق بازسازی فضا و زمان، نفوذ پذیر ساختن مرزها و گسترش چشمگیر فضای اجتماعی، منابع و شرایط لازم برای هویت سازی و معنایابی سنتی را تا حدود زیادی از بین می برد. در نتیجه نوعی بحران هویت و معنا پدید می آید و بازسازی هویت گریز ناپذیر می شود." (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۲۲۸) به عبارت دیگر جهانی شدن اسباب دسترسی انسان ها را به منابع مختلف هویتی فراهم می سازد و این دسترسی، به ترتیب منجر به تردید در منابع هویتی سابق، بحران هویت و شکل گیری تصاویر هویتی جدید می گردد (قریشی، ۱۳۸۱: ۳۷).

رسانه های مدرن و در رأس آن تلویزیون به عنوان یکی از مهم ترین عوامل هویت سازی کنشگران عصر مدرن مطرح می شوند. تلویزیون بنا به ماهیت چند رسانه ای خود می تواند بر کنشگر نقش فعالی

ایفا نماید و از طریق محتوای آموزشی برنامه هایی که از سوی فرستندگان پیام ساخته شده است در شکل گیری هویت مخاطبان یا تغییر دائمی آن موثر افتد. این گمان که تلویزیون نقش قدرتمندی بر هویت کنشگران مدرن بر جای می گذارد آن چنان در میان اندیشمندان حوزه رسانه رواج دارد که در چند دهه ی اخیر و با پیدایش تلویزیون شاهد رونق نظریه های اجتماعی متعددی در این حوزه هستیم. نظریه سوزن تزریقی یا گلوله جادویی نظریه مهم مطرح شده در این زمینه هست که بر نقش جادویی و افسانه ای تلویزیون بر هویت افراد تاکید می ورزد. "مارک پاستر<sup>۱</sup> معتقد است که پایگاه داده‌ها<sup>۲</sup> در رسانه های الکترونیکی جدید، هویت افراد را می سازد. از نظر پاستر، این هویت سازی حتی بدون آگاهی افراد از این امر شکل می گیرد." (دورینگ، ۱۳۷۸: ۱۲۸) از این رهگذر تلویزیون ملی یکی از مهم ترین ابزارهایی است که امروزه دولتمردان تلاش می کنند تا با در دست گیری انحصار آن بر اذهان کنشگران اجتماعی اثرگذارند. از سوی دیگر برنامه های جهانی سازی و به تبع آن جهانی شدن در قالب «تلویزیون های فراملی» یا اصطلاحاً « شبکه های وابسته به داخل ، شبکه های وابسته به خارج » به عنوان یکی از مظاهر جهانی شدن در هویت سازی مدرن نقش مهمی ایفا می کند. "برنامه های شبکه های وابسته به داخل ، شبکه های وابسته به خارج با توجه به حجم بالای آن با مطرح ساختن اشکال جدید و متنوع مسائل می توانند در پدید آوردن ذهنیات کنشگران و هویت بخشی به آنان نقش مؤثری داشته باشند." پیامدهای اصلی و شگرف شبکه های وابسته به داخل ، شبکه های وابسته به خارج را باید در ظهور نوع جدیدی از هویت جستجو کرد. بدین معنی در عصر رسانه ها، با تکیه بر شیوه جدید اطلاع رسانی، ذهنیات ناپایدار، چند لایه و پراکنده خلق می گردد." (دورینگ، ۱۳۷۸: ۶۸)

"هویت عبارت از تصور یا شناخت ما از خویش در برابر دیگران است. بر اساس این تعریف، شناخت ما از خویش، زمانی حاصل می شود که خود را در برابر غیر یا دیگری در نظر آوریم و آنچه که وجه ممیز ما با دیگران است را عامل شناخت خود بدانیم. در این صورت آنچه که رکن رکن هویت ما است چیزی جز حضور دیگری متفاوت با ما نیست." (ریتزر، ۱۳۸۷ : ۲۷۵ ۲۸۰)

---

<sup>۱</sup> Mark Poster  
<sup>۲</sup> Data Base

باید در نظر داشت که عامل هویت افراد متفاوت و چندگانه اند. بطور مثال: برای انسان پدر، مادر، زادگاه، ملیت و ایدئولوژی از منابع هویت بخشی می باشد، برای کشور، منطقه جغرافیایی، جمعیت، نوع رژیم حاکمه از جمله منابع هویت ساز می باشد، برای ملت، فرهنگ، مذهب، تاریخ، زبان و... منابع هویت ساز به شمار می آیند.

در واقع هنگامی که فرد در مقابل دیگری قرار می گیرد برای تعریف خود به این منابع رجوع می کند. باید در نظر داشت که عناصر تشکیل دهنده هویت در طول زمان و مکان های متفاوت، ثابت باقی نمی مانند و دائما" از وجهی به وجهی دیگر تغییر می یابند، بطور مثال: با گذشت زمان، تغییر موقعیت و شرایط اثرگذار فرهنگی جدید، عناصر هویتی ایرانیان با تغییرات بنیادی متعدد روبرو شده است. در دوران حکومت پهلوی شاهد مهندسی فرهنگی و برنامه ریزی موثر برای پدید آمدن جامعه ایرانی و مدرن هستیم که آمیزه ای از منابع فرهنگی و هویتی ایران و غرب بوده است .

از همین رهگذر هویت دینی به عنوان یکی از ابعاد هویت اجتماعی و به مثابه ی شکلی از اشکال مختلف هویت تحت تاثیر فزاینده ی رسانه های مدرن و از همه بیشتر تلویزیون قرار دارد. برخلاف آن چه که در جهان سنتی بر سر هویت یابی کنشگران رخ می داد، در دنیای مدرن هویت یابی افراد سیال و چندگانه شده است. در دنیای سنت ها، فرد تحت تاثیر محیط محدود پیرامونی با گونه ی مشخصی از منابع هویتی در حوزه های مختلف انسانی مواجه شده و این منابع در ساختن انسان های متعهد به ارزش های محلی نقش بسزایی داشته اند. در حالی که امروزه با تغییر اهمیت منابع هویت ساز از محیط محدود پیرامونی به منابع بین المللی نظیر رسانه های صوتی و تصویری، فرد با شرایطی مواجه می شود که در آن منابع ارزشی و هنجاری متعددی در حال رقابت بوده و آشکارا برای جذب طرفداران و اعضای هر چه بیشتر، تبلیغات رسانه ای نیرومندی را به کار می گیرند. بنابراین با وجود شبکه های رسانه ای متعدد و برنامه های متنوع اثرگذار، می توان تغییرات شخصی را در زمینه هویت یابی افراد پیش بینی نمود. با توجه به مباحث پیش گفته، پرسش های زیر مطرح می گردند:

وضعیت هویت دینی افراد مورد بررسی چگونه است؟ کدام یک از ابعاد هویت دینی پاسخگویان قوی تر و کدام یک از ابعاد آن ضعیف تر است؟ سیمای جمهوری اسلامی به عنوان یکی از مهم ترین

ابزارهای تبلیغی نظام سیاسی - اجتماعی کشور چه نقشی بر هویت دینی مخاطبان دارد؟ شبکه های وابسته به داخل ، شبکه های وابسته به خارج به عنوان یکی از مظاهر جهانی شدن تا چه حد می تواند بر هویت دینی اثر گذار باشد؟ در صورت وجود رابطه، جهت این روابط مثبت است یا منفی؟ چه برنامه هایی با چه محتوایی (دینی، سیاسی، تفریحی، علمی و...) بیشتر مورد توجه مخاطبان قرار می گیرد؟ کدام برنامه ها به میزان بیشتری با اشکال هویت دینی رابطه دارند و جهت این رابطه را تعیین می کنند؟